

**MODUL
PELATIHAN KEPEMIMPINAN NASIONAL TINGKAT I**

Komunikasi dan Advokasi Kebijakan

**LEMBAGA
ADMINISTRASI
NEGARA
2021**

Hak Cipta © pada:
Lembaga Administrasi Negara
Edisi Tahun 2021

**Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia
Jl. Veteran No. 10 Jakarta Pusat 10110**

KOMUNIKASI DAN ADVOKASI KEBIJAKAN

Modul Pelatihan Kepemimpinan Nasional Tingkat I

TIM PENGARAH SUBSTANSI:

1. Dr. Muhammad Taufiq, DEA
2. Erna Irawati, S.Sos., M.Pol.Adm.

PENULIS MODUL:

Dr. Retno Sunu Astuti, M.Si.

REVIEWER: Dr. Adi Suryanto, M.Si.

EDITOR: Bimo Prakoso, ST., MM.

KATA PENGANTAR

Arah pembangunan SDM Aparatur ditujukan pada SDM Aparatur yang memiliki integritas, profesional, netral dan bebas dari intervensi politik, bersih dari praktik KKN, mampu menyelenggarakan pelayanan publik bagi masyarakat dan mampu menjalankan peran sebagai unsur perekat persatuan dan kesatuan bangsa berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Selain itu, pembangunan SDM juga diarahkan agar mampu beradaptasi terhadap perubahan global yang sangat dinamis. Oleh karena itu, penyiapan SDM Aparatur ke depan harus diarahkan pada peningkatan daya saing yang komprehensif baik terkait penguatan teknologi, infrastruktur, dan sistem, maupun penguatan terhadap penguasaan pengetahuan, *networking*, dan kolaborasi. Kunci keberhasilan dari semua unsur tersebut terletak pada kualitas sumber daya manusia yang akan berperan sebagai penggerak utamanya.

Perkembangan teknologi informasi mengubah *business process* di segala bidang dan menjadikan kegiatan yang semula dilakukan secara manual dapat dilakukan melalui teknologi informasi. Penyelenggaraan pelatihan menjadi bidang yang wajib mengikuti perkembangan teknologi. Orang tidak perlu datang ke tempat pelatihan, namun tetap dapat mengikuti pembelajaran melalui model pembelajaran *e-learning*. Hal ini tentu membawa pengaruh perubahan mindset dalam pengembangan kompetensi ASN dimana pembelajaran jarak jauh melalui *e-learning* menjadi hal yang tidak dapat dihindarkan.

Lembaga Administrasi Negara sebagai Instansi Pembina Pelatihan harus melakukan berbagai penyesuaian sesuai dengan tuntutan zaman. Memenuhi tuntutan tersebut maka perubahan mendasar dalam penyiapan kompetensi bagi Aparatur Sipil Negara telah dilakukan oleh

Lembaga Administrasi Negara melalui perubahan kurikulum dan bahan ajar.

Akhir kata, kami atas nama Lembaga Administrasi Negara, mengucapkan terima kasih kepada tim penulis yang telah meluangkan waktu dan pikiran sehingga bahan ajar ini dapat hadir di tengah-tengah Bapak dan Ibu peserta pelatihan. Kami berharap bahan ajar ini dapat menjawab tuntutan pembelajaran dan membawa manfaat bagi

pembacanya. Namun demikian, kami menyadari bahwa bahan ajar ini masih jauh dari sempurna, maka kami membuka lebar terhadap masukan dan saran perbaikan atas isi bahan ajar ini.

Demikian, selamat membaca. Semoga bermanfaat.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Deskripsi Singkat	2
C. Tujuan Pembelajaran	3
D. Materi Pokok dan Sub Materi Pokok	3
BAB II PENGERTIAN DAN MODEL KOMUNIKASI KEBIJAKAN	4
C. Manajemen Komunikasi	11
D. Komunikasi Kebijakan	12
E. Rangkuman	19
F. Soal Latihan	20
BAB III PENGERTIAN, LANGKAH DAN STRATEGI DALAM ADVOKASI KEBIJAKAN.....	21
A. Indikator Hasil Belajar	21
B. Pengertian dan Posisi Advokasi Dalam proses Kebijakan Publik	21
C. Strategi Advokasi Kebijakan	25
D. Menyusun Rencana Advokasi Kebijakan	29
E. Rangkuman	33
F. Soal Latihan	34
DAFTAR PUSTAKA.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Monitoring dan Evaluasi Advokasi Kebijakan	33
Tabel 2. Indeks Inovasi Negara-negara ASEAN Tahun 2018-2019	40
Tabel 3. Tahap Penilaian Proposal KIPP Tahun 2018-2021	43
Tabel 4. Tingkat Kepatuhan Pelayanan Publik Tahun 2015-2019	47
Tabel 5. Hasil Kompetensi Penyelenggara Pelayanan Tahun 2017	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Unsur-Unsur Komunikasi	8
Gambar 2 Posisi Advokasi Kebijakan dalam Proses Kebijakan Publik	23
Gambar 3. Langkah-Langkah dalam Advokasi Kebijakan	30
Gambar 4. Framework Global Innovation Index 2021	41

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebijakan publik secara sederhana dimaknai sebagai bentuk pernyataan formal dari pemerintah tentang pilihan terbaik dari berbagai alternatif penyelesaian masalah publik. Pengertian ini mengandung arti kebijakan publik dibuat sebagai reaksi atas masalah publik yang muncul. Kebijakan publik berkualitas apabila mempunyai kejelasan kelompok sasaran, jangka waktu penyelesaian dan bagaimana sumberdaya dialokasikan untuk mendukung implementasi kebijakan. Harus dipahami tidak ada kebijakan publik yang mampu memuaskan semua pihak, tetapi dalam prosesnya harus tetap berpegang pada nilai utama kebijakan publik yaitu berorientasi pada kepentingan masyarakat banyak. Advokasi kebijakan mempunyai peran sangat penting dalam proses kebijakan publik. Advokasi kebijakan diharapkan dapat mempengaruhi pengambil kebijakan untuk bekerja dengan menjunjung transparansi dan *responsiveness* dalam pengambilan keputusan.

Advokasi kebijakan dipahami sebagai aksi kolektif yang terencana untuk mempengaruhi perubahan kebijakan dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti *policy maker*, *policy agency* dan *policy agenda*. Advokasi tidak terbatas pada upaya mempengaruhi perubahan kebijakan tetapi juga mendorong bagaimana implementasi kebijakan dapat berjalan efektif dan hasil evaluasi dimanfaatkan secara tepat guna. Dengan kata lain advokasi merupakan usaha untuk membangun dukungan antara para pemangku kepentingan dan pihak-pihak yang mengeluarkan pendapat diarahkan untuk mempengaruhi keputusan.

Dalam melaksanakan advokasi dibutuhkan kemampuan membangun komunikasi yang baik sehingga pesan kebijakan tersampaikan dan dapat memberi manfaat bagi masyarakat.

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain, yang pada gilirannya akan menghasilkan saling pengertian antar aktor yang terlibat. Komunikasi dilakukan dengan membangun hubungan antar sesama manusia, pertukaran informasi, menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain dan berusaha mengubah sikap dan tingkah laku. Dalam konteks analisis kebijakan komunikasi merupakan alat untuk menyampaikan masalah yang dihadapi publik untuk diambil tindakan kebijakan oleh pemerintah.

Modul ini memberi bekal bagi analis kebijakan untuk memahami konsep dasar komunikasi, strategi komunikasi, konsep advokasi, dan strategi serta langkah advokasi. Dengan kemampuan ini diharapkan seorang analis kebijakan mampu melaksanakan advokasi kebijakan dengan baik, sehingga terbentuk kebijakan yang bisa dilaksanakan dan bermanfaat bagi rakyat.

B. Deskripsi Singkat

Mata pelatihan ini membekali Peserta dengan kemampuan komunikasi dan advokasi kebijakan kepada para pemangku kepentingan. Proses pembelajaran mata pelatihan ini diberikan oleh pengajar dengan menggunakan metode *E-learning* maupun metode pembelajaran dalam kelas secara interaktif.

C. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti pembelajaran ini, Peserta diharapkan mampu menerapkan komunikasi dan advokasi kebijakan dengan memanfaatkan berbagai media kepada para pemangku kepentingan.

D. Materi Pokok dan Sub Materi Pokok

Materi dan sub materi pokok yang dibahas dalam modul ini meliputi:

1. Pengertian dan Bentuk Komunikasi Kebijakan;
 - a. Indikator Hasil Belajar
 - b. Pengertian, Fungsi dan Unsur Komunikasi
 - c. Manajemen Komunikasi
2. Pengertian dan Langkah Advokasi Kebijakan, Strategi komunikasi dan Teknik Menyusun Advokasi Kebijakan.
 - a. Indikator Hasil Belajar
 - b. Pengertian dan Langkah Advokasi Kebijakan
 - c. Strategi komunikasi advokasi kebijakan
 - d. Menyusun Rencana Advokasi Kebijakan
3. Penutup
 - a. Simpulan
 - b. Tindak Lanjut

BAB II

PENGERTIAN DAN MODEL KOMUNIKASI KEBIJAKAN

A. Indikator Hasil Belajar

Setelah mempelajari bab ini, peserta diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep dasar komunikasi dan unsur-unsurnya.
2. Mengidentifikasi hambatan-hambatan dalam komunikasi kebijakan.
3. Mendesain perencanaan manajemen komunikasi kebijakan.

B. Pengertian, Fungsi dan Unsur Komunikasi

1. Pengertian

Terminologi komunikasi secara etimologis merupakan terjemahan dari kata bahasa Inggris *communication*. Istilah *communication* berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communicare* yang artinya membagi (Chery dalam Stuart, 1987). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling banyak digunakan sebagai asal-usul dari kata komunikasi.

Komunikasi secara umum dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan, gagasan, informasi kepada orang lain. Sebagai contoh, pemerintah menyampaikan informasi pentingnya vaksinasi sebagai upaya pencegahan penularan Covid-19 kepada masyarakat. Penyampaian informasi tersebut dapat dilakukan melalui radio, televisi, poster, media massa, atau media lainnya. Tujuannya adalah agar informasi dapat tersebar secara merata ke seluruh lapisan masyarakat, sehingga dari informasi tersebut dengan harapan masyarakat memiliki

pengetahuan dan kesadaran pentingnya vaksin untuk melindungi dan memperkuat sistem kesehatan.

Definisi komunikasi telah banyak dikemukakan oleh para pakar. Tidak ada satu definisi yang tunggal dan benar. Para pakar memberikan definisi berdasarkan pemahaman dan sudut pandang masing-masing bidang ilmunya. Misalnya Harlod D. Laswell pakar ilmu politik memberikan definisi singkat bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan apa, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

Definisi lain dikembangkan oleh (Rogers & Kincaid, 1981) komunikasi sebagai suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Dari definisi ini, Rogers melihat lebih khusus hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan). Hasil yang diharapkan yaitu adanya perubahan sikap dan tingkah laku, serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang terlibat serta dalam proses komunikasi.

2. Fungsi Komunikasi

Pada dasarnya tujuan komunikasi adalah untuk memberikan atau menyampaikan informasi kepada orang lain, sehingga dapat mempengaruhi pemikiran, mengubah sikap dan perilaku, serta mendorong hal lain untuk melakukan hal tertentu. Berkaitan dengan hal tersebut, perlu kita ketahui fungsi dari komunikasi yang dapat dirasakan, baik secara individu, maupun organisasi, atau kelompok. Menurut (Effendy, 2003) terdapat empat fungsi dari komunikasi, yaitu:

a. Menyampaikan Informasi

Komunikasi memungkinkan manusia menyampaikan informasi. Misalnya penyampaian informasi melalui berita, surat kabar, televisi, buku, bahkan saat ini penyampaian informasi dapat dilakukan dengan sangat cepat melalui perangkat teknologi informasi, seperti media sosial.

b. Mendidik

Fungsi komunikasi dalam hal mendidik dapat berupa penyampaian informasi berupa pengetahuan disampaikan kepada masyarakat umum, dengan informasi tersebut diharapkan adanya perubahan perilaku atau budaya ke arah yang lebih baik. Fungsi ini sangat banyak kita temui, terutama informasi yang berkaitan bahaya narkoba, merokok, kekerasan pada anak, menjaga kebersihan, taat peraturan lalu lintas, dan sebagainya.

c. Menghibur

Komunikasi juga dapat menjadi alat untuk menghibur. Penyampaian informasi ini dapat berupa acara televisi, komedian, lirik musik, dan lainnya. Tujuan dari fungsi ini ialah untuk menghibur seseorang yang sedang mengalami emosional sedih, kecewa, berduka, dan perasaan yang tidak menyenangkan lainnya.

d. Mempengaruhi

Komunikasi dapat mempengaruhi tindakan dan pemikiran seseorang. Dalam fungsi ini dapat diberikan contoh, seperti: kampanye yang dilakukan oleh kandidat calon kepala daerah atau calon perwakilan daerah. Melalui mimbar kampanyenya

menyampaikan program-program inovatif untuk mempengaruhi para pendukung untuk memilihnya. Contoh lainnya seperti sosialisasi terkait bahaya sampah plastik, sehingga dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dan menumbuhkan kesadaran lingkungan pada masyarakat.

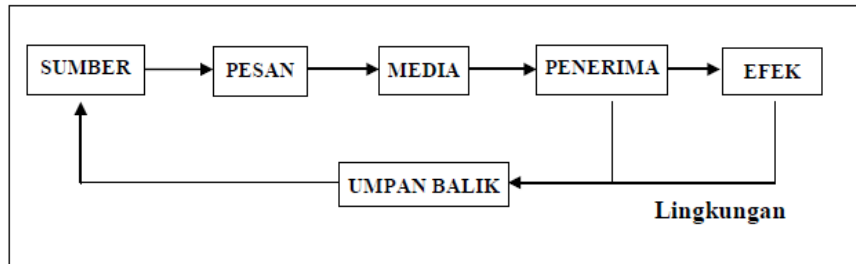
3. Unsur Komunikasi

Unsur atau elemen adalah konsep yang digunakan untuk membangun suatu ilmu pengetahuan (*body of knowledge*). Komunikasi sebagai disiplin ilmu memiliki beberapa unsur, tanpa adanya unsur ini maka proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung. Seperti halnya definisi, unsur komunikasi juga beberapa macam pandangan para pakar tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang berpendapat bahwa terciptanya proses komunikasi, cukup didukung oleh tiga unsur. Ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan sebagai unsur dari komunikasi.

Awal 1960-an, David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Konsep Berlo dikenal dengan istilah SMCR, yaitu: *Source* (sumber/pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran media), dan *Receiver* (penerima) (Cangara, 2019).

Kemudian, formula ini dikembangkan oleh Charles Osgood, et.al yang menambahkan unsur efek dan umpan balik sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna. Perkembangan terakhir, yaitu munculnya pandangan dari Josep de Vito, et.al yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi (Cangara, 2019). Untuk lebih

jelas unsur-unsur komunikasi dan bagaimana prosesnya dapat diamati pada gambar berikut:



Gambar 1. Unsur-Unsur Komunikasi

Sumber: Cangara, 2019

Sumber

Setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim pesan. Sumber dapat berupa individu atau kelompok, misalnya organisasi, dinas, lembaga, atau partai politik. Sumber sering disebut dengan pengirim, atau komunikator yang mengirim pesan pertama.

Pesan

Pesan merupakan sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Penyampaian pesan dapat dilakukan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi lainnya. Isi pesan dapat berupa informasi kebijakan atau program pemerintah, regulasi, ilmu pengetahuan, nasihat, atau propaganda, dan informasi lainnya yang dikirim oleh sumber.

Media

Media merupakan alat yang digunakan oleh sumber untuk memindahkan pesan kepada penerima. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka untuk umum. Setiap orang dapat membaca, melihat, dan

mendengarkan informasi yang disampaikan oleh sumber. Berkaitan dengan hal tersebut, media dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak dapat berupa spanduk, surat kabar, majalah, buku, poster, stiker, dan lainnya. Sementara media elektronik, berupa radio, televisi, electronic board, dan sejenis lainnya.

Perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat berdampak pada berkembangnya jenis media komunikasi yang dihasilkan. Penyampaian informasi semakin lengkap, mudah, dan cepat untuk didapatkan. Sehingga memudahkan sumber dalam menyampaikan informasi dengan menggunakan media teknologi yang tepat.

Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran penerima pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima dapat berupa individu, kelompok, organisasi masyarakat, partai politik, maupun lainnya. Penerima biasa disebut dengan sasaran, khalayak atau komunikan. Dalam proses komunikasi keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Jadi, tidak mungkin penerima jika tidak ada sumber.

Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika penerima tidak menerima pesan dengan baik, maka akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering sekali terjadi, misalnya salah pemahaman (miskomunikasi). Hal ini sangat sering ditemukan dalam organisasi, antara pemberi pesan dipahami berbeda oleh si penerima pesan. Oleh karena itu, mengetahui karakteristik penerima menjadi sebuah peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

Umpan Balik

Umpan balik merupakan salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Ini juga dapat dikatakan sebagai respon yang dikembalikan oleh penerima kepada si pengirim pesan. Umpan balik diperlukan untuk membantu kedua belah pihak untuk memahami apakah pesan yang dikirimkan dapat dipahami dengan baik.

Lingkungan

Lingkungan merupakan faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Dalam hal ini, faktor lingkungan dapat dikategorikan atas empat macam, yaitu: lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi, jika tidak terdapat rintangan fisik, seperti letak geografis. Pemahaman dari faktor ini adalah komunikasi seringkali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh.

Sementara lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi, dan politik. Biasanya kendala yang sering terjadi dalam lingkungan sosial adalah kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Pada dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain. Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda disebabkan pertimbangan waktu.

Setiap unsur komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Seiring perkembangan ilmu pengetahuan, tentunya unsur-unsur komunikasi juga mengalami perubahan. Misalnya unsur gangguan (noise) yang juga perlu dipertimbangkan dalam berkomunikasi, sehingga menjadi perhatian

para pemberi pesan untuk memahami gangguan yang muncul baik internal maupun eksternal dalam komunikasi.

C. Manajemen Komunikasi

Pada prinsipnya manajemen komunikasi merupakan perpaduan dari dua kata, yaitu manajemen dan komunikasi. Secara umum manajemen dapat diartikan sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya organisasi agar mencapai tujuan organisasi. Sedangkan komunikasi dapat diartikan sebagai penyampaian informasi atau gagasan kepada orang lain. Komunikasi diperlukan pengaturan dengan baik dan didukung alat, teknologi dan sistem, agar pesan dapat tersampaikan dalam lingkup luas. Oleh sebab itu diperlukan manajemen untuk mengatur segala yang berkaitan dengan komunikasi.

Manajemen komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses yang meliputi perencanaan yang sistematis, pelaksanaan, pemantauan, serta revisi dari seluruh saluran komunikasi dalam organisasi untuk penyampaian informasi kepada kelompok sasaran. Dengan sederhana dapat kita pahami, manajemen komunikasi merupakan cara untuk mengelola proses komunikasi yang berhubungan dengan pihak lain. Oleh karena itu, dalam manajemen komunikasi akan membentuk saluran-saluran komunikasi agar memudahkan pola koordinasi yang tidak berbenturan antara satu dengan lainnya. Sehingga arus informasi yang keluar maupun masuk dapat diatur dengan baik oleh sebuah organisasi.

Banyak ahli telah memberikan definisi terkait manajemen komunikasi. (Parag, 1999) berpendapat bahwa manajemen komunikasi sebagai proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan

pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dari definisi ini dapat kita cermati bahwa integrasi informasi perlu diatur dengan baik seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, sehingga adanya keseragaman informasi yang sama dimiliki oleh organisasi. Hal ini berkaitan dengan tujuan utama dari manajemen komunikasi itu sendiri adalah untuk optimalisasi pemanfaatan sumber daya manusia, dan teknologi untuk meningkatkan komunikasi secara efektif.

Manajemen komunikasi secara internal berfungsi untuk mengkoordinasikan kesatuan pesan dalam menyelesaikan setiap permasalahan yang muncul dalam organisasi. Sementara secara eksternal, manajemen komunikasi berfungsi untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan *stakeholders* dengan jalannya roda organisasi. Dengan kata lain, fungsi manajemen komunikasi sebagai jembatan antara internal dengan eksternal organisasi.

D. Komunikasi Kebijakan

Permasalahan yang sering dihadapi oleh lembaga pemerintah pada umumnya berkisar pada masalah hubungan dengan masyarakat sebagai kelompok sasaran kebijakan (*target group*). Kondisi, iklim, dan budaya masyarakat tak jarang diwarnai perbedaan pemahaman dan kadang disertai pertentangan secara terbuka melalui aksi demonstrasi menolak kebijakan pemerintah yang tidak dapat dikomunikasikan dengan baik kepada masyarakat. Lembaga pemerintah tidak bisa menjalankan tugasnya melayani kebutuhan masyarakat secara sempurna, apabila tidak mempunyai kesamaan pandangan dan keserasian hubungan. Eksistensi komunikasi dalam kebijakan adalah bagaimana

mengintegrasikan semua elemen-elemen nilai publik sehingga terjalin kepercayaan, dukungan, dan kerja sama yang baik dari masyarakat.

Komunikasi kebijakan menjadi penting sebagai tolak ukur keberhasilan dari implementasi kebijakan. Sebaik apapun kebijakan yang telah dirumuskan oleh pemerintah, tidak akan berhasil jika tidak ada komunikasi kebijakan yang baik dan efektif kepada sasaran kebijakan.

Komunikasi kebijakan semakin kompleks dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi. Sehingga pemerintah memiliki tantangan-tantangan komunikasi kebijakan yang kompleks yang akan dihadapi. Keberhasilan kebijakan tidak semata terletak pada sisi teknokrasi, tetap juga dapat dilihat dari komunikasi. Oleh karena itu, profesi analis kebijakan yang mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk memberikan saran dan advokasi kebijakan melalui strategi tertentu agar komunikasi kebijakan dapat berjalan dengan efektif.

Salah satu ciri utama dari komunikasi dalam kebijakan publik adalah komunikasi yang bersifat timbal balik. Mengapa hal ini penting? Karena untuk terciptanya *feedback* sebagai prinsip pokok dan prosedur dalam perencanaan serta implementasi kebijakan publik (Mani & Guntoro, 2020). Oleh sebab itu, proses komunikasi kebijakan harus dilakukan dengan manajemen yang baik agar informasi kebijakan dapat tersampaikan dan dipahami oleh masyarakat luas dengan baik.

Aktor Komunikasi Kebijakan

Memahami kebijakan publik tidak terlepas dari aktor-aktor dan agensi yang fungsinya sebagai pelaksana kebijakan atau implementor kebijakan. Secara umum, terdapat beberapa implementor kebijakan yang juga merupakan komunikator kebijakan. Aktor komunikasi kebijakan terdiri dari aktor resmi dan tidak resmi. Aktor resmi terdiri dari lembaga

birokrasi, eksekutif (presiden, gubernur/bupati/walikota), legislatif, dan yudikatif. Sementara aktor tidak resmi terdiri dari kelompok-kelompok kepentingan, partai politik, warga negara secara individu.

Secara operasional aktor resmi terdiri dari SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah), lembaga-lembaga teknis, dan bagian-bagian yang ada dalam struktur organisasi pemerintah daerah/kota yang bertugas menyampaikan atau melaksanakan informasi melalui sosialisasi atas produk kebijakan kepada masyarakat. Dalam lingkup birokrasi, dikenal bagian hubungan masyarakat atau disingkat dengan humas (*public relations*). Salah satu fungsinya adalah menjembatani komunikasi pemerintah dengan masyarakat atau *stakeholders*. Selain itu juga membantu organisasi untuk memperoleh opini/ tanggapan publik terhadap kebijakan pemerintah yang dapat dihimpun oleh humas.

Berdasarkan hal tersebut, sebagai aktor pelaksana kebijakan harus memahami informasi dapat tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pemerintah agar komunikasi dapat efektif menurut (National Institute of Agricultural Extension Management, 2000) yaitu:

1. *Clarity of purpose*: pesan yang akan disampaikan harus jelas dalam pikiran pengirim. Orang yang menjadi sasaran dan tujuan pesan harus jelas.
2. *Completeness*: pesan yang disampaikan harus lengkap. Hal ini harus didukung oleh fakta dan bisa dilihat. Oleh karena itu komunikasi harus direncanakan dan diorganisasikan dengan baik.
3. *Conciseness*: Pesan harus singkat dan lengkap, tidak menyertakan hal-hal yang tidak perlu.

4. *Feedback*: Apakah pesan yang dikirim oleh pengirim dipahami dengan istilah yang sama oleh penerima atau tidak, hal ini dapat dinilai dengan umpan balik yang diterima.
5. *Empathy*: Pembicara harus melangkah ke posisi pendengar dan peka terhadap kebutuhan dan emosi mereka. Dengan cara ini dia dapat memahami berbagai hal dari sudut pandang mereka dan membuat komunikasi lebih efektif.
6. *Modify the message according to the audience*: kebutuhan informasi oleh orang yang berbeda di dalam organisasi berbeda, sesuai dengan kebutuhan mereka. Apa yang relevan dengan khalayak tertentu, mungkin tidak relevan dengan khalayak orang lain. Penggunaan jargon harus diminimalkan karena dapat menyebabkan kesalahpahaman dan salah tafsir. Pesan harus dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan dan persyaratan audiens yang ditargetkan.
7. *Multiple Channels of Communication*: Untuk komunikasi yang efektif harus menggunakan saluran yang banyak guna meningkatkan peluang kejelasan pesan.
8. *Make effective use of Grapevine (Informal channel of communication)*: Masyarakat dan pemerintah tidak harus selalu mencegah selentingan. Pemerintah dapat menggunakan selentingan untuk menyampaikan pesan formal dan untuk mengidentifikasi masalah yang penting bagi masyarakat.

Hambatan Komunikasi Kebijakan

Komunikasi efektif adalah bagian tak terpisahkan dari keberhasilan dari lembaga pemerintah yang sukses dalam penyampaian informasi kebijakan. Komunikasi dikatakan efektif, apabila pesan yang

disampaikan oleh komunikator, identik atau sama dengan apa yang dipahami oleh komunikan. Namun demikian, terdapat banyak penyebab yang mengganggu jalannya komunikasi. (Lunenburg, 2010) menjelaskan empat jenis hambatan dalam komunikasi. Hambatan ini perlu menjadi perhatian aktor pemerintah dalam penyampaian informasi kebijakan, yaitu:

1. Hambatan dalam proses komunikasi terdiri dari:

- a. *Sender barrier*. Hambatan yang terjadi ketika seseorang gagal menyampaikan ide, karena kredibilitas, dan kompetensi atau penguasaan materi pesan yang tidak dikuasai dengan baik.
- b. *Encoding barrier*. Hambatan yang terjadi pada komunikator dalam memaknai pesan yang diterima dari komunikan
- c. *Medium barrier*. Hambatan yang terjadi ketika seseorang kurang tepat dalam memilih media yang digunakan dalam menyampaikan pesan.
- d. *Decoding barrier*. Hambatan dalam pemberian makna dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.
- e. *Receiver barrier*. Kurangnya perhatian komunikan sehingga pesan dari komunikator tidak diterima secara penuh.
- f. *Feedback barrier*. Kurang umpan balik sehingga komunikator tidak mengetahui efek pesan yang disampaikan.

2. Hambatan Fiskal

Hambatan yang terjadi pada ruang dan tempat ketika berlangsungnya komunikasi. Misalnya, jarak komunikasi yang jauh, tempat umum atau publik, suasana bising dan panas, dan sebagainya. Hambatan fiskal juga terjadi pada alat yang digunakan

dalam komunikasi. Contoh: telepon dengan jaringan signal lemah mengakibatkan komunikasi mengalami hambatan.

3. Hambatan Semantic

Hambatan ini terkait dengan penggunaan bahasa dan pemahaman dari penerima informasi yang berbeda dengan maksud dari pengirim informasi. Pemahaman terhadap jargon-jargon tertentu antara komunikator dan komunikan yang terpelajar sangat berbeda, sehingga ada hal-hal tertentu si penerima pesan tidak memahami apa makna yang disampaikan. Oleh karena itu, diharapkan pemerintah harus menyesuaikan penyesuaian bahasa dengan kelompok sasaran kebijakan. Jika kelompok sasarannya masyarakat pedesaan, maka sebaiknya menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti.

4. Hambatan Psychosocial

Hambatan yang paling berpengaruh dalam komunikasi antar pribadi (interpersonal) dimana kondisi emosi seseorang dapat menentukan apakah pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan dapat diterima dengan benar oleh penerima pesan sesuai dengan maksud yang ingin disampaikan. Misalnya, sikap benci di antara komunikator dan komunikan akan menghalangi peluang untuk komunikasi yang efektif.

Studi kasus:

Model Linear Komunikasi Kebijakan Relokasi PKL

Sumber: (La Mani & Guntoro, 2020)

Model komunikasi linear dalam komunikasi kebijakan pemerintah Kota Yogyakarta meliputi komunikasi secara langsung (*face to face*) dan komunikasi tidak langsung (bermedia). Komunikasi secara langsung dilakukan pemerintah melalui mengirim pesan kepada PKL dalam bentuk informasi, instruksi, dan koersif. Komunikasi langsung juga dilakukan dengan kunjungan ke lokasi sebaran PKL, dan mengundang perwakilan PKL kediaman Walikota Yogyakarta.

Sementara komunikasi tidak langsung disampaikan melalui media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikemas dalam bentuk acara program “Walikota Menyapa” dan “Obrolan Walikota”.

Model komunikasi linear dalam implementasi kebijakan relokasi PKL memiliki beberapa hambatan, diantaranya penyampaian pesan sifatnya searah dan umpan balik relatif kecil. Hambatan tersebut bersumber dari konteks komunikasi, teknis penyampaian, dan proses dari komunikasinya, faktor semantik, dan kerangka pemikiran masing-masing pihak yang terlibat dalam komunikasi.

Penggunaan model komunikasi linear akan efektif jika seorang komunikator dapat mereduksi hambatan-hambatan tersebut dengan baik. Jika tidak, maka dapat dipastikan tujuan komunikasi yang diinginkan tidak akan tercapai.

E. Rangkuman

Komunikasi menjadi dimensi fundamental dalam kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan sifat manusia sebagai makhluk sosial yang tidak terlepas dari interaksi antar sesama dalam kehidupan sehari-hari. Lebih dari itu, komunikasi juga digunakan sebagai sarana penyampaian informasi dan pengetahuan kepada masyarakat terhadap kebijakan yang dihasilkan oleh pemerintah.

Pada prinsipnya kebijakan publik lahir untuk menjawab permasalahan sosial yang ada dalam masyarakat. Dalam pelaksanaannya, diharapkan masyarakat dapat menerima, serta menjalankannya tanpa adanya pertentangan atau penolakan. Namun kenyataannya, tidak mudah untuk mempengaruhi pemahaman, sikap, dan perilaku masyarakat untuk menerima kebijakan yang dihasilkan.

Pertentangan kebijakan kemungkinan disebabkan komunikasi antara pemerintah dengan kelompok sasaran kebijakan tidak berjalan dengan baik. Komunikasi menjadi salah satu faktor keberhasilan kebijakan publik. Dalam proses komunikasi kebijakan memiliki banyak variabel yang mempengaruhi efektivitasnya, untuk itu pemerintah perlu memperhatikan unsur-unsur didalamnya, karena pada setiap unsur tersebut memiliki potensi penyebab komunikasi kebijakan menjadi gagal. Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi kebijakan, seorang implementor harus mengembangkan kesadaran dan mengasah keterampilan untuk menjadi komunikator yang baik, serta mampu mengidentifikasi hambatan-hambatan dalam komunikasi. Sehingga, pesan yang disampaikan kepada publik dapat dipahami dan diterima dengan baik dan menjadi peluang kebijakan tersebut berhasil dilaksanakan.

F. Soal Latihan

1. Jelaskan mengapa komunikasi penting dalam kebijakan publik!
2. Jelaskan fungsi dari komunikasi!
3. Jelaskan faktor-faktor penghambat dalam komunikasi!
4. Identifikasi siapa saja aktor komunikasi kebijakan!
5. Buatlah satu contoh desain manajemen komunikasi kebijakan!

BAB III

PENGERTIAN, LANGKAH DAN STRATEGI DALAM ADVOKASI KEBIJAKAN

A. Indikator Hasil Belajar

Setelah mempelajari bab ini, peserta diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep dan posisi advokasi dalam proses kebijakan
2. Menguraikan berbagai strategi Advokasi kebijakan
3. Menyusun Rencana Advokasi Kebijakan

B. Pengertian dan Posisi Advokasi Dalam proses Kebijakan Publik

Advokasi merupakan sebuah proses yang melibatkan berbagai tindakan politis yang dilakukan oleh warga negara yang terorganisasi untuk mentransformasikan hubungan-hubungan kekuasaan. Advokasi kebijakan juga dapat diartikan sebagai upaya untuk memperbaiki atau mengubah kebijakan publik sesuai dengan kehendak atau kepentingan mereka yang mendesakkan terjadinya perbaikan atau perubahan tersebut (Topatimasang, 2016).

Advokasi adalah usaha sengaja (*action with purposes*), ada niat dan kehendak di situ. Sebagai upaya sengaja, maka kejelasan tentang strategi dan target advokasi menjadi penting. Disinilah perbedaan advokasi dengan penyampaian aspirasi atau sekadar penyebaran informasi atau kampanye untuk perubahan sosial yang biasanya lebih bersifat insidental. Advokasi meminta adanya langkah-langkah dan indikator pencapaian yang jelas, terencana dan terukur. Selain itu, kata kunci dalam advokasi adalah perubahan/penguatan kebijakan. Advokasi berusaha mengubah kebijakan. Advokasi bukan sekadar untuk merubah perilaku atau keadaan, tetapi terutama untuk merubah kebijakan. Diharapkan dengan

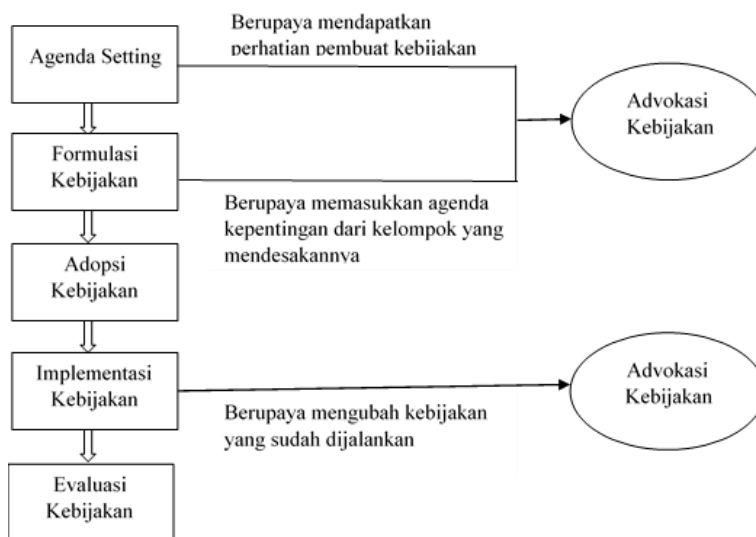
perubahan kebijakan, maka perilaku dan keadaan akan berubah. Tentu saja fokus pada kebijakan ini didasarkan pada pandangan bahwa kebijakan negara (baik di tingkat pusat, maupun daerah) berpengaruh kuat terhadap kondisi kehidupan dan bahwa banyak persoalan tidak bisa dilepaskan dari adanya kebijakan yang bermasalah, kurang tepat, atau kurang sempurna.

Advokasi juga bisa dimaknai sebagai *“to represent, promote, or defend some person (s), interest, or opinion”*. Selanjutnya Quin and Young (2012) menyebutkan 5 karakteristik Advokasi kebijakan yang meliputi:

1. *A strategy to affect policy change or action* (sebuah strategi untuk mempengaruhi perubahan kebijakan atau tindakan)
2. *A primary audience of decision makers* (sasaran utama adalah pembuat kebijakan)
3. *A deliberate process of persuasive communication* (proses komunikasi persuasif yang sengaja dilakukan)
4. *A process that normally requires the building of momentum a support behind the proposed policy idea or recommendation* (sebuah proses yang membutuhkan pembangunan momentum dan dukungan atas ide dan rekomendasi kebijakan yang diusulkan)
5. *Conducted by groups of organized citizen* (dilakukan oleh kelompok masyarakat secara terorganisir)

Advokasi dalam kaitannya dengan proses kebijakan publik dilakukan untuk mendorong diimplementasikannya kebijakan baru, merevisi kebijakan yang ada maupun mengimplementasikan kebijakan. Advokasi juga dapat dilakukan untuk mendorong dilakukan evaluasi kebijakan, atau memanfaatkan hasil evaluasi kebijakan untuk

mempengaruhi kebijakan. Dalam proses kebijakan publik posisi advokasi bisa berada dalam setiap tahapan proses kebijakan. *Pertama*, pada tahap *agenda setting* advokasi berfokus pada memastikan isu masuk dalam agenda/program regulasi. *Kedua*, pada tahap formulasi kebijakan advokasi berfokus pada adu gagasan sebagai bagian dari *policy proposal*, misalnya terkait dampak kebijakan. *Ketiga*, pada tahap adopsi kebijakan advokasi berfokus pada membangun dukungan untuk penetapan *policy proposal*. *Keempat*, pada tahap implementasi kebijakan advokasi berfokus pada penyiapan kebijakan turunan untuk melaksanakan kebijakan dan/atau mengelola resistensi. *Kelima*, Advokasi berfokus pada mengelola perhatian dan dukungan publik atas kebijakan. Skema posisi advokasi dalam proses kebijakan publik dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2 Posisi Advokasi Kebijakan dalam Proses Kebijakan Publik

Sumber: Rahadian, Ramaditya, 2020:24

Dalam melakukan advokasi di setiap tahap proses kebijakan harus mengikuti prinsip-prinsip advokasi yang terdiri dari:

1. Berbasis bukti
2. Manfaat
3. Transparan dan akuntabel
4. Tidak berpengaruh atau tergantung dari pihak luar
5. Tidak diskriminatif
6. Netral dan tidak menghakimi

Secara sederhana Gen dan Wright (dalam Asropi & Muhamad Imam Alfie Syarien, 2021) menggambarkan logika Advokasi Kebijakan dalam sebuah sistem sebagai berikut:

Inputs	Aktivitas	Immediate outcomes	Intermediate outcomes	Impacts
<ul style="list-style-type: none"> ● Kemampuan mengidentifikasi masalah ● Kapasitas SDM ● Kapasitas pelaksanaan strategi (riset, pengelolaan media, lobi) ● Kapasitas anggaran 	<ul style="list-style-type: none"> ● Monitoring & evaluasi kebijakan ● Pembangunan koalisi ● Pemberdayaan dan mobilisasi masyarakat ● Pendekatan kepada pembuat kebijakan ● Penyebaran informasi 	<ul style="list-style-type: none"> ● Perubahan kesadaran, sikap, perilaku, dan dukungan masyarakat atau pembuat kebijakan 	<ul style="list-style-type: none"> ● Adopsi kebijakan ● Perbaikan implementasi kebijakan 	<ul style="list-style-type: none"> ● Perubahan di kelompok sasaran sesuai ekspektasi ● Perubahan dalam sistem dan layanan sesuai ekspektasi ● People-centered policymaking

C. Strategi Advokasi Kebijakan

Keberhasilan advokasi sangat tergantung dari ketepatan penggunaan strategi yang dipilih. Strategi advokasi merupakan upaya terencana untuk memandu jalannya proses advokasi kebijakan. Bagi seorang analis kebijakan dalam menentukan strategi yang dipilih harus mempertimbangkan konteks kebijakan, stakeholder yang terlibat, pola hubungan kekuasaan dan perubahan yang diinginkan. Strategi advokasi kebijakan dibagi dalam 2 kategori, yaitu :

1. Strategi Advokasi Proaktif

Strategi ini merupakan suatu strategi dimana advokat kebijakan secara proaktif bertindak untuk mempengaruhi suatu kebijakan publik sebelum kebijakan ditetapkan atau disahkan secara hukum. Proaktif dari belum ada kebijakan menjadi ada, proaktif dalam mencari informasi informasi terkait dengan isu-isu kebijakan baru. Strategi Advokasi Proaktif terdiri dari:

a. Lobby

Lobby merupakan kegiatan advokasi untuk mempengaruhi pengambil keputusan agar bersedia mendukung keputusan berdasarkan pertimbangan cara pandang kita. Ada beberapa langkah untuk memastikan keberhasilan Lobby yang kita lakukan berhasil, meliputi:

- Membangun hubungan yang baik dan bersedia menjadi sumber informasi utama tanpa memihak pada kepentingan sesaat
- Memprioritas isu daripada kepentingan pribadi

- Menawarkan pemecahan masalah berbasis hasil penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan validitasnya
- Menyimpan contact person dan materi lobby yang dilengkapi argumen pendukung dengan para pembuat kebijakan
- Melakukan kontak baik secara personal maupun kelembagaan
- Membawa data-data pendukung dalam pelaksanaan Lobby

Apabila Lobby yang dilakukan bersifat politik (political lobbying) maka melakukan pendekatan terhadap tokoh masyarakat sangat disarankan.

b. Hearing

Hearing dibagi menjadi dua jenis, yaitu hearing kepada pihak pengambil kebijakan dan hearing kepada publik. Kegiatan public hearing bertujuan melakukan sosialisasi gagasan kita sebagai analis kebijakan dan mengumpulkan masukan atau menyerap pandangan masyarakat di seputar isu yang menjadi perhatian kita. Dalam pelaksanaan public hearing dapat dilakukan melalui diskusi, debat terbuka dan seminar.

c. Kampanye

Kampanye adalah suatu kegiatan yang dilakukan dalam rangka melakukan sosialisasi wacana, ide pandangan kita terhadap suatu kebijakan atau suatu kasus tertentu yang bertujuan untuk mendapat dukungan dari publik. Alat yang bisa digunakan untuk kampanye adalah media baik cetak maupun elektronik. Dalam

advokasi kebijakan kampanye sering disebut Advokasi Media. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi advokasi media, yaitu membangun akses dengan media yang akan kita gunakan, melakukan manajemen terhadap isu yang dipilih, membuat analisis segmentasi target audiens, merancang isu dan pesan newsworthiness, memilih media dan melakukan monitoring dan evaluasi.

2. Strategi Advokasi Reaktif

Strategi ini merupakan strategi dimana advokat kebijakan berusaha mengubah setelah kebijakan diundangkan atau ditetapkan atau setelah masyarakat menanggung akibat dari kebijakan terkait, bersifat konfrontatif/perlawanan. Adapun bentuk strategi advokasi Reaktif meliputi :

a. Boikot

Boikot adalah melakukan pembangkangan atau penolakan untuk melaksanakan kebijakan pemerintah. Boikot merupakan pembalasan/hukuman terhadap kebijakan/sikap yang tidak disetujui. Himbauan untuk boikot biasanya diawali oleh sebuah deklarasi yang diikuti oleh serangkaian kampanye.

b. Demonstrasi/Unjuk Rasa

Demo pada umumnya melibatkan banyak orang, maka sebelum melakukannya harus dilakukan analisis secara seksama beberapa hal berikut :

- Apa tujuan demo
- Siapa saja yang akan dilibatkan dalam demo
- Berapa jumlah yang diharapkan ikut terlibat

- Apakah mempunyai kemampuan untuk mengendalikan massa agar tidak anarkis
- Apakah dampak yang mungkin timbul jika demo dilakukan

Advokasi kebijakan dalam sistem hukum dapat dilakukan melalui 2 pendekatan, yaitu :

1. Advokasi Litigasi

Advokasi Litigasi adalah proses advokasi yang dilakukan melalui jalur hukum ke pengadilan. Adapun jenis advokasi litigasi meliputi :

- a. *Legal Standing*, yaitu advokasi yang dilakukan dimana keadaan seseorang atau sekelompok orang dinyatakan telah memenuhi syarat, sehingga berhak untuk mengajukan permohonan di pengadilan
- b. *Class Action*, yaitu advokasi yang dilakukan untuk tuntutan hukum yang biasanya terkait permintaan ganti rugi yang diajukan oleh sejumlah orang atau kelompok tertentu.

2. Advokasi Non Litigasi

Advokasi Non Litigasi adalah proses advokasi yang dilakukan melalui jalur mediasi. Adapun jenis advokasi Non Litigasi meliputi :

a. Negosiasi

Advokasi yang dilakukan melalui Negosiasi dimaksudkan untuk menghasilkan kesepakatan, maka diperlukan kemampuan untuk melakukan tawar menawar dengan menyediakan alternatif yang cukup terbuka.

b. Petisi

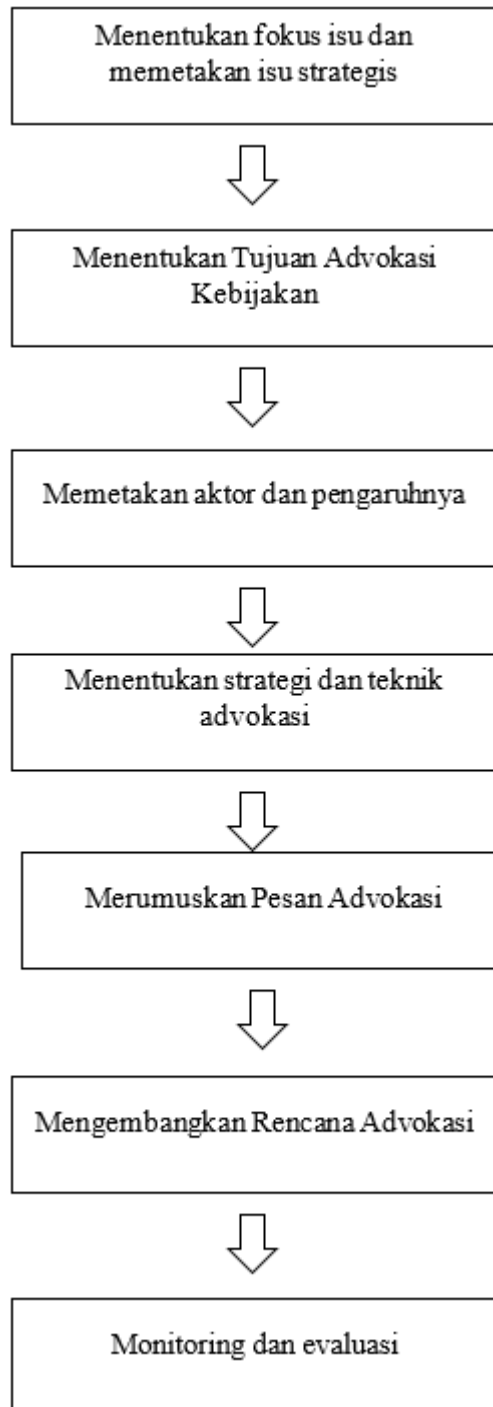
Petisi atau resolusi merupakan salah satu teknik advokasi dengan membuat pernyataan tertulis. Petisi atau resolusi ini akan lebih besar tekanannya apabila merupakan hasil dari suatu musyawarah/rapat dengan jumlah peserta yang besar (kuantitatif dan kualitatif) dan didukung media massa. Advokasi dalam bentuk petisi bentuknya antara lain pernyataan sikap, ikrar, dan fatwa.

D. Menyusun Rencana Advokasi Kebijakan

Pada dasarnya seorang analis kebijakan dapat memilih strategi yang paling sesuai untuk mengadvokasi kasus yang sudah disepakati. Namun demikian menurut UNICEF (dalam P.M. Marpaung, 2017:289) dalam merencanakan strategi advokasi kebijakan harus mempertimbangkan 9 pertanyaan yang harus dijawab, yaitu :

1. Apa tujuan yang kita inginkan melalui advokasi kebijakan
2. Siapa yang dapat membuat tujuan tersebut tercapai
3. Apa yang mereka butuhkan untuk mendengar
4. Dari siapa mereka harus mendengar
5. Bagaimana cara kita memastikan mereka mendengarkan
6. Apa yang kita miliki
7. Apa yang kita perlukan
8. Bagaimana cara kita memulai Tindakan
9. Bagaimana kita mengatakan bahwa advokasi telah berjalan.

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut akan membantu kita dalam merumuskan Langkah-langkah dalam melakukan advokasi kebijakan.



Gambar 3. Langkah-Langkah dalam Advokasi Kebijakan

Langkah-langkah dalam advokasi kebijakan di atas dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menentukan fokus isu dan memetakan isu

Salah satu cara menentukan isu adalah dengan mempertimbangan konteks kebijakan. Dalam menentukan fokus harus ditentukan mana yang lebih mudah diterima dalam waktu dan tempat tertentu dan oleh aktor-aktor yang sudah kita petakan. Kegiatan advokasi yang baik seharusnya terfokus pada satu masalah atau satu kebijakan publik tertentu. Langkah terpenting dalam kegiatan advokasi adalah memilih dan menetapkan apa isu kebijakan public yang benar-benar strategis dijadikan sebagai sasaran advokasi.

2. Menentukan Tujuan Advokasi Kebijakan

Para pihak yang melakukan advokasi hendaknya memahami tujuan yang ingin dicapai agar mudah dalam menentukan strategi dan bahan advokasi yang tepat. Dengan tujuan yang berbeda dapat dipilih strategi yang sesuai dalam melakukan advokasi.

3. Memetakan aktor dan pengaruhnya

Tujuan dari langkah ini adalah untuk menyusun strategi, sasaran dan kolaborator, sumber daya yang harus dialokasikan, pembagian kerja dan pembuatan bahan. Dalam memetakan aktor harus diperhatikan antara aktor utama dan sekunder. Aktor utama adalah para pengambil keputusan yang memiliki otoritas untuk melakukan perubahan kebijakan. Aktor Sekunder adalah pihak-pihak yang memiliki akses dan dapat mempengaruhi actor utama. Misalnya tokoh agama, media, tokoh masyarakat lainnya. Posisi aktor sekunder harus diperhatikan terkait dengan posisi

dan kekuatan yang dimiliki, juga harus diidentifikasi apakah para pihak actor sekunder dalam posisi mendukung, menentang atau bersikap netral.

4. Menentukan strategi dan teknik advokasi

Menentukan strategi dan Teknik advokasi harus mempertimbangkan kelompok sasaran. Pemilihan strategi dapat bervariasi dari berbagai strategi yang ada.

5. Merumuskan Pesan advokasi

Pesan yang akan disampaikan dalam advokasi harus disesuaikan dengan kelompok sasaran. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam merumuskan pesan yang akan disampaikan adalah kepada siapa pesan tersebut akan disampaikan, apa yang ingin dicapai dari penyampaian pesan tersebut dan tindakan apa yang diharapkan akan dilakukan oleh penerima pesan setelah menerima pesan tersebut.

6. Melaksanakan Rencana Advokasi

Setelah menentukan fokus isu kebijakan yang akan diadvokasi, menentukan tujuan advokasi dan strategi yang dipilih persiapan selanjutnya adalah merancang strategi pelaksanaan yang dinilai paling efektif dalam proses advokasi. Persiapan ini meliputi aktivitas apa yang akan dilakukan, siapa yang bertugas melaksanakannya, waktu pelaksanaan dan sumber daya yang dibutuhkan.

7. Monitoring dan evaluasi

Advokasi terjadi dalam lingkungan sangat dinamis sehingga dibutuhkan monitoring dan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan ataupun kegagalan sebagai sebuah pembelajaran.

Monitoring dilakukan untuk mengetahui kemajuan dalam mencapai tujuan tertentu. Hasil monitoring dan evaluasi dapat digunakan untuk membantu melakukan adaptasi terhadap strategi yang diterapkan dalam advokasi. Secara sederhana alat bantu berikut dapat digunakan untuk melakukan monitoring evaluasi dalam advokasi kebijakan.

Tabel 1. Tabel Monitoring dan Evaluasi Advokasi Kebijakan

Strategi	Tujuan	Kelompok Sasaran	Indikator Keberhasilan
Lobby			
Hearing			
Kampanye			
dst			

Sumber: P.M. Marpaung; 2017 : 297

E. Rangkuman

Advokasi merupakan sebuah proses yang melibatkan berbagai tindakan politis yang dilakukan oleh warga negara yang terorganisasi untuk mentransformasikan hubungan-hubungan kekuasaan. Advokasi kebijakan juga dapat diartikan sebagai upaya untuk memperbaiki atau mengubah kebijakan publik sesuai dengan kehendak atau kepentingan mereka yang mendesakkan terjadinya perbaikan atau perubahan tersebut. Advokasi meminta adanya langkah-langkah dan indikator pencapaian yang jelas, terencana dan terukur. Kata kunci dalam advokasi adalah perubahan/penguatan kebijakan. Advokasi berusaha mengubah kebijakan. Advokasi bukan sekadar untuk merubah perilaku atau

keadaan, tetapi terutama untuk merubah kebijakan. Diharapkan dengan perubahan kebijakan, maka perilaku dan keadaan akan berubah.

Terdapat 7 tahap dalam advokasi kebijakan, yaitu : 1) Menentukan fokus isu dan memetakan isu, 2) Menentukan Tujuan Advokasi Kebijakan, 3) Memetakan aktor dan pengaruhnya, 4) Menentukan strategi dan teknik advokasi, 5) Merumuskan Pesan advokasi, 6) Melaksanakan Rencana Advokasi dan 7) Monitoring dan evaluasi. Dalam melaksanakan advokasi dapat memilih strategi yang paling sesuai untuk mengadvokasi kasus yang sudah disepakati. Terdapat beberapa strategi dalam advokasi kebijakan antara lain : Strategi proaktif, strategi reaktif dan advokasi hukum dalam bentuk advokasi Litigasi maupun Non Litigasi.

F. Soal Latihan

Inovasi Pelayanan Publik : Kebutuhan atau Harapan

Sejalan dengan adanya perubahan dan perkembangan dalam berbagai bidang kehidupan, salah satunya dalam penyelenggaraan pemerintahan, maka semakin besar pula tuntutan dan tantangan yang diberikan dan dihadapi oleh birokrasi pemerintahan, birokrasi harus berubah menuju perbaikan dan kemajuan. Perlunya perbaikan tata kelola penyelenggaraan pemerintahan (*governance*) melalui reformasi birokrasi. Area perubahan dalam reformasi birokrasi salah satunya menekankan tentang perbaikan pelayanan publik. Pelayanan publik menjadi prioritas dalam setiap organisasi pemerintah, didukung dengan berbagai peraturan perundang-undangan dari setingkat Undang-Undang hingga peraturan pada tataran teknis (di tingkat Kementerian/ Lembaga dan Pemerintah Daerah). Lahirnya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik telah menjadi tonggak komitmen

Pemerintah untuk mengutamakan pemberian pelayanan publik yang terbaik oleh semua jajaran birokrasi pemerintahan.

Undang-Undang Pelayanan Publik ditegaskan bahwa negara berkewajiban melayani setiap warga negara dan penduduk untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasarnya dalam kerangka pelayanan publik yang merupakan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Artinya, negara harus membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan publik yang dilakukan penyelenggara pelayanan publik, hal ini sejalan dengan harapan dan tuntutan seluruh warga negara dan penduduk tentang peningkatan pelayanan publik.

Pasal 10 Undang-Undang Pelayanan Publik diatur bahwa setiap pengelolaan pelaksana pelayanan publik harus dievaluasi secara berkala dan berkelanjutan, menggunakan indikator yang jelas dan terukur, dimana evaluasi ini salah satunya ditujukan untuk peningkatan kapasitas pelaksana, perbaikan prosedur dan/atau penyempurnaan organisasi sesuai dengan asas pelayanan publik dan peraturan perundang-undangan.

Dalam rangka peningkatan pelayanan publik, sebagaimana tertulis pada Pasal 23 Undang-Undang Pelayanan Publik telah memberikan penekanan untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terutama dalam penyelenggaraan sistem informasi elektronik pelayanan publik. Pemanfaatan teknologi dalam pelayanan publik dipertegas pada Bab Sistem Pelayanan Publik, Pasal 11 sampai dengan 21 Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, yang mengatur tentang Sistem Pelayanan Terpadu.

Dikembangkannya teknologi informasi dalam pelayanan publik adalah suatu bentuk inovasi atas pelayanan konvensional dan bersifat manual. Dalam Undang-Undang Pelayanan Publik juga diamanatkan untuk senantiasa melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan serta pendidikan dan pelatihan. Aktivitas kelitbangan pelayanan publik harus selaras dengan peningkatan kapasitas organisasi dan pelaksana pelayanan publik, disinilah tekanan pentingnya manajemen kapasitas inovasi pelayanan publik penyelenggara pelayanan publik.

Pentingnya inovasi dalam pelayanan publik ini semakin dipertegas dengan ditetapkannya Peraturan Menteri PAN dan RB Nomor 30 Tahun 2014 tentang Pedoman Inovasi Pelayanan Publik. Ditegaskan dalam Permen PAN dan RB ini bahwa dalam rangka pencapaian pelaksanaan reformasi birokrasi diperlukan percepatan peningkatan kualitas pelayanan publik. Percepatan tersebut memerlukan upaya pengembangan inovasi pelayanan publik pada Kementerian/Lembaga dan Pemerintah Daerah. Pembangunan dan pengembangan inovasi pelayanan publik, dilakukan melalui kompetisi inovasi, sistem informasi inovasi, pemanfaatan dan pengembangan jaringan informasi, peningkatan kapasitas, dan pemantauan yang berkelanjutan.

Pengembangan inovasi secara nasional, salah satunya diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Inovasi adalah hasil pemikiran, Penelitian, Pengembangan, Pengkajian, dan/atau Penerapan, yang mengandung unsur kebaruan dan telah diterapkan serta memberikan kemanfaatan ekonomi dan /atau sosial. Pada Pasal 34, khususnya pada ayat (1) ditegaskan bahwa Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah wajib mengembangkan invensi dan inovasi.

Kebijakan pengembangan kelembagaan inovasi nasional terakhir dibentuk Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) melalui Peraturan Presiden Nomor 33 Tahun 2021, yang dirubah dengan penetapan Peraturan Presiden Nomor 78 Tahun 2021. Ditegaskan bahwa untuk menjalankan penelitian, pengembangan, pengkajian, dan penerapan, serta invensi dan inovasi yang terintegrasi dibentuk BRIN di tingkat Nasional dan Badan Riset dan Inovasi Daerah (BRIDA) di tingkat Daerah.

Selanjutnya, dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, telah dan mulai diatur secara khusus dan tegas tentang “Inovasi Daerah”, sebagaimana tercantum dalam Bab XXI Inovasi Daerah. Pada Pasal 386 disebutkan bahwa dalam rangka peningkatan kinerja penyelenggaraan Pemerintahan Daerah, Pemerintah Daerah dapat melakukan inovasi. Inovasi yang dimaksudkan disini adalah semua bentuk pembaharuan dalam penyelenggaraan Pemerintahan Daerah.

Khusus terkait inovasi daerah ini, telah ditetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2017 tentang Inovasi Daerah, dimana dalam Pasal 2 disebutkan bahwa inovasi daerah bertujuan untuk meningkatkan kinerja penyelenggaraan Pemerintahan Daerah. Inovasi daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui: (a) peningkatan pelayanan publik, (b) pemberdayaan dan peran serta masyarakat, dan (c) peningkatan daya saing daerah. Berikutnya dalam pasal 4, disebutkan bahwa bentuk inovasi daerah berupa; (a) inovasi tata kelola pemerintahan daerah, (b) inovasi pelayanan publik, dan (c) inovasi daerah lainnya.

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah juga telah serius mengembangkan kebijakan regulasi inovasi daerah dengan menetapkan

Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 3 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Inovasi Daerah Provinsi Jawa Tengah. Perda ini selaras dengan kebijakan pengembangan inovasi daerah yang ditetapkan secara nasional.

Melihat beberapa rangkaian pengaturan atau kebijakan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam rangka pengembangan tata kelola pemerintahan sebagai bentuk reformasi birokrasi menuju birokrasi dan aparatur berkelas dunia sangat diperlukan adanya perbaikan kinerja pelayanan publik yang salah satunya dapat dilakukan dengan melakukan inovasi pelayanan publik dalam lingkungan pemerintahan.

Pelayanan publik yang disampaikan semakin lama harus semakin baik dengan berpedoman pada standar pelayanan. Perbaikan pelayanan publik semakin dituntut sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pelayanan konvensional tetap diupayakan perbaikannya, misalnya terkait dengan pembinaan dan pemberdayaan. Menyikapi berbagai tuntutan perbaikan kualitas pelayanan, inovasi pelayanan publik menjadi suatu keharusan/ kewajiban. Inovasi pelayanan publik telah dibangkitkan sejak tahun 2014, dengan berbagai ajang kompetisi inovasi pelayanan publik hingga sekarang.

Inovasi telah menjadi kunci untuk memenangi persaingan di semua level dan sektor. Sekarang sudah dalam era disrupsi dan *VUCA* (*volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity*). Berbagai perubahan yang sifatnya transformatif mengubah lanskap manusia dalam berpikir, bertindak, dan merasa. Ini tentu memberikan implikasi besar di bidang pemerintahan dan administrasi publik. Tingkat kegiatan inovasi internasional atau global diperoleh dari *Global Innovation Index (GII)*, yang mulai diluncurkan pada 2007 oleh *Cornell University* dan dibangun

untuk mendorong strategi inovasi nasional, debat internasional tentang inovasi dan untuk merumuskan kebijakan, yang bertujuan untuk membandingkan kinerja relatif dari sistem inovasi antara negara dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan serta untuk merangsang penyerapan indikator inovasi di negara-negara yang disurvei. (Kawabata & Camargo Junior, 2020).

Inovasi menurut LAN (2004) adalah proses memikirkan dan mengimplementasikan suatu gagasan yang memiliki unsur kebaruan (*novelty*) serta kemanfaatan (*expediency*). Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, inovasi pemerintahan daerah adalah semua bentuk pembaharuan dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah. Pemerintahan daerah sudah diwajibkan oleh regulasi untuk ikut mengembangkan inovasi di setiap jajarannya, hingga banyak pemerintah daerah yang menggunakan *tagline* yang diamanatkan Kementerian PAN dan RB untuk pengembangan inovasi di setiap lini pemerintahan yaitu “*one agency one innovation*” untuk membangkitkan semangat inovasi di kalangan aparatur pemerintah daerah.

Di tengah gegap gempita revolusi industri 4.0 dan pengembangan industri digital secara global, Indonesia saat ini (2021) – bahkan juga kondisi untuk lima tahun terakhir, tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 – masih tertinggal jauh dalam hal inovasi menurut penilaian *Global Innovation Index* (GII) yang dikeluarkan oleh *World Intellectual Property Organization* (WIPO). Indonesia hanya menduduki peringkat ke-87 dari 132 negara, sebagaimana tampak pada data (Lihat Tabel 1.1). bahwa hingga saat ini kinerja inovasi nasional dibandingkan dengan negara-negara ASEAN yang lain masih belum menggembirakan, Indonesia masih

di bawah Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Brunei, dan hanya berada di atas Kamboja saja.

Tabel 2. Indeks Inovasi Negara-negara ASEAN Tahun 2018-2019

NO.	NEGARA	RANKING INDEKS INOVASI				
		2017	2018	2019	2020	2021
1.	Singapura	7	5	8	8	8
2.	Malaysia	37	35	35	33	36
3.	Vietnam	47	65	63	62	44
4.	Thailand	51	44	47	48	43
5.	Filipina	73	54	54	41	51
6.	Brunei	71	67	71	71	82
7.	Indonesia	87	85	85	85	87
8.	Kamboja	101	98	98	110	109

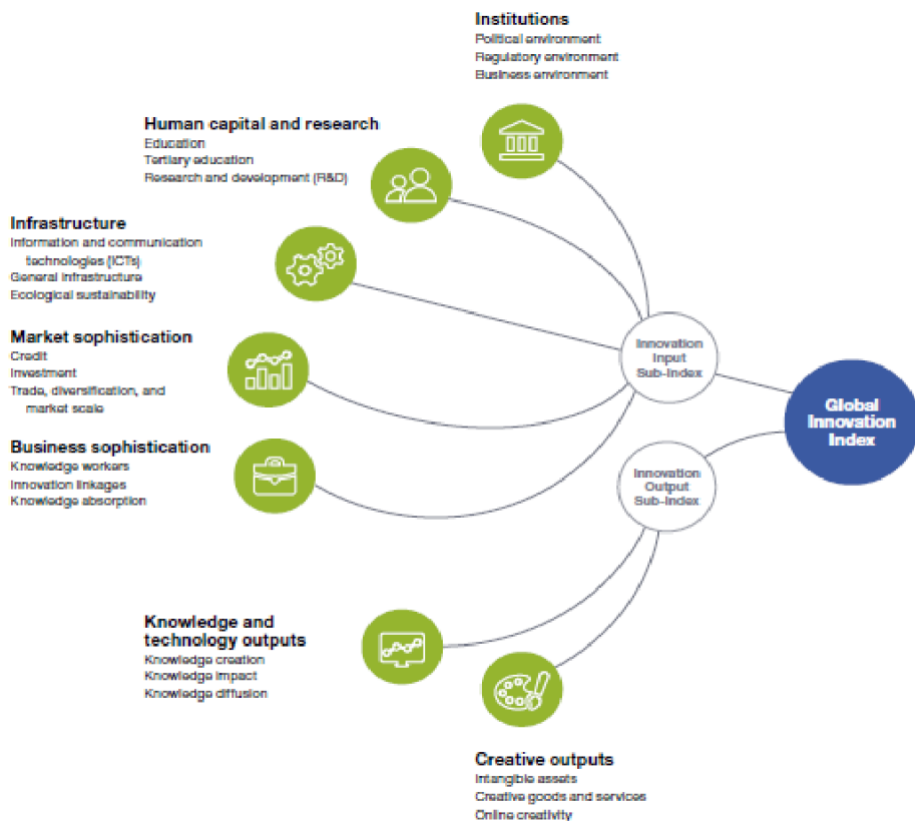
Sumber: Diolah dari Global Innovation Index Report 2017-2021

Kondisi peringkat inovasi Indonesia – khusus tahun 2021 – menurut pilar GII, yang telah diurutkan dari yang tertinggi sampai terendah adalah sebagai berikut: yaitu: (1) kecanggihan pasar peringkat 57, (2) infrastruktur peringkat 68, (3) keluaran pengetahuan dan teknologi peringkat 74, (4) keluaran kreatif peringkat 91, (5) modal manusia dan riset peringkat 91, (6) institusi peringkat 107, dan (7) kecanggihan bisnis peringkat 110.

Terkait dengan inovasi Indonesia menurut GII 2021, terdapat 4 (empat) pilar yang peringkatnya masih di bawah peringkat nasional, yaitu: pilar kecanggihan bisnis, pilar institusi, pilar modal manusia dan riset, dan pilar keluaran kreatif. Keempat pilar tersebut ke semuanya sangat menyumbang pada kondisi belum optimalnya penyelenggaraan

pemerintahan khususnya pelayanan publik. Inovasi pelayanan publik sangat membutuhkan perbaikan proses bisnis pemerintah, perbaikan kelembagaan pemerintah, peningkatan kualitas aparatur, perbaikan kebijakan riset, dan peningkatan aktivitas produksi kreatif.

WIPO dalam penilaian indeks inovasi global menggunakan beberapa pilar, yang disebut sebagai *Framework GII 2021*, sebagaimana tampak pada Gambar 1. di bawah ini



Gambar 4. Framework Global Innovation Index 2021

Sumber: GII, WIPO, 2021

Dalam lingkup pemerintahan, masih rendahnya peringkat nasional dalam indeks inovasi global tersebut, selama ini sudah diupayakan peningkatannya dengan berbagai langkah dan upaya keras dari berbagai

level pemerintahan untuk membangun pemerintahan yang inovatif. Dalam upaya untuk merespons perubahan global tersebut, banyak unit pemerintahan di Indonesia yang secara sadar tergerak melakukan inovasi. Ini terjadi terutama sejak lima tahun terakhir. Inovasi telah tumbuh di banyak daerah, di berbagai lini dan fungsi pemerintahan. Berbagai inovasi telah membawa manfaat bagi pemangku kepentingan karena mampu memecahkan masalah dan memberi nilai tambah. Inovasi di lingkungan instansi pemerintah menunjukkan *progress* yang positif.

Demam inovasi juga menjalar di kalangan instansi pemerintah, kementerian, lembaga pemerintah non kementerian, pemerintah daerah dan lainnya. Apalagi setelah terbitnya kebijakan dan instruksi presiden tentang inovasi. Presiden Joko Widodo dalam berbagai forum sering mengatakan bahwa “kita semua coba keluar rutinitas *business as usual*, monoton, sekali lagi agar kita membawa tradisi-tradisi baru, pola baru, cara baru”. “Semuanya harus berani membalikkan bahwa orientasi kita bukan prosedur tapi hasil. Prosedur itu mengikuti. Ini harus dibalik total. Semuanya harus pada orientasi hasil, bukan prosedur”. (LAN 2019)

Jika swasta dan masyarakat dikatakan giat berinovasi dengan tantangan khas yang dihadapi oleh masing-masing, demikian pula sesungguhnya sektor pemerintahan. Inovasi juga tumbuh subur di dunia pemerintahan, baik di level pemerintah pusat maupun daerah. Berbagai penghargaan dan kompetisi inovasi rutin diselenggarakan tiap tahun, sejak tahun 2014 diadakan Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik (KIPP) oleh Kementerian PAN dan RB, yang menghasilkan *Top Innovation*, kemudian sejak tahun 2011 telah diselenggarakan *Innovative Government Award (IGA)* oleh Kementerian Dalam Negeri, yang telah memberikan *award* pada pemerintah daerah untuk kategori tata kelola pemerintahan,

kategori pelayanan publik, kategori pemberdayaan masyarakat, dan kategori daya saing.

Kinerja unit pelayanan publik pemerintah masih rendah dalam pengembangan inovasi (dan replikasi inovasi) pelayanan publik, hal ini didukung dengan data proposal inovasi yang masuk dalam Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik (KIPP) selama tahun 2018 sampai dengan 2021.

Tabel 3. Tahap Penilaian Proposal KIPP Tahun 2018-2021

NO.	TAHAP PENILAIAN	PROPOSAL			
		2018	2019	2020	2021
1.	Submit Aplikasi KIPP	2.824	3.156	3.059	3.178
2.	Lulus Tahap Penilaian	1.463	1.651	2.250	1.619
3.	Penilaian Tim Independen	-	-	229	260

Sumber: Pengumuman KIPP Kementerian PAN dan RB, 2018-2021

Berdasarkan pada data dalam tabel 1.2 diatas, diketahui bahwa jumlah proposal yang mendaftar pada KIPP selama tahun 2018 sampai dengan 2020 cenderung fluktuatif namun semakin meningkat dari tahun ke tahun. Kondisi istimewa tampak pada tahun 2020 dan 2021, dalam kondisi Indonesia sedang dilanda pandemi covid-19 namun proposal inovasi yang didaftarkan dalam KIPP cenderung tetap tinggi, 3.059 proposal tahun 2020 meningkat menjadi 3.178 proposal tahun 2021.

Peningkatan jumlah proposal tersebut bila dilihat lebih jauh ternyata belumlah menggambarkan pemerataan unit instansi pengusulnya, artinya masih sedikit jumlah instansi (Kementerian, Lembaga, Provinsi, Kabupaten, Kota) yang mengikuti ajang KIPP. Hal ini ditunjukkan dengan data tahun 2019, tercatat sebanyak 3.156 proposal

masuk ke Sistem Informasi Inovasi Pelayanan Publik (Sinovik), jumlah ini meningkat dari KIPP 2018 yang mencapai 2.824 proposal.

Ribuan inovasi itu terdiri dari 21 kementerian (61,76% dari 34 jumlah kementerian), 13 lembaga (43,33% dari 30 jumlah lembaga non kementerian), 28 provinsi (82,35% dari 34 jumlah provinsi), 206 kabupaten (39,92% dari 516 jumlah kabupaten), dan 62 kota (63,27% dari 98 jumlah kota) (KemenPAN dan RB, 2019) Disimpulkan bahwa dari total unit institusi (Kementerian, Lembaga, Provinsi, Kabupaten, dan Kota) peserta KIPP 2019 sebanyak 330 institusi, baru mencapai 46,35% dari total sebanyak 712 unit institusi pemerintah.

Apabila ditinjau lebih dalam lagi, sebenarnya pengajuan proposal inovasi KIPP bisa dilakukan oleh setiap satuan kerja (satker) di setiap institusi pemerintahan (Kementerian, Lembaga, Provinsi, Kabupaten, dan Kota, juga BUMN dan BUMD), sehingga kalau ditotal, jumlah satker di Indonesia hampir mencapai 100 ribu satker. Artinya, jumlah inovasi peserta KIPP setiap tahun cenderung banyak dan meningkat, namun sebenarnya belumlah cukup, masih dibutuhkan lebih banyak inovasi, jumlah inovasi tersebut masihlah sangat kecil, hanya 0,33% saja.

Animo institusi pemerintah di Indonesia untuk mengikuti KIPP masih kurang merata, banyak didominasi oleh institusi pemerintah di pulau Jawa. Dapat disimpulkan bahwa slogan *One Agency One Innovation* yang dicanangkan Kementerian PAN dan RB dan dijalankan semua institusi pemerintah masih sangat perlu untuk ditingkatkan efektivitasnya.

Pengembangan inovasi pelayanan publik saat ini juga masih belum maksimal dilihat dari sisi dukungan regulasi atau kebijakan. Aspek kebijakan atau regulasi memiliki peran sangat penting dalam sistem

pemerintahan. Kebijakan atau regulasi inovasi pelayanan publik, baik itu selevel Undang-Undang maupun yang lebih teknis dikeluarkan oleh Pemerintah Pusat, dalam hal ini Kementerian dan Lembaga terkait, sampai saat ini masih belum diterapkan secara maksimal dalam tataran praktis di tingkat pelaksanaan. Semua unsur kelembagaan pemerintah seharusnya membuat langkah teknis, agar kebijakan dan regulasi inovasi pada level atas bisa terjabarkan dalam pelayanan di lapangan.

Belum banyak instansi pemerintah yang menetapkan kebijakan atau regulasi yang mengharuskan semua unit teknis di bawahnya untuk membuat inovasi secara berkesinambungan. Regulasi tersebut seperti kewajiban “*one agency one innovation*”, ada pula “satu perangkat daerah satu desa binaan”, beberapa juga menerapkan aturan “kompetisi inovasi pelayanan publik”, pengembangan “jaringan inovasi pelayanan publik” dan sebagainya. Ketiadaan kebijakan dan regulasi ini menjadi persoalan penting bila ingin inovasi pelayanan publik berkembang baik di lingkungan pemerintahan.

Pengembangan inovasi di lingkungan pemerintahan juga terkendala oleh ketidakjelasan pengelolaan kewenangan kelitbangan, yang berdampak pada lemahnya prioritas langkah pengembangan kelembagaan dan sumber daya pendukungnya. Pada prinsipnya kewenangan inovasi harus ada lembaga khusus yang menangani, baik ditingkat pusat maupun daerah, agar semua langkah kebijakan bisa dilakukan secara lebih maksimal. Prasyarat kondisi di atas juga menuntut adanya prioritas pengembangan kelembagaan atau unit inovasi di tiap organisasi pemerintahan, paling tidak kewenangan atau tuisi inovasi melekat sebagai kewajiban dari setiap organisasi publik, ternyata ini

belum bisa ditemukan, yang ada masih sangat parsial, artinya memiliki langkah berbeda di tiap instansi pemerintah.

Komponen kelembagaan yang jelas akan sangat membantu dalam langkah pelembagaan pengembangan inovasi pelayanan publik, akan banyak dukungan, sumberdaya, aturan, dan lain-lain yang pasti akan disiapkan. Pengembangan kelembagaan menjadi kunci dari keberhasilan pengembangan inovasi pelayanan publik. Kelembagaan ini bisa melahirkan berbagai inovasi pelayanan publik secara berkelanjutan, yang ditujukan untuk mengatasi berbagai masalah pelayanan demi perbaikan kinerja organisasi.

Basis nilai menjadi penting bila akan membangun suatu perubahan baru. Nilai pro perubahan sangat relevan dalam pengembangan inovasi pelayanan publik. Nilai bisa menjadi budaya, kebiasaan berubah menuju kearah perbaikan adalah target utama value perubahan dan inovasi. Hal ideal ini ternyata belum banyak tumbuh di kalangan organisasi pemerintahan, masih banyak yang gagap untuk menyikapi perubahan, apalagi kalau dituntut bisa menerapkan nilai inovasi. Persoalan nilai inovasi perlu dimiliki setiap aparatur atau pegawai pemerintah, saat ini hanya sebagian aparatur yang terbiasa berinovasi, dengan hasil-hasil yang bermanfaat bagi perbaikan pelaksanaan tugas dan pelayanan. Biasanya yang sering melakukan adalah memang yang bekerja dibidang pendidikan dan penelitian, namun sebenarnya tidaklah harus seperti itu saja, setiap aparatur harus bisa memiliki nilai inovasi dan secara terus-menerus mengaplikasikannya untuk perbaikan layanan di tempat kerja masing-masing.

Salah satu bukti mendukung lemahnya nilai inovasi dikalangan aparatur adalah masih kurangnya upaya pengembangan inovasi dengan

perbaikan pelayanan publik, terutama inovasi digunakan untuk perbaikan kualitas pelayanan publik yang hingga saat ini dinyatakan masih belum optimal. Sejauh ini pelayanan publik telah menjadi salah satu prioritas dalam perbaikan kinerja birokrasi, masuk dalam area perubahan reformasi birokrasi. Pentingnya pelayanan publik ditegaskan dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/ atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Dalam laporan kepatuhan terhadap standar pelayanan penyelenggaraan pelayanan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yang dilaksanakan oleh Ombudsman Republik Indonesia (ORI) tahun 2019, diketahui bahwa kinerja kepatuhan kementerian, lembaga, provinsi, kabupaten dan kota dapat dikatakan masuk dalam kategori sedang selama tahun 2015-2019, bahkan beberapa masuk dalam kategori merah, terutama ditemukan pada tingkat pemerintahan daerah, baik provinsi, kabupaten, maupun kota (Ombudsman RI: 2019). Lebih lanjut laporan ORI terkait kepatuhan pelayanan tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 4. Tingkat Kepatuhan Pelayanan Publik Tahun 2015-2019

INSTANSI	TINGKAT KEPATUHAN					
	Zona Hijau (Tinggi)	%	Zona Kuning (Sedang)	%	Zona Merah (Rendah)	%
Kementerian						

INSTANSI	TINGKAT KEPATUHAN					
	Zona Hijau (Tinggi)	%	Zona Kuning (Sedang)	%	Zona Merah (Rendah)	%
2015 (N=22)	6	22,2	12	54,5	4	18,1
		7		5		8
2016 (N=25)	11	44,0	12	48,0	2	8,00
		0		0		
2017 (N=14)	5	35,7	8	57,1	1	7,14
		1		4		
2018 (N=9)	5	55,5	4	44,4	0	00,0
		6		4		0
2019 (N=4)	2	50,0	2	50,0	0	0,00
		0		0		
Lembaga Negara						
2015 (N=15)	3	20,0	9	60,0	3	20,0
		0		0		0
2016 (N=15)	10	66,6	3	20,0	2	13,3
		7		0		3
2017 (N=14)	10	66,6	2	20,0	2	13,3
		7		0		3
2018 (N=4)	1	25,0	2	50,0	1	25,0
		0		0		0
2019 (N=3)	0	00,0	3	100,0	0	0,00
		0		0		
Pemerintah Provinsi						
2015 (N=33)	3	9,09	17	51,5	13	39,3
				2		9
2016 (N=33)	13	39,3	13	39,3	7	21,2
		9		9		1

INSTANSI	TINGKAT KEPATUHAN					
	Zona Hijau (Tinggi)	%	Zona Kuning (Sedang)	%	Zona Merah (Rendah)	%
2017 (N=22)	6	27,2 7	10	45,4 5	6	27,2 7
2018 (N=16)	10	62,5 0	4	25,0 0	2	12,5 0
2019 (N=6)	2	33,3 3	3	50,0 0	1	16,6 7
Pemerintahan Kabupaten						
2015 (N=64)	3	4,69	13	20,3 1	48	75,0 0
2016 (N=85)	15	18,0 0	45	53,0 0	25	29,0 0
2017 (N=107)	13	12,1 2	46	42,9 9	48	44,8 6
2018 (N=199)	63	31,6 6	88	44,2 2	48	24,1 2
2019 (N=215)	71	33,0 2	87	40,4 7	57	26,5 1
Pemerintahan Kota						
2015 (N=50)	3	6,00	20	40,0 0	27	54,0 0
2016 (N=55)	16	29,0 0	31	56,0 0	8	15,0 0
2017 (N=45)	15	15,0 0	22	48,8 9	8	17,7 8
2018 (N=49)	18	36,7 3	22	44,9 0	9	18,3 7

INSTANSI	TINGKAT KEPATUHAN					
	Zona Hijau (Tinggi)	%	Zona Kuning (Sedang)	%	Zona Merah (Rendah)	%
2019 (N=36)	12	33,3	17	47,2	7	19,4
		3		2		4

Sumber: Laporan Penelitian Kepatuhan, ORI, 2019

Kesimpulan kepatuhan terhadap standar pelayanan yang masih belum optimal juga ditemukan dalam penelitian Dewi Sendhikasari (2017) yang menyebutkan bahwa sejalan dengan perkembangan reformasi birokrasi, pelayanan publik diarahkan untuk lebih berorientasi kepada masyarakat, namun demikian, masih banyak permasalahan dalam pelayanan publik di Indonesia, ini tercermin dari tingkat kepatuhan pelayanan publik di kementerian, lembaga negara, pemerintah provinsi, dan pemerintah kabupaten yang disurvei oleh ORI.

Salah satu kondisi yang menyebabkan kepatuhan pelayanan publik di Pemerintahan Daerah masih belum optimal karena adanya kondisi kompetensi penyelenggaraan – unit Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) – pelayanan publik di tingkat pemerintahan daerah yang juga masih kurang. Fakta ini ditemukan dalam hasil penelitian atas kompetensi penyelenggaraan standar pelayanan yang dilakukan oleh Ombudsman Republik Indonesia (ORI) pada tahun 2017 (lihat Tabel 4.)

Tabel 5. Hasil Kompetensi Penyelenggara Pelayanan Tahun 2017

INSTANSI	TINGKAT KOMPETENSI					
	Tinggi	%	Sedang	%	Rendah	%
Provinsi (N=22)	1	4,55	9	40,9	12	54,5
				1		5

INSTANSI	TINGKAT KOMPETENSI					
	Tinggi	%	Sedang	%	Rendah	%
Kabupaten (N=106)	0	0,00	34	32,0	72	67,9
				7		2
Kota (N=44)	4	9,09	26	59,0	14	31,8
				9		2

Sumber: Laporan Penelitian Kompetensi, ORI, 2017

Kompetensi penyelenggara pelayanan publik daerah – khususnya pada unit terdepan pelayanan publik, yaitu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) – yang masih rendah sangat menentukan masa depan pengembangan inovasi pelayanan publik. Inovasi pelayanan publik sangat terkait dengan permasalahan yang dihadapi, biasanya ditemukan oleh *frontliner* pelayanan publik, yang harus memiliki kompetensi tinggi/baik dalam tugasnya, melahirkan inovasi untuk mengatasi permasalahan yang ditemukan.

Persoalan yang masih menggunung terkait dengan penyelenggaraan pelayanan publik tersebut, setidaknya ada beberapa permasalahan mendasar dalam pelayanan publik di Indonesia yang bisa dikaitkan dengan persoalan besar tentang masih lemahnya manajemen kapasitas inovasi pelayanan publik di Indonesia, yaitu: 1) proses bisnis pelayanan publik, termasuk standar dan prosedur pelayanan, 2) kelembagaan pelayanan publik, termasuk belum jelas kebijakan pengembangan kelembagaan kelitbangan inovasi, kurang dalam partisipasi kompetisi inovasi pelayanan publik, dan 3) kualitas aparatur, kurangnya kepatuhan pelaksanaan pelayanan, kurangnya kompetensi pelaksana, termasuk masih lemah dalam hasilkan ide dan produk kreatif inovatif dalam pelayanan. Persoalan sudah diupayakan pemecahannya oleh banyak entitas pemerintahan di semua tingkatan, Pusat sampai

Daerah, salah satunya dengan menggerakkan pengembangan inovasi dalam penyelenggaraan pelayanan publik, namun belum berhasil dengan baik.

Sementara itu, secara praktikal beberapa persoalan pengembangan inovasi pemerintahan daerah dalam pandangan Said (2009: 7) meliputi:

Pertama, permasalahan utama pengembangan inovasi pemerintah daerah dalam prakteknya seringkali sulit memulai dari mana, oleh siapa, dan kapan inovasi dikembangkan. Inovasi birokrasi biasanya sulit dilakukan kalau tidak ada pemimpin yang progresif, berjiwa pengabdian dalam pemerintahan dan bermental inovatif. Oleh sebab itu begitu pimpinan tingkatan atas suatu birokrasi tidak memiliki jiwa inovatif, maka suatu inovasi sulit terwujud. Pimpinan tingkatan menengah tidak jarang memang memiliki inisiatif tetapi sering juga kalah dengan resistensi pimpinan yang lebih tinggi.

Kedua, permasalahan yang terkait dengan rendahnya dukungan politik, dana, dan teknis. Sebagaimana banyak kritik yang datang dari masyarakat kepada birokrasi, apabila pihak eksekutif telah proaktif menjalankan perubahan dan inovasi birokrasi, tak jarang inovasi itu mandek karena lemahnya dukungan politik dari fraksi-fraksi di DPRD. Institusi DPRD seringkali hanya mau segala sesuatunya berhasil, namun tak jarang bahwa keberhasilan itu perlu dukungan politik misalnya perlunya pengaturan dalam bentuk peraturan daerah tentang program inovasi pada unit-unit tertentu, yang juga didukung dengan penganggaran, yang disetujui oleh DPRD.

Ketiga, permasalahan yang berhubungan dengan kurangnya kerjasama di antara satu pimpinan dengan pimpinan lainnya, pimpinan

dengan masyarakat (stakeholders) dan warga lainnya. Seringkali karena *conflict of interest*, sehingga rendahnya daya serap terhadap perkembangan mutakhir dan kebutuhan masyarakat, menjadikan pimpinan di berbagai tingkatan pemerintahan hanya bersikap menjalankan sesuatu seperti biasanya dan apa adanya. Antar kompartemen dalam birokrasi sendiri terjadi saling salip, saling silap, saling saing yang kadang tidak sehat dan menjadikan organisasi birokrasi sulit untuk berinovasi secara efektif.

Keempat, permasalahan inovasi pemerintahan daerah lainnya yakni kurangnya orientasi kepada keutamaan pelayanan prima. Padahal sudah banyak negara dan pemerintahan mengubah orientasi sistem pelayanan, arah komunikasi dan *best practices* dalam pelayanan publik. Kalau kita mengamati dengan seksama dan mengikuti gerak langkah dan apalagi kalau mau menjadi bagian dari birokrasi yang birokratis, maka seumpama kita ini manajer perusahaan multinasional atau organisasi manajemen perbankan yang berpengalaman, kalau kita diminta jadi camat atau lurah setahun saja maka profesionalitas yang kita miliki boleh jadi menjadi birokratisme. Begitu pula sebaliknya seorang birokrat jika saja diminta magang di perusahaan yang sehat, maka jiwa *entrepreneur* dan jiwa inovasi pasti akan tumbuh dan berkembang.

Kelima, permasalahan kondisi sistem administrasi dan kepegawaian yang masih kurang mendukung inovasi. Perlu reorientasi dengan cara antara lain merekrut pegawai-pegawai muda yang memiliki kemampuan teknis dan direkrut secara adil yang disertai dengan usaha-usaha pembentukan karakter inovatif, karena sesungguhnya ketika tugas-tugas melayani masyarakat bisa *accomplished* dipenuhi dengan baik, maka pada saat yang sama martabat sebagai birokrat akan meningkat

pula. Pengembangan inovasi pemerintahan daerah berhadapan pula dengan persoalan legalitas yang masih berlangsung saat ini. Persoalan legalitas yang dimaksud adalah persoalan perlindungan hukum terhadap inovasi yang dilakukan oleh aparatur daerah. Secara nasional, Indonesia belum memiliki peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai kewenangan pejabat publik mengambil diskresi dalam pengembangan kebijakan dan program inovatif. Ruang yang tersedia untuk mengambil diskresi bagi aparatur daerah belum diatur dengan jelas sementara tuntutan dan tekanan untuk mengambil tindakan dalam menyelesaikan masalah publik di daerah menuntut aparatur daerah untuk segera bertindak agar masalah dapat diselesaikan dengan baik.

Berdasarkan pada inventarisasi pengembangan inovasi pelayanan publik di lingkup pemerintahan daerah tersebut, sebagian besar terkait dengan lemahnya kepemimpinan pemerintahan dalam pengembangan inovasi, kemudian dukungan politik dan sumber daya serta teknikal pengembangan inovasi, lemahnya kerjasama antar berbagai pihak, kurangnya orientasi pada pelayanan prima, dan sisi lemahnya sisi administrasi dan kepegawaian pendukung inovasi. Persoalan lemahnya pengembangan inovasi di atas sangat perlu mendapatkan perhatian dan telaah lebih lanjut, peneliti mengajukan pemikiran tentang kapasitas inovasi pelayanan publik pemerintahan daerah sebagai persoalan yang mendasar, hingga nanti diajukan model pengembangan kapasitas inovasi pelayanan publik yang tepat untuk pemerintahan daerah.

Pengembangan inovasi yang masih kurang ini banyak disebabkan oleh masih rendahnya kapasitas inovasi pemerintah, khususnya di pemerintah daerah. Beberapa faktor penentu kapasitas inovasi pemerintahan antara lain: (1) spesialisasi dan kompetensi sumber daya

manusia yang masih kurang, (2) lemahnya sikap antisipatif dan manajemen perubahan birokrasi, (3) kurang efektifnya desentralisasi dan diferensiasi serta diskresi dalam pelaksanaan tugas dan fungsi, (4) kurangnya dukungan komitmen pimpinan atau elit birokrasi terhadap inovasi pelayanan publik, (5) lemahnya komunikasi internal dan eksternal serta kolaborasi/jejaring birokrasi, dan (6) belum optimalnya kebijakan pengembangan inovasi pelayanan publik.

Berdasarkan gambaran pengembangan inovasi pelayanan publik di lingkungan pemerintahan daerah, maka rumuskan masalah utama dalam Inovasi Daerah. Susun RENCANA advokasi untuk meningkatkan kesadaran ASN akan pentingnya inovasi dalam pemberian layanan publik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Keempat)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

Effendy, O. U. (2008). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Lunenberg, F. C. (2010). *Communication: The Process, Barriers, and Improving Effectiveness. Schooling*.

Mani, L., & Guntoro, B. (2020). *Budaya dan Desain Komunikasi Kebijakan Publik Teori dan Contoh Kasus Aplikasinya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Parag, D. (1999). *Communication Management*. Golden Books.

Rahadian, R. (2020). *Memahami Advokasi Kebijakan Konsep, Teori, dan Praktek Dalam Mewujudkan Kebijakan Yang Berpihak Pada Publik*. Yogyakarta: Deepublish.

Topatimasang, R. (2016). *Mengubah Kebijakan Publik: Panduan Pelatihan Advokasi Untuk Organisasi Non Pemerintah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Young, E., & Quinn, L. (2012). *Making Research Evidence Matter: A Guide To Policy Advocacy In Transition Countries*. Budapest: Open Society Foundations.

2. *Artikel/Jurnal*

Asropi, & Syarien, M. I. (2021). *Konsep dan Teori Advokasi Kebijakan*. *Bimtek Advokasi Kebijakan LAN*. Jakarta.

Marpaung, P. M. (2017). *Advokasi Kebijakan*. In *Modul Pelatihan Analisis Kebijakan*. Jakarta: Pusat Pembinaan Analisis Kebijakan LAN RI.

National Institute of Agricultural Extension Management. (2000). Retrieved from Training Programme on Effective Communication: <http://www.manage.gov.in/studymaterial/EC.pdf>

Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. Free Press.

Stuart, T. M. (1987). *The Communication Process*. Institute of Development Communication, University of the Philippines.