

# PKA & AGENDA 2

## Synchronous

### &

## Asynchronous



[www.sweetheartsparadise.com](http://www.sweetheartsparadise.com)

# Biodata

**Nama** : Dra. Sugiastuti, S.S.,M.M.  
**Pangkat/Gol.:** Pembina Umata , IV/e  
**Jabatan** : Widyaaiswara Ahli Utama (25 Januari 2020)  
**Lahir** : Salatiga, 09 Juli 1963  
**Suami** : Ir. Zulkiffli Saleh, M.Eng.  
**Anak** : Nadia Laras Asih, S.Psi.M.P.Si.;  
           Sakina Ulfa Desati, S.H. , M.Kn.  
**Pendidikan** :  
   S1. FKIP Pendidikan Akuntansi Unsri Tahun 1988  
   S1. Fak. Sastra Ilmu Perpustakaan Univ. Indonesia Tahun 1995  
   S2. Magister .Mananajemen SDM Univ. UTP 2004

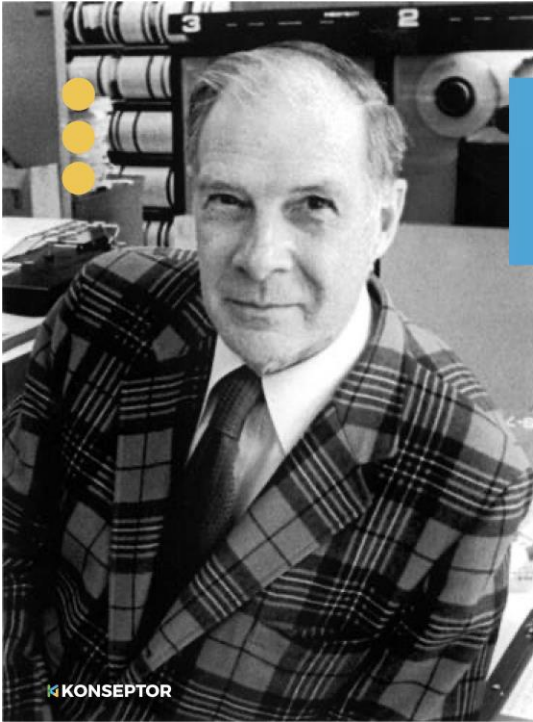


**HP. 081368623276**



**e- mail** : [sugiastuti63@gmail.com](mailto:sugiastuti63@gmail.com)

**IG:** sugiastuti63      **Youtube:** sugiastuti sugiastuti

Provincial Government  
of West Java

# PENTINGNYA MENGENALI MASALAH

Lebih baik menyelesaikan masalah yang benar dengan cara yang salah, daripada menyelesaikan masalah yang salah dengan cara yang benar.

Richard Hamming (1915-1998)

Batns 1

## Overview Mata Pelatihan

### 2. KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL

- Konsep Dasar Kepemimpinan Transformasional Dalam Mendukung Inovasi Organisasi
- Peran Coaching & Mentoring Dalam Mendukung Inovasi Organisasi
- Penerapan Kepemimpinan Transformasional Dalam Melaksanakan Inovasi Daerah

#### Deskripsi Singkat

Mata pelatihan ini membekali Peserta dengan kemampuan menunjukkan kepemimpinan transformasional dalam melakukan inovasi-inovasi organisasi, untuk mencapai OBT

#### Hasil Belajar

Setelah mengikuti pembelajaran mata pelatihan ini, peserta Mampu menunjukkan penerapan kepemimpinan transformasional dalam melakukan inovasi-inovasi pelayanan publik dalam organisasi menuju OBT

#### Indikator Hasil Belajar

- (1) memahami konsep dasar kepemimpinan transformasional dalam mendukung inovasi organisasi
- (2) menerapkan coaching dan mentoring dalam mendukung inovasi organisasi
- (3) menerapkan kepemimpinan transformasional dalam melaksanakan inovasi organisasi

## Dimensi Tranformasional Leadership (*Bass dikutip dalam Tracey dan Hinkin, 1998*)



**Idealised influence** (menghasilkan rasa bangga pengikut; rasa hormat dan kepercayaan; berbagi risiko; pertimbangan kebutuhan pengikut melebihi kebutuhan personal; perilaku etis & moral)

**Inspirational motivation** (memberi arti dan tantangan kepada pengikut; menunjukkan komitmen kepada tujuan organisasi secara keseluruhan; membangkitkan spirit tim melalui antusiasme & optimis)

**Intellectual stimulation** (menstimulasi ide-ide baru dan daya inovatif pengikut; mendorong penyelesaian permasalahan secara kreatif & mendorong pengikut untuk menghasilkan & menggunakan pendekatan baru dalam penyelesaian masalah)

**Individual consideration** (mau mendengarkan pengikutnya dengan penuh perhatian; memperlakukan secara individual & memberikan perhatian khusus bagi pencapaian prestasi & pemenuhan kebutuhan pengembangan diri)

## 6 SIGN of Leaders



GENUINE

IMAGINATIVE

PERSISTENT

FAST LEANER

ADAPTIVE

COLLABORATIVE

## Survey Leadership for Smart Governance (LAN 2021)

### TANTANGAN ORGANISASI



- Inovasi
- Tuntutan digitalisasi
- Pengembangan SDM
- Tuntutan cara kerja yang lebih efisien
- Membangun kemampuan kolaborasi & mempengaruhi

### KOMPETENSI YANG DIBUTUHKAN



- Berfikir inovatif
- Memiliki *mindset* berkembang
- Memiliki etika & integritas
- Berfikir sistemik
- Penguasaan teknologi digital
- Komunikasi efektif
- Membangun kolaborasi
- Mengelola perubahan
- Memecahkan masalah kompleks
- Memimpin transformasi digital



## TAHAPAN PEMIMPIN



**Pemimpin diri sendiri**



**Pemimpin Keluarga**



**Pemimpin Masyarakat**



# Agenda 1 : personal mastery → Integritas kepemimpinan



Memberi rasa aman

Akselerasi kemajuan

Melakukan perubahan

## INTEGRITAS SEORANG PEMIMPIN



**BELAJAR**  
Dari masa lalu

**BERTINDAK**  
Relevan untuk saat ini

**MEMPREDIKSI**  
Kemajuan di masa depan



# 6 SIGN of Leaders



*GENUINE*

*IMAGINATIVE*

*PERSISTENT*

*FAST LEANER*

*ADAPTIVE*

*COLLABORATIVE*

## Overview Mata Pelatihan

### 3. JEJARING KERJA

- Konsep Jejaring Kerja & Berjejaring Kerja
- Konsep Analisis Jejaring Sosial
- Konsep Penataan Ulang Jejaring Kerja
- Konsep Pendayagunaan Jejaring Kerja

#### Deskripsi Singkat

Mata pelatihan ini membekali peserta dengan kemampuan mendayagunakan jejaring kerja personal dan organisasi untuk mewujudkan pencapaian kinerja organisasi.

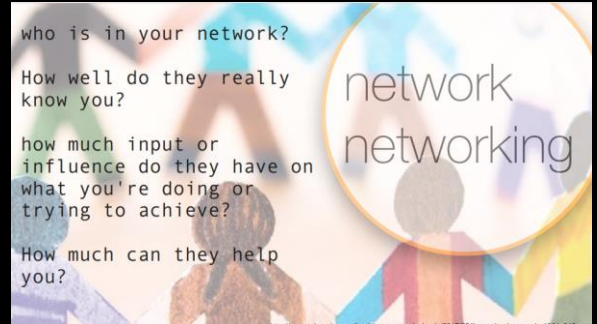
#### Hasil Belajar

Setelah mengikuti pembelajaran ini, peserta diharapkan mampu mendayagunakan jejaring kerja personal dan organisasi untuk pencapaian kinerja organisasi

#### Indikator Hasil Belajar

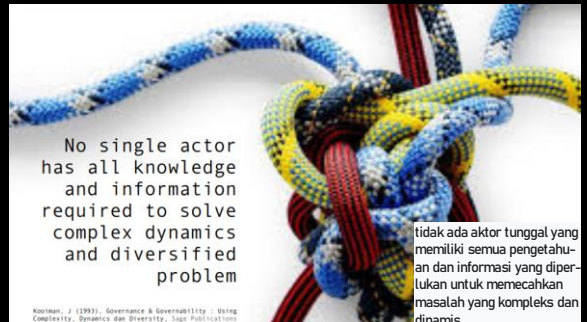
- (1) mampu menjelaskan konsep jejaring kerja (*network*) dan berjejaring kerja (*networking*)
- (2) mampu menjelaskan konsep analisis jejaring kerja sosial untuk menganalisis jejaring kerja;
- (3) mampu menjelaskan konsep menata ulang jejaring kerja personal dan organisasi;
- (4) Mampu menerapkan pendayagunaan jejaring kerja personal dan organisasi

## NETWORK & NETWORKING



### Bertambahnya kompleksitas...

Meningkatnya tuntutan partisipasi masyarakat  
Ekspektasi masyarakat yang makin tinggi terhadap pemenuhan pelayanan publik  
Persaingan global yang semakin kompetitif





## Network/Jejaring Kerja?

A network is a set of relationships that are characterized by both strong and weak ties

(leadership learning community, 2012)

jaringan adalah sekumpulan hubungan yang dicirikan oleh ikatan kuat dan ikatan lemah

## Network

Node = orang/kelompok/organisasi

Link = hubungan, aliran sumberdaya

## Network Map



## Jejaring Kerja....

membantu mencapai target pada level populasi

leadership learning community, 2012



### Jejaring Kerja yang harus dikembangkan...

- **Jejaring Personal** : ditujukan untuk pengembangan diri dan pengembangan profesionalitas Anda. Melalui berpartisipasi dalam kegiatan alumni, asosiasi profesional, atau komunitas tertentu.
- **Jejaring Operasional** : dibangun dengan pihak-pihak yang terkait dengan penyelesaian tugas-tugas rutin Anda. Dibangun dengan tujuan mempermudah Anda dalam menyelesaikan tugas-tugas Anda di organisasi.
- **Jejaring Strategis** : dibangun dengan pihak-pihak yang dapat sangat membantu Anda mencapai tujuan strategis di masa yang akan datang berikut pengembangan-pengembangannya.

### Jenis Jejaring Sosial berdasarkan Fungsi

1. Jejaring Komunikasi (Communication Network)
2. Jejaring Informasi (Information Network)
3. Jejaring Pemecahan Masalah (Problem Solving Network)
4. Jejaring Pengetahuan (Knowledge Network)
5. Jejaring Akses (Access Network)

## PEMETAAN STAKEHOLDER

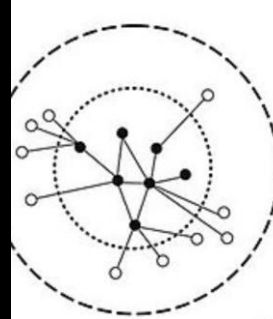


Apa yang ada di setiap  
Jejaring Kerja?

- Purpose
- Structure
- Style
- Value



**Purpose** : tujuan yang jelas dan menggugah  
(personal, tempat belajar, pengembangan ide/inovasi, pengembangan usaha/bisnis, pemecahan masalah-masalah publik yang kompleks)



**Structure** : bentuk jejaring, pola keterhubungan, pola pembagian peran & tanggung jawab antar aktor dalam jejaring. Struktur ini pada akhirnya akan menjadi penentu kekuatan & fleksibilitas jejaring.



**Style** : Style ini terkait dengan tempat di mana jejaring tersebut berada, budaya, norma jejaring, & gaya kepemimpinan yang mengikat para pihak/stakeholder dalam jejaring dalam berinteraksi satu dengan yang lainnya.



**Value** : Nilai ini terkait dengan manfaat yang terukur (tangible) maupun tidak terukur (intangible) yang dirasakan oleh para pihak di dalam jejaring maupun di luar jejaring yang sejalan dengan tujuan dibangunnya jejaring.

## NETWORKING ????

### Networking/Berjejaring kerja?

Networking is the active process of building and managing productive relationships

(Baker, E.W., Networking Smart : How to Build Relationships for Personal & Organizational Success., universe, Inc., 2000)



Membentuk **social network**  
(a network of social interactions and personal relationships)

-----> menyediakan **social capital**

Network = support system

## PRINSIP BERJEJARING

### Prinsip Berjejaring

- Prinsip Timbal Balik (Reciprocity)
- Prinsip Saling Bertukar (Exchange)
- Prinsip Kesamaan (Similarity)



Know  
Like  
Trust  
Buy

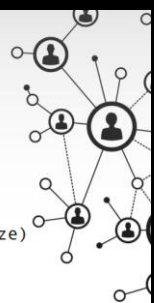
Proses berjejaring

### Analysis Jejaring Sosial

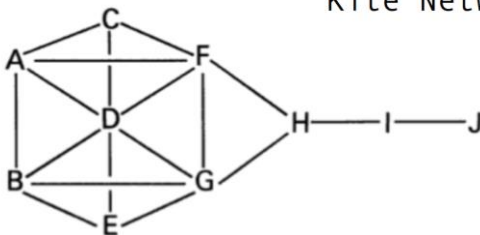
"If you know the network, you can focus your influence"

Valdis Krebs and June Holley

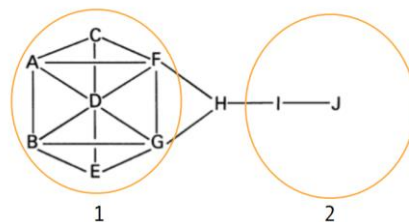
jumlah aktor yang terlibat (network size)  
pemusatan (centrality),  
kepadatan (density).



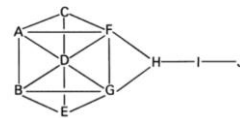
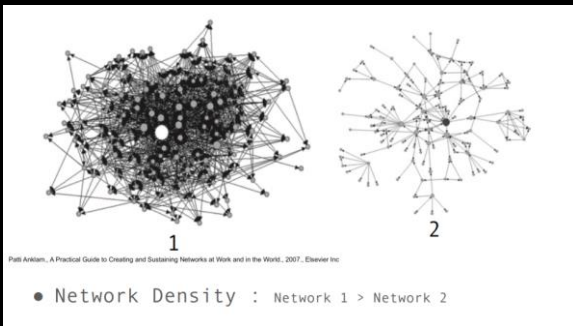
### Kite Network



Krackhardt, D. (1990). "Assessing the Political Landscape: Structure, Cognition, and Power in Organizations." *Administrative Science Quarterly* 35: 342-369.

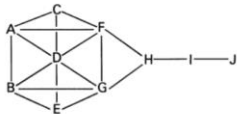


- Network Size : Network 1 > Network 2



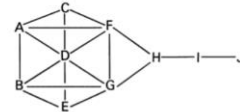
### Degree Centrality

- Tingkat sentralitas ini ditentukan seberapa banyak hubungan yang dimiliki oleh suatu aktor dalam suatu jejaring kerja.
- "D" adalah aktor yang paling memiliki banyak hubungan langsung dengan aktor lain di dalam jejaring.
- "D" dapat dikategorikan sebagai penghubung (connector/hub) di dalam jejaring kerja.



### Closeness Centrality :

- "F" dan "G" memiliki kedekatan dengan aktor-aktor yang lain di dalam jejaring sehingga bagi keduanya sangat mudah untuk berhubungan dengan semua aktor di dalam jejaring.
- "F" dan "G" bisa saja memiliki posisi yang bagus untuk menjadi pengendali dari aliran informasi di jejaring dan memungkinkan mereka adalah pihak yang paling tahu apa yang terjadi di dalam jejaring.
- "F" dan "G" dapat dijadikan inovator dalam jejaring yang aliran inovasinya akan lebih cepat menyebar.



### Boundary Spanner

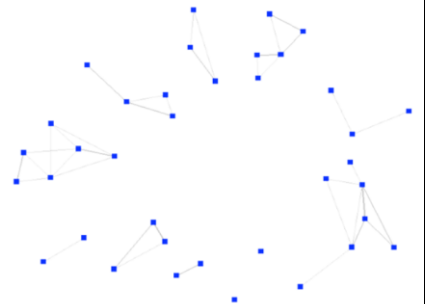
- Aktor yang memiliki posisi strategis dalam jejaring karena berperan sebagai penghubung antar kluster jejaring.
- "F", "G", "H" adalah Boundary Spanner.
- Peran yang potensial untuk diberikan kepada para boundary spanner adalah sebagai inovator mengingat mereka memiliki akses terhadap aliran ide dan informasi di dalam jejaring dan memiliki kesempatan untuk mengelaborasi ide-ide dan informasi tersebut di dalam jejaring dan mendistribusikan hasil elaborasi tersebut ke dalam jejaring.

### Pemetaan & Penataan Ulang Jejaring Kerja

1. Tentukan masalah yang akan dipecahkan dan tujuan dari jejaring kerja yang akan dibangun atau ditata ulang.
2. Tentukan siapa saja para aktor/stakeholder terkait?
3. Gambarkan hubungan yang ada antara para aktor/Stakeholder tersebut dengan Anda dan dengan aktor/stakeholder lain?
4. Menganalisis struktur jejaring kerja tersebut dan menyiapkan aksi merajut jejaring/menata ulang jejaring.

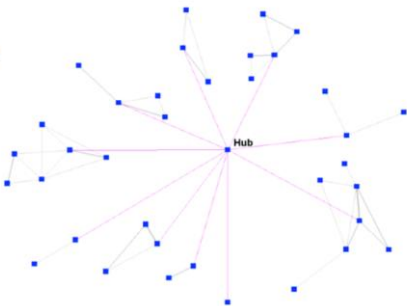
### #1 scatered fragments

V116a R., June 9, 2002



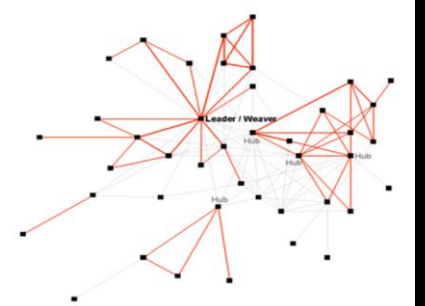
### #2 Single Hub & Spoke

V116a R., June 9, 2002

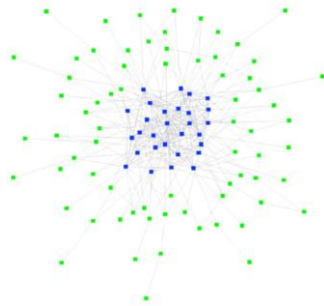


### #3 Multi Hub Network

V116a R., June 9, 2002



#4  
core &  
periphery



Mau membagi ide  
Mau membagi informasi  
Mau berbagi kenalan  
Mampu merajut jejaring



Memimpin Jejaring Kerja?



Percaya pada kemampuan kepemimpinan setiap orang  
Proaktif pada keterbukaan



Cenderung untuk ....

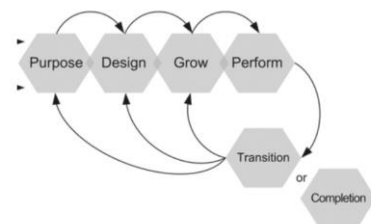
menghubungkan & bekerjasama  
(connect & collaborate)

daripada hanya...

menugaskan dan mengawasi  
(command & control)



Model Pertumbuhan Jejaring kerja



Arif Laila, 2007

Purpose  
Structure  
Style  
Value Creation

Mengapa, bagaimana dan untuk apa jejaring kerja?



## Overview Mata Pelatihan

### 4. STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI SEKTOR PUBLIK

- Organisasi publik & komunikasi publik
- Strategi komunikasi & komunikasi strategi
- Advokasi Kebijakan

#### Deskripsi Singkat

Mata pelatihan ini membekali peserta mampu mem-bangun komunikasi yang efektif secara internal dan eksternal dalam suatu organisasi publik untuk menunjang pencapaian tujuan ditingkat organisasi, yaitu berorientasi pelayan publik

#### Hasil Belajar

Setelah mengikuti pembelajaran mata pelatihan ini, peserta mampu menerapkan strategi komunikasi efektif dalam membangun organisasi publik melalui kemampuan menerapkan komunikasi efektif melalui kompetensi, mendeskripsikan strategi komunikasi untuk membangun komunikasi efektif dalam organisasi sektor publik

#### Indikator Hasil Belajar

- (1) mengenali fungsi dan karakter organisasi publik;
- (2) mampu mendeskripsikan strategi membangun komunikasi efektif dalam organisasi dan komunikasi strategis;
- (3) mampu mendeskripsikan komunikasi strategis bagi pencapaian misi organisasi
- (4) Mampu memberi ketrampilan khusus pada kegiatan inti yang mendukung pelaksanaan advokasi kebijakan
- (5) Pengetahuan yang diperoleh dimanfaatkan untuk melaksanakan advokasi kebijakan

## KOMUNIKASI EFEKTIF



**Seorang wanita mengendarai mobil di jalan .....**



**Dari arah berlawanan, seorang pria juga mengendarai mobil ....**



KUDA!!!



SIALAN LU!!!

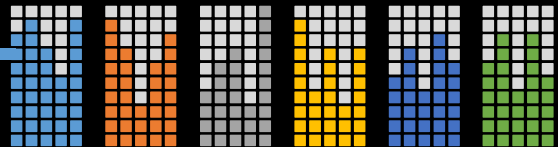


Si **PRIA** tertawa karena dia gembira bisa bereaksi cepat atas teriakan si **WANITA**, dan dia kembali mengendarai mobil dengan kecepatan tinggi

Dan akibatnya .....



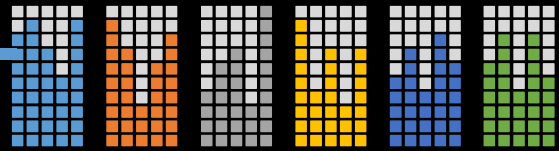
## FAKTOR PENGIRIM (SENDER)



- Kejelasan idea / pesan
- Kejelasan tujuan idea / pesan
- Kemampuan mengemas pesan dan tata bahasa
- Volume suara dan intonasi
- Gestures, ekspresi muka & body language
- Tingkat emosi
- Empati terhadap penerima
- Kepribadian pengirim
- Kemampuan menerima feed back



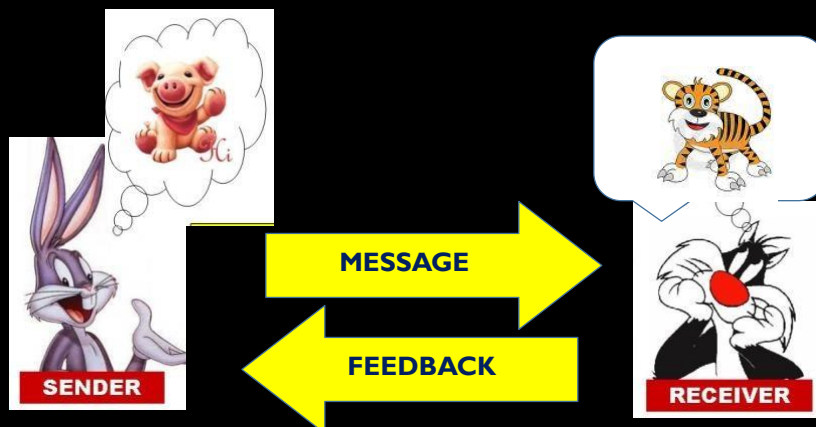
## FAKTOR PENERIMA (RECEIVER)



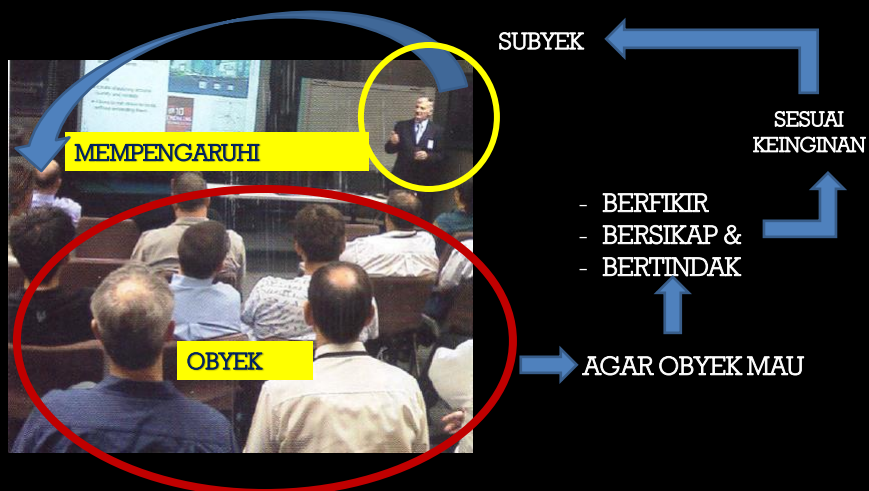
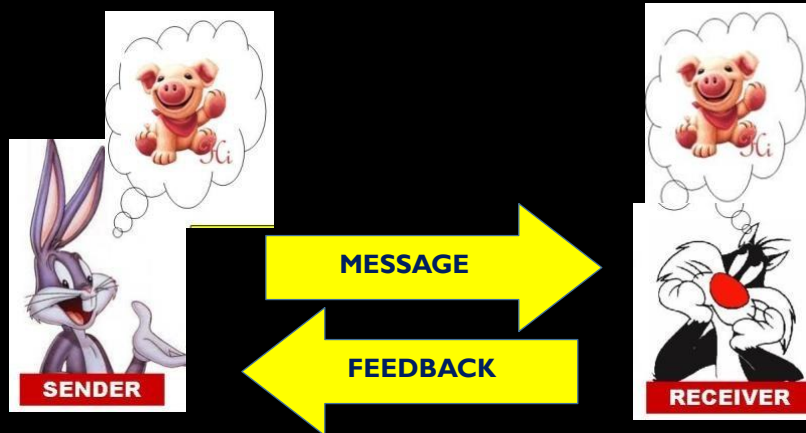
- Persepsi penerima / receiver terhadap pengirim / sender
- Pengetahuan penerima mengenai topik
- Kemampuan mendengarkan
- Kemampuan menterjemahkan / memahami idea/pesan
- Kepribadian penerima
- Kemampuan memberi feed back

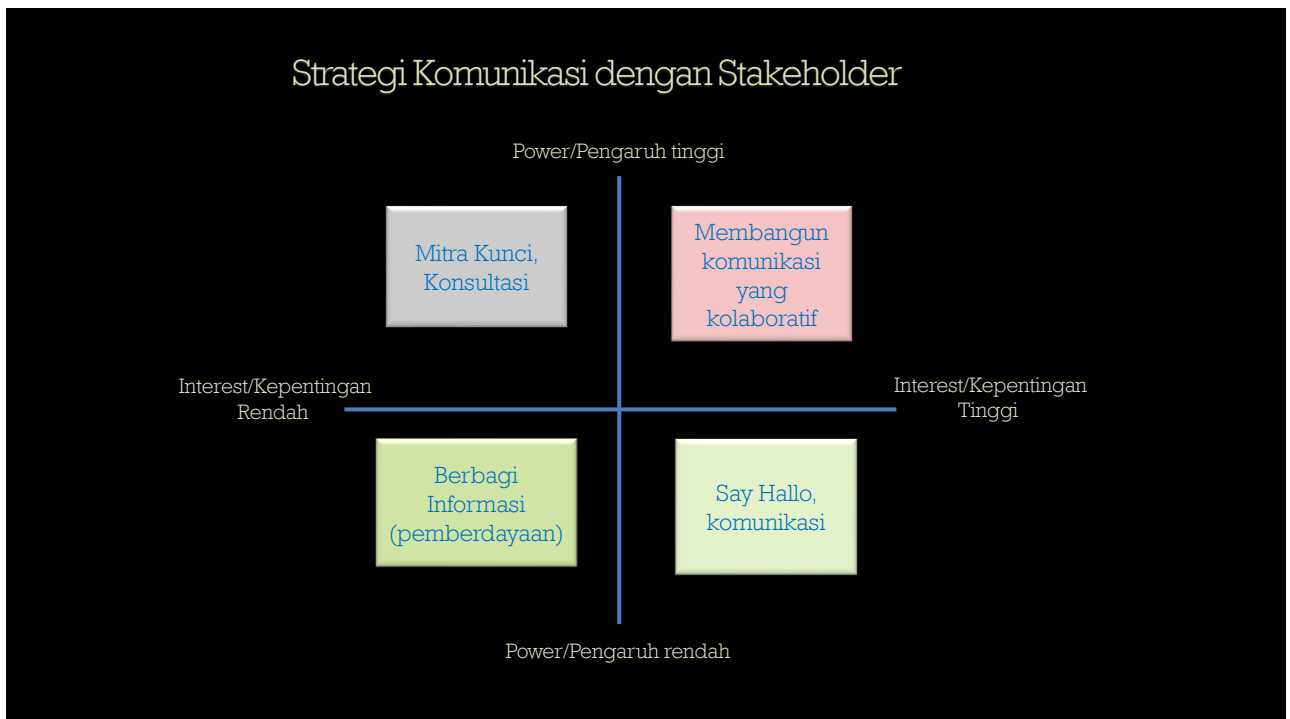
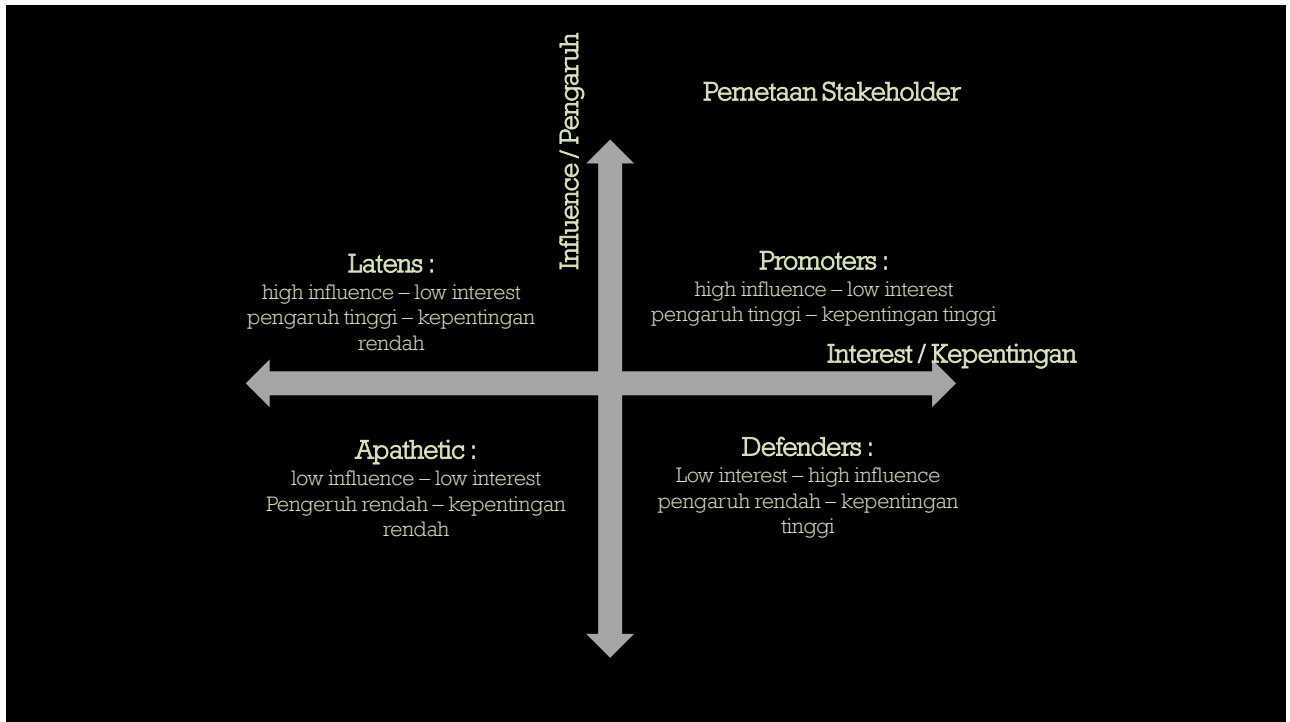


## WHAT IS COMMUNICATION ?



## WHAT IS COMMUNICATION ?





## Strategi Komunikasi

| No | STAKEHOLDER                                 | POSISI & NILAI | TEKNIK Komunikasi                  | METODE                 |
|----|---------------------------------------------|----------------|------------------------------------|------------------------|
| 1  | LAN – RI                                    |                | Temu muka                          | Persuasif, informastif |
| 2  | PPSDM Kemendagri                            |                | Temu muka                          | Persuasif, informastif |
| 3  | Sekretariat Daerah Prov. Jawa Barat         |                | Temu muka, laporan                 | Persuasif, informastif |
| 4  | BKD Provinsi Jawa Barat                     |                | Temu muka, media sosial            | Persuasif, informastif |
| 5  | DISKOMINFO Prov. Jawa Barat                 |                | Temu muka, media sosial            | Persuasif, informastif |
| 6  | BAPPEDA Prov. Jawa Barat                    |                | Temu muka, media sosial, negosiasi | Persuasif,             |
| 7  | UNIKOM BANDUNG                              |                | Temu muka, MoU                     | Persuasif, informastif |
| 8  | Bandung Techno Park (BTP) Telkom University |                | Temu muka, MoU                     | Persuasif, informastif |
| 9  | BPSDM Prov. Jawa Barat                      |                | Temu muka, media sosial            | Persuasif, informastif |

|     |                                                                               |                             |                                    |                        |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|------------------------|
| 10. | OPD Tingkat Prov. Jawa Barat                                                  | Mendukung (costumer Diklat) | Surat, media sosial                | Persuasif, informastif |
| 11  | BKD/OPD bidang Diklat Pegawai Kabupaten/Kota                                  | Mendukung (costumer Diklat) | Surat, media sosial                | Persuasif, informastif |
| 12  | DPRD Provinsi Jawa Barat                                                      | Kemungkinan Menolak         | Temu muka, negosiasi               | Persuasif,             |
| 13  | Balai – Balai Pelatihan dan Penyuluh OPD Prov Jawa Barat                      | Mendukung                   | Surat, media sosial                | Persuasif, informastif |
| 14  | Pengurus Jabatan Fungsional Widyaaiswara Prov. Jawa Barat                     | Mendukung                   | Temu muka, media sosial            | Persuasif, informastif |
| 15  | Kementerian/Lembaga                                                           | Mendukung (costumer Diklat) | Surat, email                       | Persuasif, informastif |
| 16  | Staff Badiklatda yang sudah merasa aman dengan kondisi sekarang               | Tidak Mendukung             | Tatap muka, Pengarahan             | Persuasif,             |
| 17  | BKPSDM/Lembaga Pendidikan Aparatur yang memiliki tingkat Akreditasi yang sama | Kemungkinan Menolak         | Temu muka, media sosial, negosiasi | Persuasif,             |
| 18  | Pusdiklat Kementerian/Lembaga Perwakilan/Wilayah yang ada di Jawa Barat       | Apatis                      | Sosialisasi, media sosial          | Persuasif,             |

# Asynchronous Agenda 2

## PKA Hari Ke-14



Pelatihan Kepemimpinan Administrasi (PKA) Angkatan I dan II  
BPSDM Provinsi Sumatera Selatan  
6 April , 16 April dan 17 April 2024

# Tugas A-synchronous Agenda 2 Hari Ke-14 (waktu 7 JP)

## Kegiatan Pembelajaran : TUGAS KELOMPOK

### RENCANA PENTAHAPAN & MOBILISASI STAKEHOLDER

1. Pilih salah satu tugas diagnosa organisasi dan identifikasi gagasan kreatif perubahan yang telah dilakukan pada tugas individu hari ke-1 (13), oleh masing-masing sub kelompok.
2. Diskusikan dalam sub kelompok untuk menentukan rencana tahapan perubahan insiatif atau gagasan kreatif yang perlu dilakukan (tahapan dapat dilakukan dari hal yang paling mudah dilakukan dan seterusnya meningkat).
3. Identifikasi stakeholder yang terkait dengan upaya mewujudkan gagasan perubahan (analisis stakeholder dapat dilakukan dengan melihat *kepentingan stakeholder, tingkat kepentingan stakeholder terhadap upaya perubahan, potensi sikap dukungan, peran yang diharapkan dan tingkat pengaruh stakeholder terhadap upaya perubahan*).
4. Analisis penerapan kepemimpinan transformasional, strategi komunikasi dan pendayagunaan jejaring kerja dalam rangka mengerakkan stakeholder guna mewujudkan perubahan organisasi.
5. Berkas disampaikan dalam format pdf. dan di submit pada LMS paling lambat jam 23.59

# Pengantar Tugas Kelompok

## Pembagian Sub Kelompok

| Sub Kelompok 2 – 1                                                                | Sub Kelompok 2 – 2                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   |                                                                                     |
|  |  |
|                                                                                   |                                                                                     |
|                                                                                   |                                                                                     |



terima kasih