

MODEL PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMERINTAH KECAMATAN PADANG TUALANG DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI KERAKYATAN

Oleh : Budiman Purba, Eddy Iskandar & Suardi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model perencanaan komunikasi Pemerintah Kecamatan Padang Tualang dalam Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan, 5 (lima) sub pertanyaan adalah : Bagaimana merencanakan pemecahan permasalahan-permasalahan yang dihadapi, bagaimana merencanakan khalayak sasaran komunikasi, bagaimana merencanakan tujuan, bagaimana merencanakan pengembangan pesan komunikasi, dan bagaimana mengevaluasi implementasi perencanaan komunikasi. Kerangka teori yang digunakan adalah perencanaan komunikasi dan pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kecamatan Padang Tualang Dalam Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan memiliki unsur-unsur yang terdapat pada model Assifi dan French, Middleton dan P-Proses. Terdapat kesulitan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari perencanaan komunikasi Pemerintah Kecamatan Padang Tualang, jika menggunakan tingkat pendapatan masyarakat sebagai tolak ukurnya. Di samping tidak tersedianya data utuh hasil proses pemberdayaan ekonomi yang telah dilakukan serta belum adanya koordinasi antar instansi dalam proses pemberdayaan yang dilakukan.

Kata kunci : Model Perencanaa Komunikasi dan Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan.

Pendahuluan

Di dalam UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM dijelaskan bahwa pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro,

Kecil dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Dalam proses pemberdayaan, peran pemerintah sangat penting. Pelayanan publik terhadap segenap masyarakat Indonesia adalah menjadi tanggungjawab pemerintah. Sebagaimana disebutkan oleh Kaufman (dalam Thoha, 1995 : 101) bahwa tugas pemerintah adalah untuk melayani dan mengatur masyarakat. Tugas pelayanan lebih menekankan upaya mendahulukan kepentingan umum, mempermudah urusan publik dan memberikan kepuasan kepada publik. Osborne dan Gaebler (terjemahan Rosyid, 2000 : 192) bahkan menyatakan bahwa pemerintah yang demokratis lahir untuk melayani warganya dan karena itulah tugas pemerintah adalah mencari cara untuk menyenangkan warganya.

Pemerintah Kecamatan sebagaimana Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 paragraf 8 pasal 221 adalah merupakan perangkat daerah kabupaten dan daerah kota dalam rangka meningkatkan koordinasi penyelenggaraan pemerintahan, pelayanan publik, dan pemberdayaan masyarakat Desa/Kelurahan.

Sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2008 Tugas Camat dalam dalam mengkoordinasikan kegiatan pemberdayaan masyarakat meliputi:

- a) Mendorong partisipasi masyarakat untuk ikut serta dalam perencanaan pembangunan lingkup kecamatan dalam forum musyawarah perencanaan pembangunan di desa/kelurahan dan kecamatan
- b) Melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap keseluruhan unit kerja baik pemerintah maupun swasta yang mempunyai program kerja dan kegiatan pemberdayaan masyarakat di wilayah kerja kecamatan.
- c) Melakukan evaluasi terhadap berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat di wilayah kecamatan baik yang dilakukan oleh unit kerja pemerintah maupun swasta
- d) Melakukan tugas-tugas lain di bidang pemberdayaan masyarakat sesuai dengan peraturan perundangundangan; dan,

- e) Melaporkan pelaksanaan tugas pemberdayaan masyarakat di wilayah kerja kecamatan kepada bupati/walikota dengan tembusan kepada satuan kerja perangkat daerah yang membidangi urusan pemberdayaan masyarakat.

Dalam perspektif komunikasi, salah satu tantangan yang dihadapi setiap organisasi, baik publik maupun privat ketika melaksanakan programnya adalah mempertimbangkan pengembangan rencana komunikasinya. Mengembangkan kemampuan komunikasi yang terintegrasi akan sangat membantu dalam memusatkan sumber daya organisasi. Memfokuskan sumber daya komunikasi dalam upaya memaksimalkan dampak yang diinginkan, tentunya membutuhkan perencanaan yang baik.

Perencanaan akan mempersiapkan secara sistematis dan rasional kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan juga membantu organisasi untuk memahami setiap langkah demi langkah dari proses sekaligus membantu untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat. Perencanaan komunikasi akan membimbing organisasi untuk mencapai tujuan-tujuannya dengan sumber-sumber yang terbatas lebih efektif dan efisien.

Bahwa studi komunikasi dewasa ini telah banyak melahirkan berbagai macam model perencanaan. Model perencanaan komunikasi ini juga semakin berkembang seiring berkembangnya teknologi informasi yang memakai komunikasi sebagai fokus kajiannya. Beberapa model perencanaan komunikasi dari yang klasik hingga yang kontemporer, Model Cultip dan Center, Model Philip Lesly, Model AIDDA, Model Johns Hopkins, dan Model Everett M. Rogers. Model Assifi dan French, Model Middleton dan P-Proces (Cangara, 2013 : 69-100).

Model biasa dibangun agar membantu proses identifikasi, menggambarkan atau mengkategorisasi komponen-komponen yang relevan dari suatu proses. Tujuan dari model meliputi (1) untuk memfasilitasi pemahaman dengan menghilangkan komponen yang tidak perlu, (2) untuk membantu dalam pengambilan keputusan dengan mensimulasi sebuah kerangka kerja, (3) menjelaskan, kontrol, dan

memprediksi kejadian berdasarkan pengamatan masa lalu. Gordon Wiseman dan Larry Baker mengemukakan fungsi model komunikasi : pertama, melukiskan proses komunikasi; kedua, menunjukkan hubungan visual; dan ketiga, membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi (Mulyana : 2007 : 133).

Model yang baik adalah yang mampu memperlihatkan sifat atau karakter yang sama. Dapat menunjukkan hubungan antara satu unsur dengan unsur lainnya dan keberadaannya dapat ditunjukkan secara nyata. Suatu model dapat dikatakan sempurna bila model tersebut dapat menggambarkan seluruh aspek yang terdapat dalam objek atau sistem yang sebenarnya. Meskipun demikian, model seperti juga definisi dan teori, pada umumnya tidak pernah sempurna dan final. Bahkan ketika model sudah diterima luas, ada saja nuansa baru yang muncul dari fenomena yang telah dimodelkan. Sehingga dikembangkan lagi suatu model baru, demikianlah seterusnya (Mulyana : 2007 : 141).

Bahwa model perencanaan komunikasi menyediakan kerangka kerja yang kuat bagi organisasi untuk berkembang. Apakah organisasi publik atau privat. Model perencanaan komunikasi harus dilihat sebagai sebuah fondasi penting untuk keberhasilan. Bagi organisasi publik, bagaimana menjadikan organisasi sesuai harapan masyarakat. Bagi organisasi privat, apakah telah lama dalam usaha bisnisnya atau baru mulai menjalankan aktivitasnya, bagaimana mendekati dirinya dengan pelanggan. Sebagaimana disebutkan oleh Middleton, implikasi komunikasi pada teori organisasi adalah menyangkut pola-pola pelaksanaan tugas dan fungsinya.

Implementasi dari model perencanaan komunikasi akan tergantung pada sifat organisasi. Dalam organisasi bersifat publik tujuannya lebih pada komunikasi untuk mensosialisasikan rencana-rencana pemerintah atau untuk mempengaruhi opini tentang kebijakan publik. Jika kebijakan yang diambil sesuai dengan keinginan masyarakat, fungsi komunikasi akan lebih mudah. Namun jika kebijakan yang diambil bertentangan dengan keinginan masyarakat, tentunya pemerintah berusaha untuk mempengaruhi opini masyarakat melalui tindakan-tindakan komunikasi yang dibutuhkan. Melalui pilihan

komunikasi, diharapkan masyarakat menerima apa yang menjadi kebijakan pemerintah

Sesuai rumusan masalah yang diajukan, terdapat 5 (lima) pertanyaan di dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana Pemerintah Kecamatan Padang Tualang merencanakan pemecahan permasalahan-permasalahan yang dihadapi untuk dikomunikasikan dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan?
2. Bagaimana Pemerintah Kecamatan Padang Tualang merencanakan khalayak sasaran komunikasi dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan?
3. Bagaimana Pemerintah Kecamatan Padang Tualang merencanakan tujuan untuk dikomunikasikan dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan?
4. Bagaimana Pemerintah Kecamatan Padang Tualang merencanakan saluran komunikasi dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan?
5. Bagaimana Pemerintah Kecamatan Padang Tualang mengevaluasi implementasi perencanaan komunikasi dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian studi kasus. Pertimbangan peneliti menggunakan penelitian kualitatif ini untuk memahami yang tersembunyi di balik fenomena riil (Iskandar, 2009 : 51). Upaya untuk mendapatkan data yang *valid, reliable* dan objektif tentang fenomena-fenomena yang berlaku diharapkan lebih mudah karena peneliti dapat menentukan sendiri jenis data yang diinginkan. Melalui pengamatan, dokumentasi, foto, gambar, wawancara serta percakapan informal terhadap sumber-sumber yang dipercaya (*informan*), fenomena-fenomena yang diamati dapat digambarkan lebih utuh, lengkap dan sebagai mana adanya. Lokasi penelitian adalah Kantor Camat Kecamatan Padang Tualang Kabupaten Langkat.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif dan interpretatif. Mengatur secara sistematis pedoman

wawancara dan catatan lapangan, selanjutnya memproses data tersebut. Data diproses menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu melalui tiga langkah, yang pertama melakukan reduksi data, kedua menyajikan data, dan kemudian penarikan atau verifikasi kesimpulan (Emzir, 2010 : 129).

Hasil dan Pembahasan

Bahwa proses perencanaan komunikasi pemerintah Kecamatan Padang Tualang mencakup 5 (lima) tahapan di dalam pelaksanaannya. Di mulai dari perencanaan pemecahan masalah, perencanaan khalayak sasaran, perencanaan tujuan, perencanaan saluran komunikasi, dan evaluasi implementasi perencanaan. Keseluruhan tahapan ini dilaksanakan sesuai tugas pokok dan fungsi masing-masing bidang pada Pemerintahan Kecamatan Padang Tualang dalam upaya pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.

Perencanaan terhadap pemecahan masalah yang dihadapi oleh Pemerintahan Kecamatan Padang Tualang melalui proses komunikasi partisipatif. Komunikasi Pembangunan Partisipatif sebagai pendekatan alternatif dipandang sebagai “sarana ampuh” untuk memfasilitasi proses-proses pembangunan di tingkat lokal. Komunikasi Pembangunan Partisipatif diyakini sebagai sebuah pendekatan yang paling menjanjikan untuk mengurangi ketergantungan, membangun rasa percaya diri dan kemampuan sendiri masyarakat” (Hadiyanto, 2008). Sifat komunikasi partisipatif merujuk pada konsep komunikasi pembangunan yakni tidak hanya sebatas hadir dalam berbagai pertemuan tetapi lebih kepada menempuh cara-cara dialog untuk pengambilan keputusan (Rahim, 2004) (Muchtar : 2016).

Data-data yang diperoleh melalui wawancara dan diskusi baik secara formal maupun informal ini kemudian diklasifikasi dengan terlebih dahulu memilah dan memilihnya sesuai tingkat kepentingannya. Walaupun tidak melalui sebuah survey, namun Pemerintah Kecamatan Padang Tualang menganggap bahwa data yang diperoleh ini sudah cukup mewakili dari masalah-masalah yang ada. Jika dianggap perlu, Pemerintah Kecamatan Padang Tualang melalui Seksi

Ekonomi dan Pembangunan dapat kemudian melakukan peninjauan kembali terhadap masalah yang dianggap penting untuk dilaksanakan.

Nilai penting dari komunikasi partisipatif dalam proses pembangunan sebagaimana diuraikan di atas, diukur dari keterlibatan anggota masyarakat melalui proses dialog yang dilakukan sejak perencanaan hingga pada tahap evaluasi. Kegiatan komunikasi itu sendiri sebenarnya bukan kegiatan memberi dan menerima, melainkan “berbagi dan berdialog”. Dengan demikian daya kreatif dari anggota masyarakat melalui uraian ide dan gagasan akan membuat mereka menjadi pribadi yang aktif dalam proses pembangunan. Tujuan pokok dari komunikasi partisipatif adalah untuk memfasilitasi keikutsertaan masyarakat pada semua tingkat pembangunan, dan juga untuk membantu mengidentifikasi dan menerapkan kebijakan.

Analisis pemecahan masalah adalah langkah pertama dari setiap perencanaan komunikasi. Analisis pemecahan masalah menggambarkan situasi yang dihadapi saat ini sekaligus mengidentifikasi potensi kesulitan dan masalah yang terkait. Analisis pemecahan masalah membantu untuk menemukan solusi dengan memetakan anatomi sebab dan akibat di sekitar masalah dalam cara yang mirip dengan peta pikiran, tapi lebih terstruktur. Mengidentifikasi masalah yang benar berarti memulai sebuah perencanaan yang benar.

Menurut Assifi dan French, sebaiknya sebelum masalah dirumuskan perlu dijelaskan terlebih dahulu mengapa permasalahan itu muncul, mengapa permasalahan itu menarik bagi perencana, apa dan bagaimana perencanaan itu akan dibuat untuk memecahkan masalah tersebut. Pentingnya analisis masalah, sebab menjadikannya sebagai titik tolak dalam menyusun perencanaan program komunikasi. Analisis yang benar, akan menghasilkan masalah sebenarnya yang dihadapi oleh masyarakat (Nasution : 1994).

Data yang baik membutuhkan penelitian sebagaimana dijelaskan oleh Assifi dan French, P-Proses maupun Middleton. Penelitian seyogyanya menyediakan bantuan untuk menemukan solusi melalui pengumpulan fakta dan informasi. Data dikumpulkan dari semua sumber secara terorganisir untuk diklasifikasi dan dievaluasi bagaimana

kedalaman detail dan luasnya perspektif yang diperlukan dalam proses ini, seperti informasi lingkungan eksternal, industri, relasi, berkenaan dengan produk, jasa dan isu, promosi, pangsa pasar, persaingan, sumber daya, analisis SWOT maupun profil publiknya. Proses ini berlaku baik untuk perusahaan yang berorientasi komersil maupun industri nirlaba dengan tujuan untuk memecahkan masalah-masalah perusahaan serta tantangan pemasaran (Wilson J. Lauren dan Ogden J. Joseph : 2000). Oleh karena itu menurut Middleton setiap aspek perencanaan mengacu pada data base line atau penelitian. Penelitian akan menghasilkan data primer dan sekunder. Data ini diperlukan untuk memahami masalah dengan benar sehingga menghasilkan pemecahan masalah yang benar.

Masalah yang benar tentu membutuhkan data yang benar. Data yang baik ialah data yang bisa dipercaya kebenarannya (*reliable*), tepat waktu (*up to date*) dan mencakup ruang lingkup yang luas atau dapat menggambarkan suatu masalah secara menyeluruh (*comprehensive*). Kegunaan data (setelah diolah dan dianalisis) sebagai dasar yang objektif di dalam proses pembuatan keputusan-keputusan/kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam rangka untuk memecahkan masalah oleh *decision maker* (Supranto : 1981).

Perencanaan khalayak sasaran adalah proses untuk mengidentifikasi dan mengkategorisasikan khalayak sasaran. Penting menetapkan urutan prioritas kategori khalayak sasaran, siapa yang menjadi sasaran utama (sasaran primer) dan siapa yang menjadi sasaran antara (sasaran sekunder). Menurut Middleton, analisis ini sangat penting karena bentuk dari perencanaan akan sangat bergantung pada karakteristik mereka. Bagaimana perilaku komunikasi mereka sehari-hari, apa kesukaan dan ketidaksukaan mereka dalam berkomunikasi. Khalayak perlu dikelompokkan menurut kedekatan ciri di antara mereka. Misalnya jenis profesi, jenis kelamin, kelompok usia dan golongan sosio ekonomi lainnya (Nasution : 1994).

Menurut Assifi dan French, Komunikasi yang benar adalah yang berorientasi pada khalayak. Bukan sebaliknya, yang sering menjadi kesalahan dalam banyak program, yang orientasinya lebih banyak pada

komunikator. Pada hal segala sesuatunya nanti benar-benar tergantung pada keputusan yang diambil oleh khalayak.

Jika mereka tertarik pada pesan yang disampaikan, ada harapan mereka akan berminat terhadap gagasan yang disampaikan. Jika kemudian mereka yakin akan manfaatnya, besar harapan konsep yang disampaikan melalui program komunikasi akan berterima pada diri khalayak (Nasution : 1994).

Dalam P-Proses disebutkan pentingnya mengidentifikasi khalayak melalui penelitian formatif untuk menilai pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, jaringan sosial, kebutuhan, aspirasi dan tingkat efektivitas diri yang mempengaruhi perilaku mereka. Analisis khalayak juga dimaksudkan untuk melakukan telaah terhadap demografi, epidemiologi, sosiologis, studi yang relevan ekonomi dan lainnya. Sering kali organisasi memiliki banyak informasi yang ada dan tahu bagaimana dari program sebelumnya. Juga mengetahui apa yang mitra dan khalayak tahu (Johns Hopkins University : 2013).

Berkaitan dengan proses perencanaan tujuan oleh Pemerintah Kecamatan Padang Tualang untuk dikomunikasikan dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan, draft awalnya disinkronisasikan dengan usulan-usulan dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang) tingkat Kecamatan. Draft ini berisi jawaban terhadap isu-isu yang muncul, kebutuhan masyarakat dan pelayanan terhadap masyarakat dalam satu tahun ke depan. Setelah melalui analisis dan pertimbangan yang matang, seluruh data dan informasi ini kemudian dirangkum dan ditetapkan berdasarkan urutan prioritasnya sebagai usulan program tahunan Pemerintah Kecamatan Padang Tualang. Selanjutnya oleh Pemerintah Kecamatan Padang Tualang usulan ini dibawa dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang) tingkat Kabupaten.

Berkenaan dengan masalah tujuan, menurut Assifi dan French, penelitian terhadap tujuan yang hendak dicapai oleh suatu program atau kegiatan harus jelas apa yang hendak dicapai. Dengan demikian semua pihak mengerti apa yang akan dihasilkan oleh program. Dengan kata lain, semua orang mengetahui persis kemana arah perjalanan yang akan

ditempuh. Hal senada juga dijelaskan dalam P-Proses, yaitu dalam menetapkan tujuan komunikasi harus spesifik, terukur, tepat, realistis, dan tepat waktu. Langkah-langkah untuk mencapai tujuan ini adalah memilih bagian khalayak yang penting (legislator, pembuat kebijakan, pemimpin politik), Mengembangkan detail singkat strategi dalam kampanye (taktik), Menyusun rencana implementasi dan mengembangkan rencana evaluasi dan monitoring.

Menurut Middleton perumusan tujuan dilakukan dengan memperhatikan masalah yang dihadapi dan akhirnya merumuskan bagaimana keadaan masalah tersebut setelah program dilaksanakan. Penentuan tujuan harus spesifik supaya dengan jelas dan komprehensif bisa dilaksanakan. Kemudian tujuan dari sebuah program haruslah terukur apalagi saat dilakukan evaluasi. Kemudian tujuan harus bisa dijangkau dengan sumberdaya yang ada. Tujuan kemudian harus realistis sesuai dengan waktu yang tersedia dan anggaran yang ada beserta sumber daya lainnya.

Objektif atau tujuan yang hendak dicapai dari sesuatu program komunikasi haruslah dirumuskan sebaik mungkin. Merumuskan objektif ini tidak bisa sembarang saja. Ada sejumlah kaidah yang harus dituruti jika kita bermaksud menjadikan objektif menjadi dasar perencanaan program komunikasi yang disusun benar-benar berfungsi secara operasional. Syarat terpenting dari suatu rumusan objektif adalah secara konkret menggambarkan hasil akhir yang hendak dicapai dengan program komunikasi yang bersangkutan. Selain itu hasil akhir tadi mesti pula dinyatakan secara spesifik dan persis. Dengan begitu pencapaian program yang dimaksud dapat diukur dengan jelas (Nasution : 1994).

Dalam perencanaan saluran komunikasi untuk pemberdayaan ekonomi kerakyatan dapat diartikan adalah alat atau media yang dapat digunakan oleh individu-individu atau kelompok serta organisasi dalam melakukan komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan mereka. Kemampuan untuk mengelola pesan dan media menjadikan prasyarat utama untuk keberhasilan penyampaian informasi kepada khalayak utama serta umpan balik yang diharapkan. Dalam tahap ini adalah bagaimana menentukan saluran (media) sesuai tujuan program apakah

sekedar menginformasikan, atau mau mengajarkan sesuatu, atau mau membujuk.

Dalam prakteknya, organisasi harus mampu mengidentifikasi dan sekaligus memilih saluran komunikasi atau media yang efektif. Pilihan terhadap penggunaan saluran komunikasi atau media umumnya tergantung pada maksud dan tujuan komunikasi yang dilakukan. Bila media yang digunakan memiliki kredibilitas yang tinggi di mata masyarakat dan alat yang digunakan juga memiliki kredibilitas, maka masyarakat akan memiliki persepsi yang positif terhadap institusi atau organisasi.

Sebagaimana yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa cara yang dilakukan oleh Pemerintahan Kecamatan Padang Tualang dan Dinas/Instansi yang berkenaan dengan program pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Ada program yang langsung disampaikan oleh aparaturnya, ada program melalui kerjasama dengan dinas terkait dan ada juga program yang diusulkan oleh desa/kelurahan. Pemilihan cara komunikasi ini disesuaikan dengan program apa yang akan dilakukan. Namun umumnya kesemuanya menggunakan proses surat menyurat dan media telepon selular.

Proses perencanaan saluran komunikasi seperti diuraikan tentu tidak dapat dipisahkan dari tahapan-tahapan pelaksanaan musrenbang. Sebagaimana pelaksanaan musrenbang desa/kelurahan, pelaksanaan musrenbang kecamatan juga melalui 3 (tiga) tahapan. Pertama, tahapan pra musrenbang, kedua, pelaksanaan musrenbang dan ketiga adalah tahapan pasca musrenbang. Keseluruhan proses komunikasi dalam proses ini sifatnya hanya pemberitahuan (informasi), baik pada tahap proses pemberitahuan jadwal dan agenda Musrenbang, mengumumkan secara terbuka tentang jadwal, agenda, dan tempat musrenbang serta mengundang siapa peserta musrenbang tersebut.

Bahwa komunikasi pemerintahan pada dasarnya merupakan suatu bentuk komunikasi dalam upaya penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan pemerintah. Oleh karenanya, dalam upaya melaksanakan tugas dan fungsi utamanya penting kiranya pemerintah mempunyai komunikator

pemerintah yang baik. Selain itu, untuk menyatukan kepentingan pemerintah dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat, maka secara ideal dapat dilakukan perencanaan bersama antara pemerintah dengan masyarakat. Perencanaan bersama ini hanya dapat dilakukan dengan adanya komunikasi antara keduanya.

Menurut Assifi dan French kecocokan media untuk kelompok khalayak yang sama dengan keperluan yang berbeda (apakah sekedar menginformasikan, atau mau mengajarkan sesuatu, atau mau membujuk) juga tidak sama. Apalagi untuk kelompok khalayak yang berbeda. Middleton menjadikan perencanaan saluran komunikasi sebagai bagian dari analisis perencanaan dan pengembangan strategi. Pemilihan media sangat penting dilakukan dengan memperhatikan apakah media mendukung program komunikasi menurut keperluan program dimaksud. Sama halnya dalam tahapan langkah P-Proses dikelompokkan dalam desain strategis. Desain strategis yaitu perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang salah satunya adalah menentukan saluran.

Dalam tahapan perencanaan komunikasi untuk evaluasi implementasi program pemberdayaan ekonomi kerakyatan Pemerintah Kecamatan Padang Tualang melakukannya pada akhir tahun anggaran. Ini merupakan perencanaan dalam menyusun arah kebijakan pembangunan sebagaimana tugas pokok dan fungsi Pemerintahan Kecamatan. Proses evaluasi ini selain dilakukan melalui rapat-rapat internal organisasi, juga dilakukan dengan melibatkan pihak eksternal. Oleh karenanya pengumpulan data dari para pelaku ekonomi kerakyatan, maupun dari para pihak lain menjadi penting sebagai bahan penyusunan program yang akan dibuat.

Dalam pandangan Assifi dan French, adalah penting perencanaan program dan pelaksana mampu memantau dan mengevaluasi efektivitas komunikasi di masa depan. Sebuah sistem monitoring dan evaluasi harus dinyatakan dengan jelas berdasarkan pada tujuan dan rencana kerja organisasi dan selanjutnya dapat digunakan sebagai standar untuk mengukur kemajuan. Sama halnya Middleton, langkah terakhir dari P-Process adalah evaluasi & perencanaan ulang. Evaluasi adalah

mengukur seberapa baik program mencapai tujuannya. Hal ini dapat menjelaskan mengapa program efektif (atau tidak), termasuk dampak kegiatan yang berbeda pada khalayak yang berbeda. Evaluasi program merangsang perbaikan program dan merancang ulang, panduan alokasi pendanaan masa depan hemat biaya, dan mendukung advokasi dan penggalangan dana.

Program senantiasa dituntut untuk mengembangkan mekanisme pengelolaan informasi dan mekanisme pemantauan, agar penyimpangan-penyimpangan yang terjadi di lapangan dapat diketahui sesegera mungkin dan selanjutnya dapat dilakukan tindakan perbaikan. Merencanakan monitoring dan evaluasi adalah untuk mengawasi setiap tahap dari pelaksanaan program yang telah ditetapkan serta untuk menilai sejauh mana keberhasilan program dalam mencapai tujuannya. Menurut Middleton evaluasi program dibutuhkan untuk melihat apa saja tindakan dalam program yang tepat dan mana yang tidak sehingga ke depannya bisa dilakukan program yang lebih baik.

Evaluasi ini dapat dilakukan baik dengan cara *on going* maupun dengan cara *end review* sebagaimana yang telah diuraikan di atas. Keseluruhan dari evaluasi ini adalah dalam upaya untuk menjaga fleksibilitas sebuah program. Selanjutnya evaluasi ini diharapkan dapat memberikan informasi secara menyeluruh dari program yang dilaksanakan sehingga dapat menjadi dasar perbaikan dan langkah awal pelaksanaan program berikutnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi di Kantor Kecamatan Padang Tualang Kabupaten Langkat, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, Model Perencanaan Komunikasi Pemerintahan Kecamatan Padang Tualang Dalam Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan memiliki unsur-unsur yang terdapat pada model Assifi dan French, Middleton dan P-Proses. Dalam tahap pelaksanaannya keseluruhan proses

komunikasi, dimulai dari perencanaan pemecahan masalah, perencanaan khalayak sasaran, perencanaan tujuan, perencanaan saluran komunikasi, dan evaluasi implementasi perencanaan. Keseluruhan tahapan ini dilaksanakan sesuai tugas pokok dan fungsi masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.

2. Walaupun keseluruhan langkah-langkah perencanaan komunikasi Pemerintahan Kecamatan Padang Tualang telah mencakup model perencanaan komunikasi Assifi dan French, Middleton dan P-Proses, dalam implementasinya terdapat beberapa perbedaan-perbedaan dalam merencanakan dan menetapkan unsur-unsur dalam tahapan komunikasi dimaksud. Antara lain adalah dalam menetapkan dan merumuskan masalah dan segmentasi khalayak. Kedua tahapan tersebut dalam model Assifi dan French, Middleton dan P-Proses ditetapkan dan dirumuskan melalui sebuah penelitian, sehingga prosesnya memerlukan waktu dan biaya. Proses ini tidak berlangsung pada perencanaan komunikasi Pemerintahan Kecamatan Padang Tualang.
3. Terdapat kesulitan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari perencanaan komunikasi Pemerintahan Kecamatan Padang Tualang. Namun jika pembangunan sarana dan pasarana dijadikan sebagai indikator penting untuk melihat gambaran perubahan yang dapat diukur (*measurable*) dan dapat dilihat (*observable*) maka model perencanaan komunikasi Pemerintahan Kecamatan Padang Tualang menurut peneliti dianggap telah berhasil dalam pelaksanaannya sesuai tugas pokok fungsinya masing-masing.
4. Dalam perencanaan saluran komunikasi untuk pemberdayaan ekonomi kerakyatan masalah utama yang dihadapi adalah anggaran yang tersedia. Pemerintah Kabupaten Langkat semestinya mengalokasikan anggaran yang cukup dalam rangka meningkatkan komunikasi antar tingkat pemerintah sehingga setiap proses dari penyusunan dan pelaksanaan program program dapat diketahui dan disebarluaskan kepada semua pihak yang berkepentingan.

5. Proses evaluasi yang dilakukan telah berlangsung dengan cukup baik, meliputi evaluasi *on going* yang dilakukan pada saat pelaksanaan program maupun *end review* mencakup semua evaluasi dari awal sampai akhir sehingga bisa dijadikan pijakan untuk pelaksanaan program berikutnya.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Emzir. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Iskandar. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada.
- Karmila, Muchtar, Penerapan Komunikasi Partisipatif Pada Pembangunan di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, Volume 1, Nomor 1, Maret 2016 - Agustus 2016 Universitas Islam Sultan Agung, Semarang,
- Lauren, Wilson J. dan Ogden J. Joseph, *Strategic Communications Planning*, (Iowa : Hunt Publishing Company, 2000).
- Middleton, John and Dan J. Wedemeyer (edited), *Methods of Communication Planning, Monographs on communication planning*, Published in 1985 by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization 7 Place de Fontenoy, 75700 Paris.
- Middleton, John, (edited), *Approaches To Communication Planning*, Published in 1980 by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Mulyana, Dedy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarimein, *Perencanaan Program Komunikasi* (Jakarta : universitas Terbuka, 1994)
- Supranto, *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran* (Jakarta : Universitas Indonesia, 1981)
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM.
- Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2008 tentang Kecamatan.