



**PEDOMAN PELAKSANAAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI**



**PROGRAM NASIONAL  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT  
(PNPM) MANDIRI**



**P**NPB Mandiri hadir dengan berbagai bentuk penyempurnaan program-program penanggulangan kemiskinan dengan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*).

Transparansi pengelolaan PNPB Mandiri, tidak sekedar keterbukaan secara pasif, namun mengupayakan berbagai cara agar seluruh pemangku kepentingan dapat mengetahui dan memahami PNPB Mandiri secara benar serta bertindak sesuai perannya masing-masing.

Strategi Komunikasi (Strakom) PNPB Mandiri disusun sebagai panduan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam memberikan pemahaman yang benar tentang PNPB Mandiri, mendorong keterlibatan dalam PNPB Mandiri, serta memberikan pemahaman bersama dalam rangka penyatuan langkah menuju sasaran akhir (*ultimate goals*) dari PNPB Mandiri, yakni kemandirian dan kesejahteraan rakyat.

Dengan adanya komunikasi yang baik, diharapkan pengetahuan dan pemahaman seluruh pemangku kepentingan tentang PNPB Mandiri dapat ditingkatkan. Melalui komunikasi ini, pelurusan informasi yang keliru di masyarakat dapat sejak dini dilakukan.

Pada akhirnya diharapkan dengan diterbitkan pedoman ini, berbagai pemangku kepentingan memiliki pengetahuan yang lengkap tentang perannya masing-masing.



Kritik dan masukan selalu diharapkan untuk penyempurnaan pedoman ini.

Jakarta, Mei 2008

Deputi Menko Kesra  
Bidang Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan  
selaku Ketua Pelaksana Tim Pengendali PNPM Mandiri

**Sujana Royat**



## PENGANTAR

**S**TRATEGI KOMUNIKASI PNPM MANDIRI ini merupakan bagian dari kelengkapan PEDOMAN UMUM PNPM MANDIRI mengenai pengelolaan program, sehingga materi strakom merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Pedoman Umum PNPM Mandiri.

Kita sama-sama menyadari bahwa PNPM Mandiri merupakan koordinasi dari program-program penanggulangan kemiskinan yang berbasis pemberdayaan masyarakat. Program ini melibatkan banyak pihak sejak tahap persiapan, pelaksanaan sampai tahap evaluasi, dengan peran yang berbeda-beda.

Strategi Komunikasi (Strakom) adalah pendekatan secara keseluruhan yang akan diterapkan dalam mensosialisasikan PNPM Mandiri kepada berbagai khalayak sasaran terkait. Strategi komunikasi ini dapat disebut sebagai "*guiding principle*" atau prinsip-prinsip pemandu yang dijadikan pedoman oleh pelaksana program PNPM Mandiri dan para pemangku kepentingan lainnya dalam mencapai tujuan sosialisasi PNPM Mandiri yakni untuk memberikan pemahaman kepada perangkat pemerintahan, baik eksekutif maupun legislatif, perguruan tinggi, organisasi dan lembaga swadaya masyarakat, masyarakat pengusaha, media massa serta masyarakat umum sebagai penerima manfaat program.

Sebagai sebuah panduan, Strakom ini diupayakan dapat memberikan penjelasan tentang berbagai aspek terkait dengan cara menyelenggarakan sosialisasi PNPM Mandiri sehingga para pelaksana program di lapangan dapat bertindak secara padu dengan berpijak pada kerangka kerja komunikasi yang sama.

Banyak pihak yang sejatinya menjadikan Strategi Komunikasi ini sebagai panduan, namun yang terutama adalah mereka yang disebut di bawah ini:

- Tim Pengendali PNPM Mandiri
- Tim Koordinasi PNPM Mandiri Provinsi
- Tim Koordinasi PNPM Mandiri Kabupaten/Kota



- Instansi Sektoral Pelaksana Program PNPM Mandiri
- Pendamping PNPM Mandiri
- Lembaga donor, dunia usaha dan lembaga lain yang akan berpartisipasi dalam mendukung PNPM Mandiri.

Strategi komunikasi ini memiliki dua fokus besar sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi dalam rangka pencitraan PNPM sebagai sebuah program koordinasi pengendalian kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat.
2. Strategi Komunikasi dalam rangka membangun konsolidasi pelaksana program, dan menggalang dukungan pemangku kepentingan agar PNPM Mandiri dilaksanakan sesuai dengan rencana serta menumbuhkan partisipasi aktif masyarakat dalam proses PNPM Mandiri.

Tentu saja strategi komunikasi pada fokus kedua hanya berupa garis besar saja karena pada pelaksanaannya akan bergantung pada kondisi lapangan yang berbeda-beda baik menurut jenis program, wilayah di mana program akan dilaksanakan, dan tingkat (level) pelaksana program. Dalam kerangka pelaksanaannya di lapangan, masing-masing Tim Teknis PNPM Mandiri akan membuat program komunikasinya yang dapat diterapkan baik di tingkat kecamatan maupun tingkat desa. Pembuatan program komunikasi oleh masing-masing sektor hendaknya disesuaikan dengan karakteristik PNPM Mandiri dan kondisi masyarakat setempat.

Dengan adanya strategi komunikasi yang menjadi panduan semua pihak yang terlibat dalam PNPM Mandiri ini, harapan adanya kesamaan persepsi dan langkah dalam menanggulangi kemiskinan yang berbasis pemberdayaan masyarakat benar-benar akan terwujud. Semoga.

Tim Penyusun



## DAFTAR ISI

<b>Sambutan</b> .....	2
<b>Pengantar</b> .....	4
<b>Bab I Pendahuluan</b> .....	8
1. Latar Belakang .....	8
2. Tujuan Strategi Komunikasi .....	10
3. Sasaran Strategi Komunikasi .....	10
4. Lingkup Strategi Komunikasi .....	11
<b>Bab II Permasalahan PNPM Mandiri dan Komunikasi</b> .....	12
1. Faktor terkait pada PNPM Mandiri .....	12
2. Faktor yang Terkait pada Komunikasi PNPM Mandiri .....	14
<b>Bab III Tujuan Umum, Prinsip Dasar Strategi</b> .....	16
1. Tujuan Umum .....	16
2. Prinsip Dasar .....	16
<b>Bab IV Fokus Strategi Komunikasi PNPM Mandiri</b> .....	18
1. Sosialisasi Citra PNPM Mandiri .....	18
2. Sosialisasi Aktivasi PNPM Mandiri .....	19
<b>Bab V Cakupan Strategi Komunikasi</b> .....	22
1. Penetapan sasaran khalayak komunikasi .....	22
2. Metode Komunikasi .....	23
3. Penyusunan Pesan Komunikasi .....	26
4. Strategi Penggunaan saluran komunikasi .....	30
5. Strategi komunikator .....	31
<b>Bab VI Pola Pelaksanaan Strategi Komunikasi PNPM Mandiri</b> .....	34
1. Integrasi Elemen Strakom .....	34
2. Sumber Dana .....	34



<b>Bab VII Indikator Capaian Dan Monitoring</b> .....	38
1. Indikator Pencapaian .....	38
2. Monitoring dan Evaluasi .....	38
<b>Lampiran: Petunjuk Penggunaan Logo PNPM Mandiri</b> .....	40
A. Untuk Siapa panduan ini? .....	40
B. Logo Program .....	40
C. Arti Logo .....	41
D. Versi Standar .....	41
E. Versi Lain .....	42
F. Area Aman .....	43
G. Hal yang sebaiknya tidak dilakukan .....	44
H. Penggunaan Logo Program .....	46

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Pemilihan Metode Komunikasi .....	25
Tabel 2 Strategi Pesan Komunikasi PNPM Mandiri .....	29
Tabel 3 Strategi Umum Saluran Komunikasi PNPM Mandiri .....	31
Tabel 4 Strategi Komunikator Sosialisasi PNPM Mandiri .....	32
Tabel 5 Integrasi Elemen Strakom .....	35

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Proses Komunikasi PNPM Mandiri .....	37
--	----



## 1. LATAR BELAKANG

**P**NPM Mandiri merupakan program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat. Program ini berupaya untuk menciptakan/ meningkatkan kualitas masyarakat, baik secara individu maupun kelompok dalam memecahkan berbagai persoalan terkait pada upaya untuk meningkatkan kualitas kehidupan, kemandirian dan kesejahteraan.

PNPM Mandiri merupakan salah satu dari berbagai program penanggulangan kemiskinan yang dirancang berdasarkan pembelajaran terbaik pelaksanaan program-program pemberdayaan masyarakat selama ini. Selain program-program berbasis pemberdayaan, masih terdapat program penanggulangan kemiskinan lainnya yang diperuntukkan langsung bagi rumah tangga miskin, seperti Program Beras Miskin (Raskin), Asuransi Kesehatan Keluarga Miskin (Askeskin) dan Program Keluarga Harapan, serta program-program terkait penyediaan kredit mikro dan pembinaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

PNPM Mandiri telah dilaksanakan sejak tahun 2007, dimulai dengan Program Pengembangan Kecamatan (PPK) sebagai dasar pengembangan pemberdayaan masyarakat di pedesaan beserta program pendukungnya seperti PNPM Generasi; Program Penanggulangan Kemiskinan di Perkotaan (P2KP) sebagai dasar bagi pengembangan pemberdayaan masyarakat di perkotaan; dan Percepatan Pembangunan Daerah Tertinggal dan Khusus (P2DTK) untuk pengembangan daerah tertinggal, pasca bencana, dan konflik. Mulai tahun 2008 PNPM Mandiri diperluas dengan melibatkan Program Pengembangan Infrastruktur Sosial Ekonomi Wilayah (PISEW) untuk mengintegrasikan pusat-pusat pertumbuhan ekonomi dengan daerah sekitarnya dan Program Pembangunan Infrastruktur Pedesaan (PIIP).

PNPM Mandiri juga diperkuat dengan berbagai program pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan oleh berbagai departemen/sektor dan pemerintah daerah misalnya Program Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP), Program Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP), dan sebagainya.





PNPM Mandiri “lahir” dari adanya kebutuhan untuk mengharmonisasi program-program nasional penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat. Sehingga PNPM merupakan “nama generik” atau “payung” bagi sejumlah program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat yang dimiliki oleh lebih dari 19 departemen atau sektor.

Selama ini, masing-masing program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat dari semua sektor berjalan secara parsial. Satu program dengan program lain tak ada keterkaitan, sehingga efektivitasnya kurang dapat dirasakan oleh masyarakat penerima (*beneficiaries*). Pada masing-masing program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat, terdapat komponen kegiatan yang sama seperti sosialisasi, pelatihan fasilitator, monitoring dan evaluasi, supervisi, dan sebagainya sehingga menimbulkan inefisiensi dana, waktu dan tenaga karena terjadi duplikasi. Dalam hal sosialisasi kepada publik misalnya, kurang terkoordinasinya pesan tentang program-program pemberdayaan masyarakat sering menimbulkan kebingungan di masyarakat sehingga menimbulkan citra kurang menguntungkan terhadap pemerintah. Ada kesan terjadi kejar-kejaran antara pesan dari satu program dengan pesan dari program yang lain.

Padahal semua program pemberdayaan yang ada itu memiliki tujuan yang sama, yakni menanggulangi kemiskinan di kalangan penerimanya. Karena itu, jika semua program tersebut berada dalam satu payung, strategi komunikasi program-program tersebut dapat dilakukan secara bersama-sama atau setidaknya memiliki acuan yang sama.

Pelaksanaan PNPM Mandiri memerlukan keterlibatan dari berbagai pihak terutama dari aparat pemerintah daerah. Hal demikian diperlukan untuk menjamin keberlanjutan hasil yang dicapai. Guna memperoleh dukungan dan keterlibatan berbagai pihak tersebut diperlukan upaya-upaya memberikan pemahaman mengenai kebijakan, pengertian, tujuan, konsep, mekanisme dan hasil-hasil PNPM Mandiri melalui kegiatan komunikasi dan sosialisasi yang efektif.



Oleh karena itu, disamping upaya untuk mengkomunikasikan aspek-aspek konsep dan program PNPM Mandiri, juga diperlukan langkah komunikasi yang menyeluruh untuk memberikan pemahaman mengenai PNPM Mandiri sebagai upaya menanggulangi kemiskinan berbasis pada pemberdayaan masyarakat. Secara umum untuk mengoptimalkan pelaksanaan PNPM Mandiri diperlukan pedoman berupa Strategi Komunikasi PNPM Mandiri yang akan menjadi acuan setiap sektor dalam melakukan kegiatan sosialisasi baik pada tingkat lokal maupun regional dan nasional.

## **2. TUJUAN STRATEGI KOMUNIKASI**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, tujuan disusunnya strategi komunikasi PNPM Mandiri adalah:

1. Untuk memberi arah terhadap pelaksanaan sosialisasi yakni bahwa PNPM Mandiri merupakan kerangka kebijakan “payung” bagi program-program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat.
2. Memberikan pedoman bagi substansi sosialisasi bahwa PNPM Mandiri bertujuan menciptakan kemandirian masyarakat dalam penanggulangan kemiskinan melalui proses pemberdayaan masyarakat.
3. Memastikan bahwa pelaksanaan sosialisasi PNPM Mandiri mampu mengadvokasi dan mendorong pelaku dan penerima bantuan untuk mengembangkan lebih lanjut PNPM Mandiri.

## **3. SASARAN STRATEGI KOMUNIKASI**

Dengan disusunnya atau adanya strategi komunikasi ini, diharapkan dicapai dua sasaran yang saling terkait:

- a. Institusi pelaksana (sektor) mendapatkan rujukan yang dapat dikembangkan sendiri dalam mengembangkan sosialisasi PNPM sektornya masing-masing.



- b. Tim Pengendali PNPM dan Tim Koordinasi PNPM memperoleh acuan dalam memonitoring dan mengevaluasi pelaksanaan sosialisasi PNPM Mandiri.

#### **4. LINGKUP STRATEGI KOMUNIKASI**

Aspek-aspek tersebut meliputi analisis masalah baik yang terkait pada PNPM Mandiri maupun komunikasi, tujuan umum yang hendak dicapai, dan prinsip dasar strategi, fokus strategi, cakupan strategi meliputi karakteristik khalayak, pendekatan, strategi pesan, strategi saluran, strategi komunikator. Setelah itu pola implementasi yang merupakan integrasi elemen Strakom. Dan sebagai penutup dikemukakan indikator keberhasilan dan monitoringnya.



Berdasarkan pelaksanaan PNPM Mandiri selama ini, terdapat sejumlah permasalahan, baik pada pelaksanaan program maupun terkait dengan sosialisasi dan komunikasi PNPM Mandiri, yang perlu diantisipasi dalam pengembangan PNPM Mandiri ke depan. Permasalahan yang teridentifikasi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

### 1. FAKTOR TERKAIT PADA PNPM MANDIRI

Masyarakat dewasa ini menerima berbagai program yang diarahkan untuk penanggulangan kemiskinan, salah satunya adalah PNPM Mandiri. Secara umum diperlukan pemahaman masyarakat mengenai posisi strategis program ini di antara program lainnya. Ditingkat penerima manfaat (*benefeciaries*), perlu memahami perbedaan program PNPM Mandiri dengan program lainnya baik dalam kelompok program berbasis keluarga, kelompok masyarakat maupun lainnya.

#### *Perubahan dari program sektoral menjadi PNPM Mandiri*

Hal ini berimplikasi khususnya kepada semua pelaku dan pelaksana program yaitu diperlukan adanya upaya menyatukan visi semua pelaku, baik yang saat ini sudah masuk dalam PNPM Mandiri maupun yang akan masuk secara bertahap pada tahun-tahun mendatang. Diperlukan penjelasan keterkaitan berbagai program PNPM Mandiri, baik dari sisi persamaan maupun perbedaannya. Para pengambil kebijakan, dalam hal ini pihak pelaksana PNPM Mandiri, perlu meyakinkan rekan mereka yang berada di legislatif, baik di pusat maupun daerah, tentang manfaat dan keunggulan PNPM Mandiri dan efektifitasnya sebagai instrumen penanggulangan kemiskinan jangka panjang.

#### *Perubahan cakupan dari pemanfaatan BLM*

Cakupan PNPM Mandiri sekarang bisa termasuk program-program *soft side*, jadi bukan hanya infrastruktur saja. Dalam pelaksanaannya program PNPM Mandiri meliputi dua kategori : (1) PNPM-Inti: terdiri dari program/ kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis kewilayahan, yang



mencakup PPK, P2KP, PISEW, dan P2DTK. (2) PNPM-Penguatan: terdiri dari program-program pemberdayaan masyarakat berbasis sektoral, kewilayahan, serta khusus untuk mendukung penanggulangan kemiskinan yang pelaksanaannya terkait pencapaian target tertentu. Cakupan program ini merupakan cakupan pada masa transisi (2008), di mana dirancang pada tahun 2009 akan menjadi program yang terintegrasi dalam satu program PNPM Mandiri.

#### ***Pelaksanaan program-program ini di tingkat komunitas mengacu pada kerangka kebijakan PNPM Mandiri***

Wilayah yang saat ini dimasuki PNPM Mandiri diantaranya terdapat wilayah yang masih menjalankan program sektoral. Untuk itu diperlukan langkah koordinatif baik pada tahap perencanaan maupun pelaksanaan, terutama dalam penentuan lokasi dan substansi yang akan dikembangkan. Termasuk dalam penentuan wilayah ini ialah bagaimana mengkoordinasikan PNPM Inti dengan PNPM Penguatan, yaitu pada kasus pilihan bidang usulan dalam PNPM Inti dengan PNPM Penguatan yang akan dilaksanakan.

#### ***Replikasi dari program***

Pelaksanaan PNPM pada tingkat program melalui mekanisme *lessons learned* menjadi terstruktur dan sistematis, baik dari penangkapan pembelajaran maupun pengadopsian dan aplikasinya, di tengah begitu banyaknya sektor yang terlibat dan tetap menjalankan program (sekali pun di bawah payung PNPM). Perluasan program baik dari sisi wilayah maupun kelompok masyarakat juga berakibat pada semakin besarnya kebutuhan akan fasilitator dan konsultan yang mendampingi masyarakat melalui proses pemberdayaan.

#### ***Hamonisasi Program PNPM Mandiri***

Di masa yang akan datang implementasi PNPM Mandiri yang berasal dari semua sektor baik dalam kerangka PNPM Inti maupun Penguatan, harus terekoordinasi secara harmonis. Rumusan kebutuhan diusulkan oleh



masyarakat, sektor-sektor yang terkait dengan usulan masyarakat kemudian memprosesnya dan melaksanakan PNPM Mandiri.

Dengan dasar komunikasi tersebut secara umum tujuan dan sasaran komunikasi dalam melaksanakan PNPM Mandiri adalah agar masyarakat umum mengenal dan memahami PNPM Mandiri sehingga citra positif pemerintah dalam menanggulangi kemiskinan meningkat. Selain dari itu, agar terwujud sikap kemandirian, kepedulian, kemitraan dan partisipasi masyarakat dalam menyelenggarakan dan mereplikasi PNPM Mandiri serta terwujudnya dukungan pemangku kepentingan dalam menyelenggarakan dan mereplikasi PNPM Mandiri

## 2. FAKTOR YANG TERKAIT PADA KOMUNIKASI PNPM MANDIRI

Setiap sektor yang memiliki program pemberdayaan masyarakat baik yang tergabung dalam PNPM Mandiri atau belum umumnya sudah memiliki dan bahkan sudah melaksanakan program sosialisasi. Untuk mensinergikan program sosialisasi tersebut diperlukan langkah konsolidasi sehingga lebih efektif baik dalam mempromosikan PNPM Mandiri atau dalam melakukan upaya pemberdayaan masyarakat dalam kerangka implementasi PNPM Mandiri.

Kegiatan sosialisasi oleh masing-masing program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat juga belum mendorong semangat “gerakan bersama” masyarakat dan berbagai para pihak lainnya dalam mempercepat penanggulangan kemiskinan.

Informasi yang akan dikembangkan akan bervariasi sesuai dengan permintaan masyarakat mengenai program yang diusulkan sehingga PNPM Mandiri yang dilaksanakan juga beraneka ragam. Dalam kerangka sosialisasi pencitraan program PNPM Mandiri diperlukan adanya konsolidasi konten PNPM Mandiri.

Sasaran strategi komunikasi meliputi *stakeholder* yang bervariasi yang secara umum terdiri dari pemanfaat program (*beneficiaries*), masyarakat



umum dan lembaga-lembaga pelaksana serta pendukung PNPM Mandiri yang mempunyai sasaran yang berbeda-beda. Untuk itu diperlukan konsolidasi dalam pendekatan dan konten yang akan disampaikan sehingga menimbulkan efek yang sinergis.

Besarnya cakupan wilayah PNPM Mandiri yang akan diperluas hingga mencakup seluruh kecamatan pada tahun 2009 juga memberikan tantangan bagi pelaksanaan sosialisasi dan komunikasi. Selain kebutuhan dana yang semakin besar, diperlukan strategi komunikasi yang sistematis dan pelaku yang handal agar berbagai komunikasi yang dilakukan dapat berlangsung efektif dan efisien.



## BAB 3 TUJUAN UMUM, PRINSIP DASAR STRATEGI

### 1. TUJUAN UMUM

Mengacu kepada permasalahan PNPM Mandiri dan komunikasi maka dalam rangka pencitraan dan penggalangan dukungan terhadap program tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat bahwa PNPM Mandiri sebagai program penanggulangan kemiskinan berbasis kelompok masyarakat.
2. Membangun pemahaman pelaksana program pemberdayaan masyarakat tentang PNPM Mandiri sebagai bentuk konsolidasi program-program yang terkait penanggulangan kemiskinan yang bertujuan agar lebih efektif dan tepat sasaran.
3. Membangun pemahaman dan komitmen pemangku kepentingan untuk mendukung terlaksananya program PNPM Mandiri.
4. Dalam rangka implementasi PNPM Mandiri oleh masyarakat, tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:
  - 1) Membangun sikap kemandirian dan keberdayaan masyarakat.
  - 2) Mengembangkan pemahaman masyarakat mengenai proses penyelenggaraan PNPM Mandiri.

### 2. PRINSIP DASAR

- a. **Konsolidasi *Brand Positioning* PNPM Mandiri.** Karena PNPM Mandiri merupakan “payung” dari program-program pemberdayaan dari banyak sektor diperlukan adanya *brand positioning* yang bisa mewakili ciri umum dari semua program tersebut. Dengan demikian dalam merek (*brand*) yang diciptakan perlu ada nama PNPM Mandiri sebagai lembaga dan ada isi pokok program yaitu mendorong kebersamaan dan kemandirian bagi masyarakat.
- b. **Konsolidasi konten PNPM Mandiri.** Sebagai sebuah program yang memiliki banyak jenis atau sektor dengan keunikan masing-masing, maka disamping terdapat konten yang umum yang memuat ciri-ciri umum PNPM Mandiri, yang bisa menggambarkan *positioning* PNPM Mandiri sebagai sebuah lembaga dan program yang berusaha





mengajak masyarakat untuk mandiri dengan menggalang kebersamaan dan kepedulian serta kemandirian, juga terdapat materi teknis yang berkaitan dengan sektornya. Oleh karena itu, diperlukan adanya konsolidasi konten, antara materi komunikasi dan sosialisasi PNPM Mandiri yang bersifat umum (generik) dengan yang teknis sektoral.

**c. Konsolidasi aktivitas komunikasi dengan memberikan Kerangka Kerja Aktivitas komunikasi**

Pada penyelenggaraan sosialisasi dan komunikasi PNPM Mandiri, diperlukan konsolidasi yang mencakup tiga aspek, yaitu institusi penyelenggara, wilayah sosialisasi dan khalayak yang menjadi sasaran.

- **Konsolidasi yang berkaitan dengan institusi** meliputi konsolidasi dari institusi-institusi yang akan melaksanakan program ke wilayah yang sama. Artinya dalam sosialisasi diperlukan adanya perencanaan bersama dan kerjasama dalam pelaksanaannya, sehingga tidak membingungkan masyarakat
- **Konsolidasi wilayah sosialisasi dan komunikasi**, meliputi wilayah lokal (kecamatan/desa), wilayah Kabupaten/kota dan wilayah propinsi, serta wilayah nasional. Masing-masing wilayah memiliki sasaran komunikasi yang berbeda dengan tujuan yang berbeda pula. Dalam hubungan ini diperlukan konsolidasi operasional yang dilakukan di semua tingkatan tersebut, sehingga menghasilkan pencitraan yang sama, dan dukungan yang sesuai dengan kebutuhan suksesnya program.
- **Konsolidasi operasional sosialisasi terhadap masyarakat umum dan penerima bantuan.** Konsolidasi diperlukan agar sosialisasi lebih fokus dan saling mendukung. Penerima bantuan (*beneficiaries*) adalah anggota masyarakat di tingkat pedesaan/kecamatan. Pada tingkat ini sosialisasi dilakukan selain dengan menyampaikan materi yang sifatnya umum tentang pengertian dan manfaat program, juga memberikan motivasi kepada mereka agar terlibat aktif dalam implementasi program. Sosialisasi kepada masyarakat umum diarahkan agar masyarakat memahami dan mendukung program ini.



Untuk mewujudkan tujuan, maka disusun strategi komunikasi yang difokuskan pada upaya pencitraan PNPM Mandiri dan upaya mendorong partisipasi untuk mengimplementasikan serta mereplikasi PNPM Mandiri.

Secara umum tujuan Strategi Komunikasi Pencitraan adalah untuk membangun persepsi yang sama di antara perangkat pemerintahan, baik eksekutif maupun legislatif, perguruan tinggi, organisasi dan lembaga swadaya masyarakat, masyarakat pengusaha, media massa serta masyarakat umum lainnya bahwa PNPM Mandiri adalah kerangka kebijakan nasional yang mengintegrasikan berbagai program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat.

Sedangkan strategi komunikasi berfokus pada sosialisasi aktivasi PNPM Mandiri, secara umum bertujuan untuk menciptakan kondisi agar PNPM Mandiri diimplementasikan baik dari tataran pelaksana program, dukungan pemangku kepentingan maupun masyarakat sasaran pemanfaat program. Implementasinya mencakup mulai dari operasionalisasi PNPM Mandiri sampai *exit* program, yaitu masyarakat melaksanakan secara mandiri dan bisa direplikasi oleh kelompok dari daerah lain.

Fokus pertama selanjutnya disebut **Sosialisasi Citra PNPM Mandiri** dan fokus kedua disebut sebagai **Sosialisasi Aktivasi PNPM Mandiri**, dengan tujuan dan sasaran sebagai berikut :

## 1. SOSIALISASI CITRA PNPM MANDIRI

### a. Tujuan

- Membentuk identitas PNPM sebagai kerangka kebijakan integrasi yang mengkoordinasikan (payung) berbagai program pemberantasan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat.
- Membangun kesadaran dan pemahaman penyelenggara program penanggulangan kemiskinan berbasis masyarakat tentang perlunya mengkoordinasikan dan mengintegrasikan



program-program pemberdayaan masyarakat dalam PNPM Mandiri.

- Membangun kesadaran dan pemahaman para pemangku kepentingan bahwa PNPM Mandiri merupakan program bersama yang menghendaki kepedulian, komitmen dan keterlibatan berbagai pihak.
- Membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat bahwa PNPM Mandiri merupakan kebijakan *pro poor* yang berupa penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat.

#### **b. Hasil yang Diharapkan**

- Dikenalnya PNPM Mandiri sebagai kerangka kebijakan nasional yang menjadi acuan pelaksanaan program-program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat.
- Tumbuhnya kesadaran para pelaksana program di tingkat sektoral dan daerah bahwa program penanggulangan kemiskinan yang dilakukan harus berada dalam koordinasi PNPM Mandiri.
- Terbangunnya kesadaran dan pemahaman pemangku kepentingan, bahwa PNPM merupakan program kebijakan pemerintah yang perlu didukung.
- Meningkatnya kesadaran dan pemahaman masyarakat bahwa PNPM merupakan program yang berusaha memandirikan masyarakat miskin sehingga bisa keluar dari lingkaran kemiskinan melalui program dari, oleh dan untuk masyarakat.

## **2. SOSIALISASI AKTIVASI PNPM MANDIRI**

### **a. Tujuan**

- Meningkatkan komitmen penyelenggara PNPM Mandiri untuk



berkonsolidasi, baik di tingkat perencanaan maupun implementasinya di lapangan.

- Membangun dan meningkatkan komitmen pemangku kepentingan untuk mendukung PNPMP Mandiri dan proses replikasinya.
- Mengembangkan kesadaran dan sikap kemandirian, kepedulian, kemitraan dan partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan program pemberdayaan masyarakat dibawah koordinasi PNPMP Mandiri.
- Mendorong tumbuhnya partisipasi masyarakat dalam proses pelaksanaan PNPMP Mandiri.

#### **b. Hasil yang Diharapkan**

- Terselenggaranya konsolidasi PNPMP Mandiri untuk seluruh sektor di tingkat perencanaan dan implementasi di lapangan
- Terbangunnya kemitraan dengan pemerintah daerah, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat dan kelompok peduli dan dunia usaha untuk mewujudkan dan memperluas pelaksanaan PNPMP Mandiri.
- Dipahaminya dan diikutinya alur proses pelaksanaan kegiatan PNPMP Mandiri oleh masyarakat penerima manfaat
- Meningkatnya keterampilan masyarakat untuk dapat menentukan dan mengelaborasi kebutuhan masyarakat miskin
- Tumbuhnya partisipasi masyarakat penerima manfaat untuk merancang dan mengimplementasikan program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan dalam kerangka PNPMP Mandiri.

Kedua fokus sosialisasi ini meskipun menggunakan *template* strategi komunikasi yang sama namun akan melibatkan penekanan elemen-elemen komunikasi yang berbeda sebagaimana tercermin dalam



**cakupan** dan **pola pelaksanaan** strategi komunikasi yang akan diuraikan kemudian.



Cakupan strategi komunikasi meliputi lima aspek pokok berikut; kategorisasi/pengelompokan khalayak sasaran, metode komunikasi, pesan komunikasi, penggunaan saluran, dan penetapan komunikator.

### 1. PENETAPAN SASARAN KHALAYAK KOMUNIKASI

Pada dasarnya sasaran strategi komunikasi meliputi: masyarakat luas, pemanfaat program, instansi terkait pelaksanaan PNPM Mandiri/*stakeholders*, lembaga legislatif (DPR/DPRD), para profesional, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Organisasi Kemasyarakatan (Ormas), lembaga atau kelompok peduli lainnya.

#### a. Masyarakat umum

Yaitu masyarakat umumnya baik di lingkungan terdekat dari pemanfaat program maupun masyarakat luas yang jauh jangkauannya dengan daerah pelaksana program lingkup regional dan nasional. Peran masyarakat luas sebagai dukungan publik pada kebijakan menjadi sangat penting dalam mendukung dan menjamin kelancaran dan keberlangsungan kebijakan dan pelaksanaan program.

#### b. Pemanfaat program

Sebagai kelompok penerima manfaat dari program PNPM Mandiri diperlukan pemahaman dan pengertian yang tinggi untuk turut berpartisipasi baik dalam perencanaan maupun dalam pelaksanaan program. Dengan demikian keberlangsungan program dapat terjamin.

#### c. Instansi terkait pelaksanaan PNPM Mandiri

Sebagai penanggungjawab pelaksanaan dan pelaku program PNPM Mandiri, diperlukan pemahaman dan komitmen untuk terlibat dan bertanggungjawab dalam pelaksanaan program sesuai tugas dan fungsi masing-masing di setiap tingkat administrasi. Kelompok sasaran ini meliputi departemen-departemen pelaksana program penanggulangan kemiskinan antara lain; Departemen Pekerjaan Umum, Departemen Kesehatan, Departemen Pendidikan Nasional,



Departemen Dalam Negeri, Departemen Pertanian, dan instansi lainnya yang akan mengintegrasikan programnya dalam PNPM Mandiri.

**d. Pemangku kepentingan (*stakeholder*)**

Pelaksanaan PNPM Mandiri memerlukan dukungan dari berbagai pihak meliputi : (1). Lembaga yang mendukung dari aspek kebijakan seperti DPR, DPRD, Pemerintah Daerah. Posisi Pemerintah dan DPRD dalam hal ini menjadi dominan, sebab PNMP Mandiri sebagai program pemerintah (pusat) akan memiliki fase akhir dan diteruskan menjadi program pemerintah daerah. (2). Lembaga yang mendukung terjadinya partisipasi untuk mengembangkan dan mereplikasi program, seperti lembaga donor, CSR dunia usaha/ industri, (3) pihak-pihak yang memberikan dukungan publik dari kelompok peduli yaitu kelompok profesional, Lembaga Swadaya Masyarakat, Organisasi Kemasyarakatan, lembaga atau kelompok peduli lainnya.

**2. METODE KOMUNIKASI**

Strategi komunikasi dalam sosialisasi PNPM Mandiri dilakukan dengan menggunakan empat metode berikut: Penyebaran informasi, Persuasi, Advokasi, dan Edukasi. Keempat metode ini dalam penerapannya saling terkait satu sama lain meskipun pada satu kegiatan komunikasi akan dapat diidentifikasi metode pokok yang digunakan

**a. Penyebaran Informasi PNPM Mandiri**

Metode penyebaran informasi merupakan penyampaian informasi secara masif dan intensif kepada seluruh khalayak sasaran dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi khususnya media massa, media luar ruang dan bahan cetakan seperti poster dan *booklet*. Tujuan kegiatan ini adalah untuk membangun pemahaman yang tepat oleh khalayak sasaran tentang prinsip dasar, kebijakan, strategi dan mekanisme kerja PNPM Mandiri secara keseluruhan, sehingga masyarakat memiliki kesadaran dan pengetahuan yang



cukup untuk berpartisipasi secara aktif dalam pelaksanaan PNPM Mandiri.

**b. Persuasi PNPM Mandiri**

Tindakan persuasi PNPM Mandiri pada prinsipnya terkait erat dengan tindakan penyebaran informasi sebagaimana diuraikan pada poin **a** di atas. Bedanya dalam kegiatan persuasi tujuan utama yang ingin dicapai adalah untuk membangun keberpihakan, dukungan dan ketertarikan khalayak sasaran terhadap PNPM Mandiri. Khalayak sasaran Persuasi adalah masyarakat penerima pemanfaat (*direct beneficiaries*), kelompok peduli dan pemerintah daerah/lembaga/perusahaan donor. Dalam tindakan persuasi diupayakan untuk menggerakkan khalayak sasaran agar melakukan tindakan partisipatif untuk menyelenggarakan program dalam kerangka PNPM Mandiri. Metode persuasi diterapkan dengan pendekatan berbasis komunitas yang memungkinkan interaksi langsung antara penyelenggara PNPM Mandiri dengan khalayak penerima manfaat dan kelompok peduli lainnya.

**c. Advokasi**

Advokasi dilakukan dengan tujuan membangun kepedulian dan komitmen para pemangku kebijakan PNPM Mandiri. Dengan demikian, para pengambil keputusan akan lebih memahami pentingnya PNPM dan mempunyai komitmen untuk memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan PNPM Mandiri.

Membangun komitmen diarahkan kepada para penentu kebijakan dan pengambil keputusan dan kesediaan memberikan dukungan dari setiap instansi terkait dan DPR baik di pusat maupun di daerah dengan harapan terjadi proses keberlanjutan dan perluasan program di wilayah kerja dan di setiap daerah.

**d. Edukasi**

Edukasi merupakan proses pembelajaran yang diarahkan pada perubahan sikap dan perilaku dari penerima informasi melalui penyebaran informasi, persuasi, dan edukasi secara terus menerus.





Tujuan edukasi adalah membangun rasa percaya diri (*self confident*), rasa mampu diri (*self efficacy*), dan kesadaran kerjasama untuk bangkit mandiri secara bahu membahu. Hal lain yang penting dari kegiatan edukasi adalah memberikan keterampilan praktis kepada khalayak sasaran dalam merancang program, menyusun proposal hingga membuat laporan pelaksanaan program PNPM Mandiri. Pesan yang disampaikan harus dibuat dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti agar masyarakat dengan mudah dapat memahami tujuan dan kegiatan program sehingga termotivasi untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan program PNPM. Edukasi mengenai PNPM dapat diberikan langsung dalam bentuk pelatihan ketrampilan, atau percontohan (*modeling*).

**Tabel 1**  
**Pemilihan Metode Komunikasi**

Khalayak sasaran	Tujuan	Penggunaan metode
<b>Pencitraan PNPM</b>	-	
- Pelaksana PNPM Mandiri	- Membangun kesamaan dan pemahaman visi, prinsip dalam mewujudkan konsolidasi program.	- Penyebaran informasi - Persuasi
- Pemangku Kepentingan : DPR/DPRD/Pemda/ Lembaga Donor/CSR	- Membangun gambaran PNPM Mandiri sebagai program memerlukan dukungan dan kepedulian berbagai pihak	- Penyebaran informasi - Persuasi
- Masyarakat umum	- Mengambarkan PNPM Mandiri sebagai kebijakan <i>pro poor</i> . - Membangun kesadaran dan pemahaman PNPM Mandiri untuk memandirikan masyarakat dalam penanggulangan kemiskinan.	- Penyebaran informasi - Persuasi
<b>Aktivasi PNPM</b>		
- Penerima manfaat program	- Membangun kesadaran, rasa mampu diri, dan keterlibatan dalam implementasi	- Persuasi - Edukasi
- Pemangku Kepentingan	- Membangun dukungan dan komitmen untuk mengimplentasikan program, memperluas dan mereplikasi	- Penyebaran informasi - Persuasi - Advokasi



### 3. PENYUSUNAN PESAN KOMUNIKASI

Strategi komunikasi berkaitan dengan penyusunan pesan mencakup isi pesan, himbuan dan organisasi pesan sebagai berikut:

#### a. Panduan penyusunan pesan

Penyusunan segala bentuk pesan hendaknya memperhatikan aspek-aspek berikut :

- Formulasi pesan kunci termasuk *tagline* harus disajikan secara sama dan konsisten secara nasional.
- Formulasi /penyusunan pesan segmentatif (*segmented messages*) harus memperhatikan karakteristik khalayak sasaran termasuk aspek budaya lokal.
- Pesan harus membangkitkan kebutuhan khalayak akan PNPM Mandiri
- Pesan disampaikan dalam bahasa yang mudah dipahami
- Apabila pesan dapat disajikan lebih ringkas, pilihlah formulasi pesan paling ringkas.
- Pesan disampaikan secara verbal dan visual bergantung media yang dijadikan saluran
- Pesan harus memberikan jalan keluar bagi pemenuhan kebutuhan khalayak sasaran akan PNPM Mandiri.

#### b. Cakupan Isi Pesan

Isi pesan merupakan bagian pokok dari materi sosialisasi yang implementasinya dapat bersifat pesan umum dan khusus. Pesan umum berlaku untuk keseluruhan kategori khalayak sasaran, sedangkan pesan khusus menekankan pada aspek tertentu sesuai fokus strategi komunikasi kepada kategori khalayak tertentu. Pada dasarnya pilihan untuk isi pesan umum dan khusus mencakup hal-hal berikut:

- Pesan yang disampaikan mencakup kebijakan, pengertian, tujuan, konsep, mekanisme dan hasil-hasil pelaksanaan PNPM Mandiri agar terbangun pemahaman, kepedulian, dukungan



dan keterlibatan dalam program PNPM Mandiri.

- Uraian tentang apa, bagaimana, dan untuk apa PNPM Mandiri diselenggarakan (diuraikan tersendiri dalam media *leaflet/booklet*)
- Uraian alur proses dan teknik merancang kegiatan PNPM Mandiri
- Pesan dalam bentuk cerita tentang contoh-contoh keberhasilan (*best practices*) yang disampaikan melalui iklan layanan masyarakat/temu nasional/daerah dalam rangka konsolidasi program atau saluran lainnya
- Pada prinsipnya pesan dikonstruksi sesuai karakteristik khalayak yang akan dituju serta media yang digunakan.
- Pesan motivatif yang mendorong dan menggugah kesadaran bahwa masyarakat harus mandiri dan memiliki tanggungjawab memperbaiki hidup.
- Pesan penyadaran tentang kesulitan yang dihadapi khalayak penerima manfaat program, menyadarkan mereka harus bekerjasama sama mengatasi masalah, menggali potensi bersama, adanya peluang memperbaiki kualitas hidup melalui PNPM Mandiri, serta menumbuhkan keterlibatan dalam menyusun program bersama/*musrenbang*.
- Uraian PNPM Mandiri sebagai kerangka kebijakan yang menjadi acuan program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat
- Pesan sinergis yang menekankan perlunya kesatuan tindakan, integrasi dan konsolidasi berbagai program pemberdayaan masyarakat yang selama ini dilakukan secara parsial/sektoral

### c. **Himbauan pesan**

Konstruksi/bentuk pesan dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut :

- Pendekatan rasional yang menekankan pada data, logika, dan fakta-fakta sasaran lainnya tentang perlunya perencanaan dalam memperbaiki kualitas hidup berbasis pemberdayaan masyarakat;
- Pendekatan emosional yang menggugah semangat dan



komitmen masyarakat penerima manfaat program untuk bertindak/berpartisipasi menyelenggarakan kegiatan PNPM Mandiri;

- Pendekatan sosial (menekankan pentingnya kerjasama dalam menanggulangi kemiskinan melalui program kegiatan yang bermanfaat bagi semua),
- Pendekatan spiritual (berkaitan dengan pesan-pesan keagamaan yang mendorong kebangkitan/perubahan ke arah hidup yang lebih baik),
- Pendekatan moral (pentingnya melaksanakan program dengan jujur dan tulus, tidak mencari keuntungan pribadi)

#### **d. Kordinasi penyampaian pesan**

Agar pesan dapat mencapai khalayak sasaran secara efektif maka diperlukan koordinasi mengenai isi pesan yang perlu disampaikan melalui berbagai saluran kepada khalayak yang berbeda-beda.

- Pesan-pesan pokok yang disampaikan oleh berbagai tingkatan penyelenggara PNPM Mandiri harus dipastikan mengandung muatan pesan yang sama sebagaimana ditetapkan cakupan isi pesan.
- Elemen-elemen seperti karakteristik pembawa pesan, logo, slogan, tema-tema pokok pesan (uraian tentang apa PNPM Mandiri, manfaat, atau fakta-fakta kunci lainnya) perlu dikordinasikan secara tepat dan disampaikan dengan cara/bentuk yang sama (*single voice*). Khusus mengenai Logo PNPM Mandiri, digunakan satu logo yang telah ada dan penggunaannya dalam berbagai produk sosialisasi dan dokumen mengacu pada Petunjuk Penggunaan Logo terlampir. (lihat Lampiran).
- Kesesuaian pesan dan saluran yang digunakan akan ditetapkan kemudian melalui rapat komunikasi (*communication meeting*) di antara penyelenggara PNPM Mandiri .
- Variasi isi pesan berdasarkan karakteristik demografis, geografis ataupun psikografis harus merujuk pada pesan-pesan kunci yang ditetapkan dalam pokok isi pesan sosialisasi PNPM Mandiri secara nasional.



- Penetapan waktu, pemilihan tokoh, dan pemilihan saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan harus dikordinasikan dalam rapat kordinasi penyelenggara PNPM Mandiri baik pada tingkat nasional/lokal.

**Tabel .2**  
**Strategi Pesan Komunikasi PNPM Mandiri**

Jenis khalayak	Aspek-aspek Pesan			
	Isi Pesan	Himbauan Pesan	Koordinasi Isi Pesan	Kordinasi Penyampaian Pesan
<b>Khalayak pencitraan PNPM</b>				
Pelaksana program	- Kita adalah satu - Sukses PNPM tanggung jawab bersama - Bergerak terintegrasi dibawah PNPM Mandiri - Tekanan perlunya kohesi para pelaksana PNPM Mandiri	Rasional	- variasi isi pesan sesuai karakteristik khalayak - konsistensi tema-tema pokok	- formulasi dan penyampaian pesan pokok dengan cara yang sama - Waktu, endorser dan saluran yang dipilih untuk menyampaikan pesan harus dikordinasikan
Pemangku Kepentingan : DPR,DPRD, Pemda, Lembaga Donor, CSR, Lembaga pendukung	- Menegaskan PNPM sebagai kebijakan nasional - Menegaskan perlunya komitmen bersama - Menegaskan butuh koordinasi	Rasional	- variasi isi pesan sesuai karakteristik khalayak - konsistensi tema-tema pokok	- Waktu, endorser dan saluran yang dipilih untuk menyampaikan pesan harus dikordinasikan
Masyarakat umum	Melalui kebersamaan dan kemandirian membangun kesejahteraan	Emosional/ rasional	Mencerminkan tema-tema program	Formulasi pesan pokok yang generik, dengan endoser pelaku



<b>Khalayak aktivasi PNPM</b>				
Penerima manfaat program	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemiskinan harus diatasi</li> <li>- Perlu kerjasama</li> <li>- Alur proses PNPM</li> <li>- <i>Best Practices</i></li> <li>- Bangkitkan kebutuhan akan PNPM</li> <li>- Tunjukkan PNPM sebagai jalan keluar</li> </ul>	- Emosional, sosial, spiritual dan rasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- variasi isi pesan sesuai karakteristik khalayak</li> <li>- konsistensi tema-tema pokok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Waktu, endorser dan saluran yang dipilih untuk menyampaikan pesan harus dikordinasikan</li> <li>- pesan segmentatif disesuaikan dgn karakteristik khalayak</li> </ul>
Pemangku kepentingan : lembaga donor, CSR, LSM	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perlu kepedulian dan kemitraan</li> <li>- Mari dukung dan bekerjasama</li> <li>- Ulurkan bantuan</li> </ul>	- Emosional dan rasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- variasi isi pesan sesuai karakteristik khalayak</li> <li>- konsistensi tema-tema pokok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- menyampaikan pesan kunci dgn cara sama</li> </ul>
Pemangku Kepentingan: Pemda/DPRD	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dukungan kebijakan, komitmen, dan koordinasi</li> <li>- Kaitkan pesan dengan kondisi lokal</li> </ul>	- Emosional dan rasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- variasi isi pesan sesuai karakteristik khalayak</li> <li>- konsistensi tema-tema pokok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- menyampaikan pesan kunci dengan cara sama</li> </ul>

#### 4. STRATEGI PENGGUNAAN SALURAN KOMUNIKASI

Untuk meningkatkan keefektifan penyampaian pesan pada khalayak yang beragam maka perlu digunakan berbagai saluran komunikasi meliputi saluran personal, media tradisional dan media massa serta media baru (internet). Saluran komunikasi personal dan media tradisional digunakan untuk mengaktivasi masyarakat agar terlibat dalam merancang dan melaksanakan PNPM Mandiri. Sementara saluran media masa dan media baru digunakan untuk membangun kesadaran pemangku kepentingan untuk peduli dan terlibat dalam PNPM Mandiri. Pada tataran aktivasi PNPM Mandiri penggunaan saluran berbasis komunitas (*community based channel*) sangat dianjurkan.



**Tabel.3**  
**Strategi Umum Saluran Komunikasi PNPM Mandiri**

Saluran	Khalayak pencitraan PNPM	Khalayak aktivasi PNPM
Komunikasi personal/kelompok : - pelatihan - ceramah - diskusi di balai desa - <i>focus group discussion</i> - khotbah di masjid - kunjungan pada tokoh masyarakat	-	- Tokoh masyarakat, penerima manfaat langsung ( <i>direct beneficiaries</i> ) - kelompok peduli
<i>Communication Meeting</i>	-	Pengambil keputusan, pelaksana program, Lembaga Donor untuk menyamakan persepsi tata kelola PNPM Mandiri
<i>Leaflet</i> dan <i>Booklet</i> serta buku Pedoman Umum dan kelengkapannya.	-	- Penerima manfaat Pelaksana program, Pemangku kepentingan
Media tradisional - pertunjukkan wayang, lenong, randai, dst.	- Masyarakat umum	
Televisi	- Masyarakat umum	- Pemangku kepentingan
Media luar ruang-spanduk, poster, baliho	- Masyarakat umum	- Penerima manfaat
- Radio <i>talk &amp; news</i>	- Masyarakat umum	- Pemangku kepentingan
-Surat kabar	- Masyarakat umum,	- Pemangku kepentingan
Radio komunitas	- Masyarakat umum	- Penerima manfaat
Internet	- Masyarakat umum	- Pemangku kepentingan
Media visit	- Masyarakat umum	- Pemangku kepentingan

## 5. STRATEGI KOMUNIKATOR

- Komunikator atau pembawa pesan (*messenger*) PNPM Mandiri harus didasarkan kredibilitas (keahlian, pengalaman, dapat dipercaya) dan akseptabilitas (kedekatan/dapat diterima) pembawa pesan oleh khalayak.



- Para pembawa pesan harus sejalan dengan khalayak sasaran dan saluran yang digunakan.
- Untuk mengukuhkan identitas dan citra PNPM Mandiri diperlukan endorser tingkat nasional (presiden, menteri atau ketua lembaga tinggi negara atau tokoh nasional yang dihormati masyarakat)
- Untuk mengaktivasi PNPM Mandiri diperlukan endorser dari ahli ekonomi/*community development*, *opinion leader* dan aktor pelaku PNPM yang telah berhasil (*best practices*)
- Pemilihan pembawa pesan senantiasa mempertimbangkan karakteristik khalayak sasaran sehingga pesan efektif.

**Tabel 4**  
**Strategi Komunikator Sosialisasi PNPM Mandiri**

Jenis Komunikator/ <i>Messenger</i>	Rasionalisasi	Khalayak sasa- ran Pencitraan	Khalayak Sasaran Aktivasi PNPM
- Opinion leader (OL) Termasuk didalamnya: tokoh informal masyarakat(ustad/ kyai/pendeta, dst)	- OL memiliki pengaruh pada komunitasnya - khalayak percaya pada pemimpin sekitar mereka	-	Pemangku kepentingan (kelompok peduli) dan penerima manfaat
- <i>Best practices actor</i> dari penerima manfaat	- contoh nyata lebih memotivasi untuk ditiru - memunculkan <i>self efficacy</i> (rasa mampu diri)	- Pelaksana program	- Penerima manfaat
- Endorser tokoh pemerintah	- Memiliki <i>power</i> dan otoritas untuk dipatuhi	Pengambil keputusan, pelak- sana program dst	- Pemangku kepen- tingan dan penerima manfaat
- Anak-anak penerima manfaat	- Menggugah emosi khalayak	-	- Penerima manfaat dan pemangku kepentingan







Seesuai dengan fokus strategi komunikasi, secara umum walaupun terdapat pemisahan strategi komunikasi untuk pencitraan PNPM Mandiri dan aktivasi PNPM Mandiri, keduanya harus saling mendukung. Upaya membangun citra harus menjadi dasar atau pendorong peningkatan aktivasi PNPM Mandiri. Sebaliknya upaya peningkatan aktivasi akan meneguhkan dan memelihara citra yang terbentuk. Dengan demikian keduanya perlu terintegrasi.

### 1. INTEGRASI ELEMEN STRAKOM

Integrasi elemen Strakom dibutuhkan dalam operasionalisasi strategi komunikasi PNPM Mandiri kepada hampir seluruh sasaran komunikasi. Faktor pencitraan merupakan faktor utama dan menjadi awal dari tumbuhnya proses dukungan dan partisipasi.

Program komunikasi PNPM Mandiri baik dengan metode informasi, persuasi, advokasi dan edukasi bisa dilaksanakan oleh Tim Pengendali atau Tim Koordinator, instansi sektoral atau berbagai pihak yang memiliki kepedulian dalam penanggulangan kemiskinan dengan berbasis pemberdayaan masyarakat.

Dalam implementasinya, setiap langkah operasional menetapkan sasaran atau target komunikasi yang akan dilakukan, kemudian menetapkan strategi pesan, saluran dan pilihan komunikator atau pembawa pesan yang efektif.

### 2. SUMBER DANA

Dukungan pembiayaan sosialisasi PNPM Mandiri bisa berasal dari institusi yang menyelenggarakan program komunikasi dan sosialisasi, atau pada Tim Pengendali atau Tim Koordinator di tingkat provinsi dan kabupaten/kota. Anggaran diperoleh dari APBN, APBD, lembaga donor, dan dari partisipasi dunia usaha sebagai CSR. Pola pertanggungjawaban penggunaan anggaran mengacu pada peraturan dan perundangan yang berlaku.



**Tabel 5**  
**Integrasi Elemen Strakom**

Khalayak Sasaran	Metode/ Fokus	Pesan	Saluran/ Instrumen	Pembawa Pesan	Institusi Pelaksana
Pelaksana program (Instansi Sektoral, Tim Koordinasi)	Informasi, Advokasi(fokus aktivasi)	- Pemahaman PNPM, Pemahaman konsep konsolidasi	Buku panduan, Buku saku, media cetakan lainnya, <i>work shop</i> , FGD.	Pejabat pemerintah, pakar	Tim Pengendali/ Tim Koordinasi
Pelaksana lapangan (relawan)	Informasi/ Persuasi Edukasi(fokus pencitraan dan aktivasi)	- Ajakan partisipasi dengan materi kebijakan dan program serta proses PNPM Mandiri, metode edukasi	<i>Workshop</i> , FGD dengan dukungan barang cetakan: pedoman, <i>leaflet</i> , buku saku.	Penanggung jawab program, instruktur	Instansi sektoral
Pemda/ DPRD	Informasi/ Advokasi (fokus pencitraan dan aktivasi)	- Ajakan berpartisipasi, dan mereplikasi melalui dukungan kebijakan dan fasilitasi	Workshop, FGD dengan dukungan barang cetakan: pedoman, <i>leaflet</i> , buku saku.	Pejabat pemerintah, pakar	Tim Pengendali dan Tim Koordinasi
PTN/LSM/ tokoh masyarakat dan agama, dunia usaha	Advokasi(fokus pencitraan dan aktivasi)	- Ajakan mendukung kebijakan dan program PNPM-Mandiri dan, mengawasi pelaksanaannya	Seminar, FGD dengan dukungan barang cetakan: pedoman, <i>leaflet</i> , buku saku.	Pejabat pemerintah, pakar, pemanfaat program (contoh berhasil)	Tim Pengendali dan Tim Koordinasi dan instansi sektoral.
Masyarakat umum	Informasi/ persuasi(fokus pencitraan)	Pencitraan PNPM-M sebagai program pengurangan kemiskinan berbasis pemberdayaan, memerlukan kebersamaan dan dorongan kemandirian.	- PSA (radio, TV, media cetak dan media baru. Laporan media, <i>media visit</i> ). - Peliputan aktivitas - Baliho/bilboard	Penerima bantuan (contoh keberhasilan), tokoh masyarakat, pakar, pejabat pemerintah.	Tim Pengendali/ tim koordinasi.



Khalayak Sasaran	Metode/ Fokus	Pesan	Saluran/ Instrumen	Pembawa Pesan	Institusi Pelaksana
Media	Advokasi (Fokus pencitraan)	Tanggungjawab dan peran media dalam penanggulangan kemiskinan	<i>Workshop, media relation.</i>	Pakar, pejabat pemerintah	Tim Pengendali dan Tim Koordinasi dan instansi sektoral.
Penerima manfaat	Edukasi (fokus aktivasi)	Manfaat program, proses program.	<i>Workshop, demonstrasi, testimone, workshop, media luar ruang, leaflet, barang cetakan lainnya.</i>	Penerima bantuan (contoh keberhasilan), pendamping tokoh masyarakat, pakar, pejabat pemerintah	Instansi Sektoral



**Gambar 1**  
**Proses Komunikasi PNPM Mandiri**





## 1. INDIKATOR PENCAPAIAN

Indikator pencapaian dapat bersifat kuantitatif ataupun kualitatif. Penetapan indikator pencapaian akan merujuk pada sasaran sosialisasi PNPM Mandiri beserta fokus dari masing-masing strategi komunikasi

- Fokus Pencitraan: terdapat pemahaman dan pengakuan dan dukungan yang sama terhadap PNPM Mandiri sebagai kebijakan nasional yang menjadi 'payung' bagi semua program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan masyarakat.
- Aktivasi: mencakup aspek kognitif (tingkat pengetahuan), aspek afeksi (ketertarikan dan kepedulian) dan konatif (tingkat partisipasi dalam pengambilan keputusan, komitmen tindakan melaksanakan PNPM Mandiri).

## 2. MONITORING DAN EVALUASI

### a. *Mekanisme Monitoring dan Evaluasi*

Monitoring dan evaluasi bertujuan agar setiap penanggungjawab dan pengambil keputusan dapat mengetahui keberhasilan maupun permasalahan yang dihadapi sedini mungkin untuk dapat ditangani secara tepat waktu.

Monitoring meliputi aspek proses pelaksanaan komunikasi dan pengaruh yang terbentuk sebagai berikut :

1. Proses sosialisasi, ialah memonitor dan mengevaluasi apakah aktivitas komunikasi yang dilaksanakan telah sesuai dengan strategi dan program yang telah disusun.
2. Pengaruh komunikasi dimonitor untuk menjawab capaian indikator keberhasilan sosialisasi, sebagai berikut :
  - Meningkatnya pemahaman masyarakat luas,
  - Diperolehnya dukungan yang kuat dari berbagai pihak,
  - Meningkatnya kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap PNPM Mandiri,
  - Meningkatnya komunikasi dan koordinasi kerjasama antar instansi/sector dan terbangunnya kemitraan dengan berbagai pihak.



Pelaksanaan kegiatan pemantauan dan evaluasi ini akan melibatkan unsur-unsur komunikasi terkait lainnya seperti unit pengaduan dan merupakan bagian tidak terpisahkan dari kegiatan monitoring dan evaluasi program secara keseluruhan.

Indikator keberhasilan dari aspek proses, akan disesuaikan dengan jadwal monitoring dan evaluasi program PNPM Mandiri secara umum.

**b. *Pelaksana Monitoring dan Evaluasi***

Unit yang melakukan monitoring terhadap proses dan keberhasilan komunikasi dilakukan oleh institusi penyelenggara komunikasi dan sosialisasi dengan bekerjasama dengan lembaga independen. Peranan unit pengaduan masyarakat, disamping menampung pengaduan yang berkaitan dengan substansi program PNPM Mandiri, juga menampung dan menyalurkan respon terhadap kegiatan komunikasi dan sosialisasi.

Melalui koordinasi kerja yang baik, informasi yang diterima UPM-PNPM Mandiri dapat diteruskan ke Tim Koordinasi kabupaten dan pimpinan daerah untuk ditindaklanjuti penanganannya dengan tepat waktu dan tepat sasaran. Informasi tersebut juga disampaikan kepada pelaksana sosialisasi untuk perbaikan program sosialisasi apabila diperlukan.

**c. *Mekanisme Pengelolaan Umpan balik***

Keberhasilan penyelenggaraan PNPM Mandiri membutuhkan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu umpan balik dari seluruh pihak yang terlibat mutlak diperlukan. Mekanisme penyampaian umpan balik dapat dilakukan dengan membuka kotak pos, melakukan wawancara dengan penerima manfaat, atau mengaktifkan bagian komunikasi pelaksana PNPM Mandiri untuk menerima masukan baik disampaikan secara langsung ataupun melalui media umum seperti surat, SMS, atau lewat telepon. Termasuk di sini dengan mengevaluasi laporan media massa, dalam berita dan bentuk produk media lainnya.



### A. UNTUK SIAPA PANDUAN INI?

Panduan ini terdiri dari instruksi lengkap dan contoh-contoh penggunaan logo yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang terkait dengan PNPM Mandiri.

Seluruh program yang dikoordinasikan oleh PNPM Mandiri harus menampilkan logo PNPM Mandiri di semua materi publikasi.

Tenaga desain profesional yang mengerjakan semua materi cetak dan publikasi PNPM Mandiri diharapkan mengikuti ketentuan “Panduan Penggunaan Logo” ini secara jelas dan konsisten.

Ada dua jenis logo PNPM Mandiri, yaitu Logo PNPM Mandiri (Logo Program) dan Logo Tim Pengendali PNPM Mandiri. Panduan ini akan memaparkan kedua jenis logo tersebut.

### B. LOGO PROGRAM



Berikut adalah prinsip dari logo Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri (PNPM Mandiri).

Logo di atas merupakan suatu kesatuan dan merupakan materi visual yang utama untuk menggambarkan identitas PNPM Mandiri.

Penjelasan selanjutnya dalam panduan ini berisi ketentuan dalam



menampilkan dan menggunakan logo beserta panduan-panduan lain untuk menguatkan citra PNPM Mandiri secara konsisten dan efektif.

### C. ARTI LOGO

- Logo PNPM Mandiri menggambarkan simbol bunga yang sedang mekar yang merepresentasikan tingkat kemajuan masyarakat.
- Bunga ini terdiri dari tiga buah kelopak yang diartikan sebagai tiga tahapan proses pemberdayaan yaitu tahap pembelajaran, kemandirian dan keberlanjutan.
- Penggunaan warna pada logo PNPM Mandiri mengandung arti sebagai berikut :
  - Biru laut melambangkan pelayanan publik,
  - Hijau daun melambangkan kesejahteraan,
  - Orange keemasan melambangkan kemuliaan
- Secara keseluruhan warna-warna pada logo mengandung arti bahwa dengan pelayanan publik yang baik akan tercipta kesejahteraan yang pada akhirnya menuju kepada kemuliaan (melalui peningkatan harkat, martabat, dan derajat manusia).
- Tulisan PNPM Mandiri juga mengandung arti bahwa program ini dirancang secara nasional sebagai upaya pemberdayaan masyarakat menuju kemandirian.

### D. VERSI STANDAR

Hanya ada 1 versi standar pada logo PNPM Mandiri. Beberapa ketentuan dasar mengenai logo PNPM Mandiri adalah sebagai berikut:

- Pastikan Anda telah menggunakan logo dalam versi standar yang benar.
- Logo harus selalu ditampilkan dalam warna dan jenis huruf yang sudah ditentukan.
- Logo hanya dapat diperbesar dan diperkecil secara proporsional.

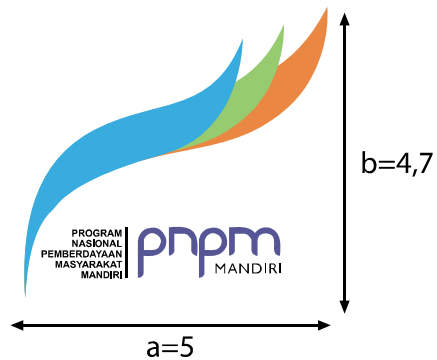


Berikut ini adalah warna dan proporsi logo PNPM Mandiri:

- Biru laut (Cyan:68, Magenta:15)
- Hijau daun (Cyan:45, Yellow:75)
- Oranye keemasan (Cyan:5, Magenta:56, Yellow:83)

Sedangkan proporsi ukuran logo PNPM Mandiri adalah sebagai berikut:

- Panjang (a) : Lebar (b) = 5 : 4,7



#### E. VERSI LAIN

Selain logo standar, ada versi lain yang bisa digunakan, yaitu logo versi hitam putih. Berikut adalah penjelasan dari versi tersebut:

1. Logo versi hitam putih (atau *grayscale*) dapat digunakan jika menggunakan mesin cetak/ *printer* hitam-putih



## F. AREA AMAN

Untuk memaksimalkan efek yang dihasilkan dari penggunaan logo PNPM Mandiri, logo harus dipastikan berada di dalam area aman.

Area aman adalah wilayah di sekitar logo yang sebaiknya tidak diisi atau disentuh oleh tulisan atau elemen lain sehingga logo tetap terlihat dengan jelas.

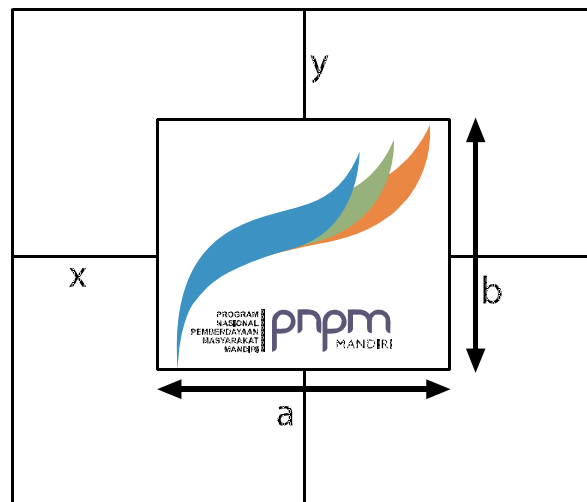
Berikut adalah penjelasan area aman logo PNPM Mandiri:

a = panjang logo

x = 1/2 dari panjang logo (a)

b = lebar logo

y = 1/2 dari lebar logo (b)





## G. HAL YANG SEBAIKNYA TIDAK DILAKUKAN

Berikut ini adalah beberapa hal yang sebaiknya tidak dilakukan dalam penggunaan logo PNPM Mandiri.

### 1. Mengubah Logo



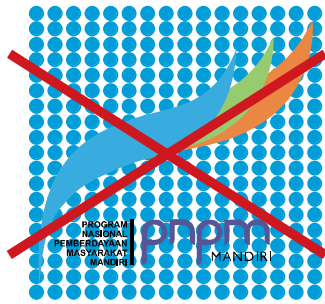
### 2. Memperbesar atau memperkecil logo secara tidak proporsional



### 3. Meletakkan tulisan di dalam area aman



4. Meletakkan logo diatas latar belakang yang rumit, pastikan logo dapat terlihat dengan jelas



5. Menggunakan logo berulang kali sebagai dekorasi



7. Mengubah warna logo di luar versi standar





#### 8. Merubah jenis huruf logo



#### H. PENGGUNAAN LOGO PROGRAM

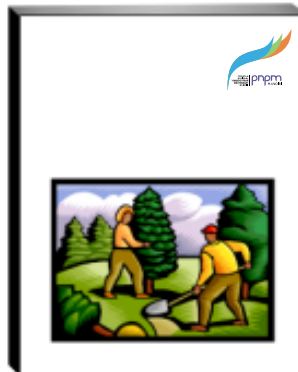
- Peletakan logo yang konsisten akan menciptakan pencitraan visual yang kuat. Untuk itu, dalam panduan ini, logo PNPM Mandiri diletakkan secara konsisten di sudut kanan atas pada bidang muka media cetak.
- Semua materi publikasi PNPM Mandiri harus menampilkan logo PNPM Mandiri dengan warna dan ukuran yang tepat, serta diletakkan dengan memperhitungkan area aman.
- Seringkali, logo PNPM Mandiri harus diletakkan dalam suatu materi bersama dengan logo-logo lain atau nama suatu program. Berikut contoh-contoh penggunaan logo PNPM Mandiri sebagai bahan rujukan.

Berikut ini adalah beberapa contoh penggunaan logo PNPM Mandiri pada beberapa media.

1. Contoh Penggunaan Logo pada Sampul Muka Buku, Poster, Brosur, dan Materi Publikasi lain.

LAMPIRAN

- a. Contoh ini menunjukkan peletakan tunggal logo PNPM Mandiri yang harus diletakkan di sebelah kanan atas

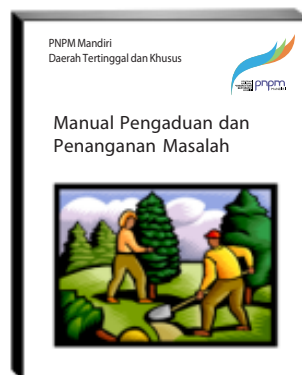
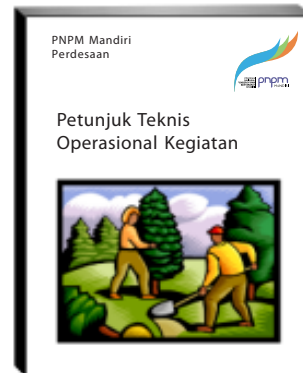
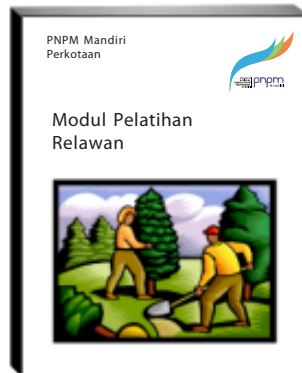


- b. Contoh ini menunjukkan peletakan logo PNPM Mandiri bersama logo lembaga penyanggung dana utama, dan lembaga-lembaga lain. Logo PNPM Mandiri di sebelah kanan atas, logo penyanggung dana utama di sebelah kiri atas, dan logo lembaga lainnya di kanan bawah berturut-turut ke kiri (jika ada lebih dari satu lembaga)





- c. Contoh ini menunjukkan peletakan logo PNPB Mandiri bersama nama/logo/dan ikon program turunan, dan logo lembaga pelaksana dan/atau penyandang dana. Logo PNPB Mandiri di sebelah kanan atas, nama/logo/ikon program turunan di sebelah kiri atas, dan logo lembaga pelaksana dan/atau penyandang dana di bawah.





## LAMPIRAN

### 2. Contoh Penggunaan Logo pada Sampul Belakang Buku.

Pada sampul belakang buku, logo diletakan seperti contoh berikut:



### 3. Selain itu, berikut ini adalah contoh penggunaan logo Tim Pengendali PNPM Mandiri menggunakan logo PNPm Mandiri dengan tambahan tulisan Tim Pengendali PNPM Mandiri di bagian bawah logo.





PEDOMAN PELAKSANAAN  
STRATEGI KOMUNIKASI  
PROGRAM NASIONAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MANDIRI

#### 4. Contoh penggunaan logo pada PSA

Dalam PSA atau iklan televisi lain, logo yang digunakan adalah logo Tim Pengendali PNPM Mandiri yang diletakan di tengah. Logo-logo lain diletakkan di bawahnya dalam posisi sejajar, seperti contoh di samping.

