



No. ISBN : 978-602-73633-0-4

A background image showing a person wearing a white hat and a dark shirt, sitting outdoors and using a laptop. The image is overlaid with a blue tint and is partially obscured by a dark blue horizontal band containing the title.

Bunga Rampai

Infrastruktur TIK, Layanan Informasi,
dan Dinamika Sosial



BUNGA RAMPAI

Infrastruktur TIK, Layanan Informasi Dan Dinamika Sosial

Alip Kunandar dan Yani Tri Wijayanti

Anton Susanto

Atjih Ratnawati

Diah Arum Maharani

Diana Sari

Ramon Kaban

Siti Ummi Masruroh, Lukmanul Hakim, dan Andrew Fiade

Siti Wahyuningsih

Syaifuddin Zuhri dan Nurlia Hikmah

Vidyantina Heppy Anandhita



Pusat Litbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika
bekerja sama dengan
Penerbit Media Bangsa, Jakarta

BUNGA RAMPAI

Infrastruktur TIK, Layanan Informasi dan Dinamika Sosial

Penulis :

Alip Kunandar dan Yani Tri Wijayanti
Anton Susanto
Atjih Ratnawati
Diah Arum Maharani
Diana Sari
Syaifuddin Zuhri dan Nurlia Hikmah
Ramon Kaban
Siti Ummi Masruroh, Lukmanul Hakim, dan Andrew Fiade
Siti Wahyuningsih
Vidyantina Heppy Anandhita

ISBN : 978-602-73633-0-4

Editor :

Dr. Udi Rusadi
Drs. Djoko Waluyo, M.Si
Somo Arifianto S.E., M.A

Penyunting :

DR. Ramon Kaban
Drs. Heru Pudjo Buntoro, M.A.
Atjih Ratnawati, S.Sos
Dra. Siti Wahyuningsih M.Si

Desain Sampul dan Tata Letak :

Agung Rahmat Dwiardi, ST.
Kari Septiana Dewi, ST.
Reza Bastanta, S.Si.

Penerbit :

Pusat Litbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika
bekerja sama dengan Penerbit Media Bangsa (Anggota IKAPI), Jakarta

Redaksi :

Jl. Medan Merdeka Barat No. 9
Jakarta – 10110
Telp. (021) 384 6189
Fax. (021) 384 6189
Email : puslitbang.ppi@mail.kominfo.go.id

Cetakan Pertama, Desember 2015

Hak Cipta Dilindungi undang – undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	v
Prolog: Memperankan Teknologi Informasi Dan Komunikasi.....	vii
Preferensi Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Operator Layanan Telekomunikasi Di Bandung.....	1
Model Tata Kelola MPLIK Sebagai Akses Internet Bagi Masyarakat Di Kota Surabaya.....	15
Penyusunan Model Tingkat Kematangan (<i>Maturity</i>) <i>Smart City</i> Pada Kota Besar Di Indonesia.....	37
Prospek Penyelenggaraan Penyiaran Digital.....	49
Aplikasi Pencarian Masjid Terdekat Dengan Memanfaatkan <i>Global Positioning System</i> dan <i>Network Provider</i> Berbasis <i>Smartphone</i>	73
Pemanfaatan Mekanisme Transaksi <i>Mobile Commerce</i> Oleh Masyarakat.....	85
Petisi Online Di Indonesia: Mengubah Desentralisasi Dari Dunia Maya Ke Demokratisasi Pada Kehidupan Nyata.....	93
Kebijakan Pos dan Persaingan Usaha.....	107
Implementasi <i>Universal Service Obligation</i> (USO) Di Indonesia Konsep Tata Kelola dan Pengembangannya.....	123
Dinamika Konflik Sosial dan Model Resolusi Komunikasi Di Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat.....	141
Indeks.....	173

KATA PENGANTAR

Teknologi informasi komunikasi atau yang dikenal TIK, telah berkembang semakin pesat dengan fenomena konvergensi diantaranya adalah teknologi komputer, telekomunikasi dan media digital lainnya yang kemudian muncul teknologi *smart phone*. Seiring dengan perkembangan TIK saat ini, pembangunan infrastruktur TIK secara nasional telah dibangun sebagai upaya pemerintah untuk mempermudah akses informasi bagi masyarakat.

Mengacu pada *Roadmap* pembangunan TIK nasional (dalam Buku Putih 2013 Kementerian Komunikasi dan Informatika), tujuan bidang kominfo antara lain tersedianya sarana, prasarana, dan layanan komunikasi dan informatika di seluruh desa, daerah perbatasan Negara, pulau terluar, daerah terpencil, dan wilayah non komersil lain untuk mengurangi daerah *blankspot*. Selain itu, tersedianya akses dan layanan komunikasi dan informatika yang modern. Infrastruktur sebagai kebutuhan dasar fisik yang diperlukan untuk berfungsinya sektor sebagai layanan dan fasilitas agar perekonomian dapat berfungsi dengan baik diperlukan dalam pengembangan sebuah wilayah. Infrastruktur merupakan bagian penting dalam kerangka pembangunan TIK. Saat ini dan di masa mendatang kebutuhan kapasitas *backbone* sangat besar dalam rangka untuk menyalurkan trafik TIK di masa mendatang. Hal tersebut bisa dilihat dengan adanya pertumbuhan pelanggan jasa layanan yang berbasis internet di Indonesia serta perkembangan jumlah pelanggan telekomunikasi seluler. Peningkatan trafik jasa layanan yang berbasis *internet protocol* (IP) atau *new waves* tersebut di samping diperlukan ketersediaan jaringan akses yang memadai juga diperlukan ketersediaan jaringan *backbone* dalam kapasitas yang tertinggi dan kualitas yang baik.

Dinamika pertumbuhan infrastruktur TIK mencakup berbagai layanan telekomunikasi termasuk pos yang saat ini kian berkembang sesuai kebutuhan masyarakat di Indonesia. Maraknya pertumbuhan infrastruktur layanan di berbagai bidang ini, tidak luput dari dukungan pemerintah yaitu kebijakan/regulasi sebagai landasannya. Salah satu bentuk kontribusi dampak pertumbuhan infrastruktur TIK, tidak lepas dari ketersediaan data dan informasi yang akurat dan terpercaya melalui sebuah studi, kajian dan penelitian. Menurut buku Putih Kemen Kominfo (2013), secara nasional sepanjang tahun 2011 sampai dengan 2012, Indonesia mengalami perkembangan dalam jumlah pelanggan seluler dan pelanggan internet dengan angka yang signifikan. Peningkatan ini didukung oleh pembangunan infrastruktur yang terus dibangun dan tersedianya berbagai variasi layanan yang disediakan oleh penyedia jasa layanan.

Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika (Puslitbang PPI) juga melakukan studi terkait infrastruktur layanan pos dan informatika baik secara swakelola maupun mandiri pada tahun 2014. Hasil penelitian ini menyajikan data dan informasi ini yang akan disajikan dalam *Bunga Rampai Infrastruktur TIK, Layanan Informasi, dan Dinamika Sosial*. Semoga bermanfaat.

Editor Penyunting

Prolog

MEMPERANKAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

Di tengah masifnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) hampir semua orang sepakat bahwa TIK bisa dijadikan solusi untuk membantu keterbatasan manusia. Secara filosofis tentu tidak ada yang salah dari postulat tersebut. Piramida di Mesir, arsitektur kuno, suku Maya di Mexico, candi Borobudur di Indonesia merupakan peradaban yang dibangun dengan teknologi saat itu. Semua peradaban yang dibangun dengan teknologi bukan tanpa tujuan.

Setidaknya yang tersirat ada kompetisi pembangunan teknologi di dunia untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya kepercayaan manusia terhadap teknologi sudah terkonstruksi sejak peradaban kuno itu. Perkembangan dalam dua dasa warsa terakhir budaya teknologi telah menjadi panglima hampir setiap individu, komunitas, kelompok organisasi, instansi/ lembaga pemerintah dan lainnya. Diakui atau tidak ketika kita berangkat kerja, lebih rela ketinggalan dompet, daripada *smartphone* kita.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan TIK telah menggeser kebutuhan primer lainnya di masyarakat. Kepercayaan pada TIK, sudah terkonstruksi dibenak setiap individu masyarakat untuk menggapai tujuan yang lebih efektif dan efisien. Bahkan pendapat para ahli, dan hasil riset menunjukkan bahwa generasi *digital native* menjadikan TIK sebagai ideologi. Makna ideologi dalam konteks tulisan ini adalah dominasi kepercayaan pengguna teknologi.

Hal itu selaras dengan, teori determinisme McLuhan (1967), bahwa berbagai macam cara berkomunikasi yang mengalami perubahan akan membentuk peradaban manusia itu sendiri. Teknologi menentukan cara individu dalam berpikir dan berperilaku di masyarakat. Akhirnya teknologi mengarahkan manusia dalam bergerak dari satu masa teknologi ke-masa teknologi lain yang lebih modern. Saat ini kita berada di era teknologi informasi dan komunikasi global, di mana masyarakat pengguna TIK telah berkembang secara masif. Menurut McLuhan (1967), keberadaan manusia ditentukan dengan perubahan cara berkomunikasi.

Secara logika mesin ketik merupakan perpanjangan tangan manusia, mobil sebagai perpanjangan kaki manusia, media cetak, radio, televisi adalah perpanjangan mata dan telinga manusia, dan teknologi informasi dan komunikasi (komputer, internet, dan *smartphone*) adalah bentuk perpanjangan sistem syaraf manusia.

Atas dasar logika itulah maka teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dianggap menjadi tumpuan penyelesaian setiap persoalan manusia. Keberadaan teknologi informasi dan

komunikasi hanyalah sebagai alat yang dikendalikan manusia. Di mana perlakuan TIK sangat tergantung pada perilaku (budaya) penggunaannya. Hal yang sama juga berlaku di dunia riset.

Relasi Artikel dan TIK

Dari 10 (sepuluh) judul artikel yang tersaji dalam bunga rampai ini, secara kasat mata memang memiliki keragaman dalam melihat persoalan yang menjadi objek tulisannya. Dinamika itu tidak bisa terbantahkan, karena dilandasi oleh latar belakang pendidikan, pengalaman, dan pengetahuan yang berbeda. Namun demikian para penulis artikel bukannya berada di ruang hampa, tetapi mereka berada di era TIK global seperti yang telah kita diskusikan sebelumnya. Perbedaan cara pandang terhadap TIK sebagai alat bantu untuk mengefektifkan buah karyanya, merupakan keniscayaan.

Konteks itulah yang menyebabkan 10 artikel pilihan yang tersaji dalam bunga rampai ini sudut pandangnya beragam, meski mereka berada di era teknologi global yang sama. Secara keseluruhan ia menggunakan TIK sebagai alat bantu untuk mentransformasikan permasalahan yang sedang dikajinya. Hasilnya adalah sebuah buku bunga rampai yang sekarang sedang Anda baca ini.

Semoga materi artikel, dan pengetahuan lainnya menjadikan referensi dan pengkayaan pengetahuan bagi khalayak pembaca di manapun Anda berada, semoga bermanfaat.

Jakarta, Desember 2015

Editorial

Somo Arifianto

PREFERENSI DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP OPERATOR LAYANAN TELEKOMUNIKASI DI BANDUNG

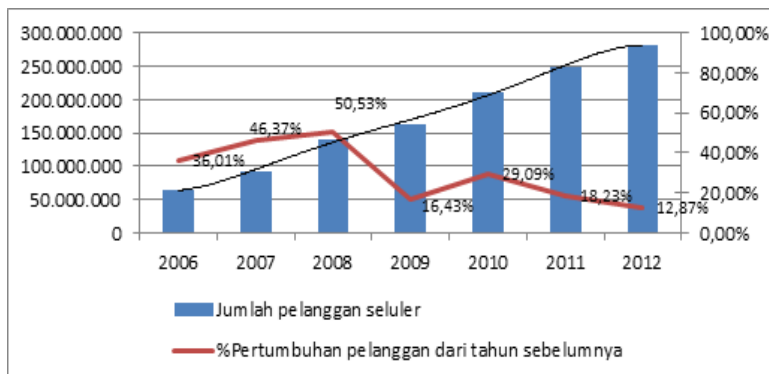
Vidyantina Heppy Anandhita

-Peneliti Puslitbang PPI Kementerian Kominfo-

Pendahuluan

Perkembangan TIK global melaju pesat. Setiap aspek kehidupan manusia telah terintegrasi dengan teknologi informasi. Hal ini mengakibatkan sektor TIK menjadi salah satu sektor vital dan menjadi kebutuhan primer masyarakat. Pada dasarnya, TIK terdiri dari tiga pilar, yaitu: teknologi informasi (termasuk jasa); perangkat keras telekomunikasi; dan jasa pelayanan telekomunikasi.¹

Perkembangan TIK Indonesia, khususnya pilar jasa pelayanan telekomunikasi dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah penggunaan layanan telekomunikasi serta peningkatan QoS dari jasa layanan telekomunikasi. Jasa pelayanan telekomunikasi yang berkembang pesat dalam dasawarsa terakhir ialah layanan jasa telekomunikasi seluler (nirkabel), sedangkan jasa layanan telekomunikasi kabel (telepon *fixed*) sudah mulai menurun.



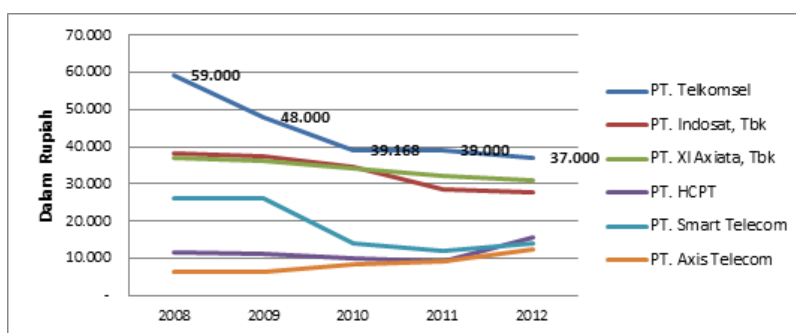
Sumber: diolah dari Statistik ADO, Dit Pengendalian PPI 2013

Gambar 1. Jumlah Dan Pertumbuhan Pelanggan Seluler Indonesia

Dalam rentang waktu antara 2006-2012, pelanggan telepon seluler naik kurang lebih empat kali lipat. Pada tahun 2008, jumlah pelanggan telepon seluler sekitar 64 juta pengguna,

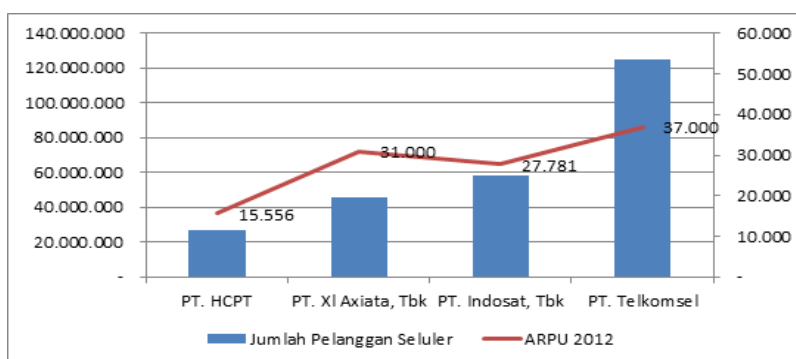
¹<http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/aptika-ikp/2013/02/19/metode-io-ukur-kontribusi-tik-terhadap-pdb/>

dan pada tahun 2012 mencapai 282 juta pengguna. Akan tetapi bila dilihat dari tren pertumbuhan teledensitas seluler Indonesia, atau jumlah pengguna telepon seluler dibandingkan seluruh jumlah penduduk pada tahun 2011 telah melebihi 100%. Artinya, jumlah pelanggan seluler Indonesia telah melebihi jumlah penduduk di Indonesia, hal ini disebabkan karena orang yang sama dapat menjadi pelanggan lebih dari satu nomor ponsel dari provider telekomunikasi Indonesia. Sampai tahun 2013, operator seluler di Indonesia terdiri atas 14 operator baik seluler (GSM) maupun CDMA. Persaingan yang kompetitif antara operator serta pertumbuhan pelanggan telekomunikasi semakin menurun mengakibatkan industri telekomunikasi Indonesia sudah mulai jenuh, terutama pada layanan suara dan SMS. Kejenuhan bisnis telekomunikasi dapat dilihat dari tren penurunan ARPU (*Average Revenue Per User*). ARPU semakin turun disebabkan semakin tingginya persaingan antar operator telekomunikasi, terutama ARPU pada layanan suara, dan SMS. Saat ini, pendapatan operator telekomunikasi lebih banyak didapatkan dari layanan data.



Sumber: Dit Pengendalian PPI, 2013

Gambar 2. Arpu Beberapa Operator Seluler Di Indonesia



Sumber: Dit Pengendalian PPI, 2013

Gambar 3. Perbandingan ARPU dan jumlah pelanggan 4 operator besar Indonesia

Pelanggan telekomunikasi memegang peranan penting untuk menentukan *positioning* suatu operator terhadap operator lainnya dalam persaingan bisnis telekomunikasi. Persepsi konsumen akan menentukan bagaimana posisi masing-masing operator telepon di antara pesaing-

pesaingnya sehingga akan dapat diketahui apakah persepsi konsumen sudah sesuai dengan apa yang diinginkan perusahaan ataukah justru sebaliknya. Persepsi konsumen untuk menafsirkan *brand image* suatu produk akan mendorong konsumen untuk loyal menggunakan suatu produk telekomunikasi layanan tertentu.

Dengan mengetahui *positioning* suatu produk, maka dapat dilihat operator mana yang kompetitif menurut persepsi pelanggan telekomunikasi dan mana yang kurang kompetitif. Sehingga dimungkinkan adanya merger bagi operator telekomunikasi sehingga mengurangi persaingan yang tidak sehat.

Kota Bandung merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat dimana telah ditetapkan sebagai salah satu *Regional IT Center of Excellence (RICE)* oleh Kementerian Perindustrian. Dengan program RICE, salah satu tujuannya untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Hal ini diasumsikan Kota Bandung sebagai kota di mana masyarakatnya telah familiar dan mengerti dengan layanan teknologi telekomunikasi seluler. Hal tersebut menjadi dasar pemilihan kota untuk penelitian preferensi dan loyalitas produk layanan operator seluler.

Masalah penelitian ini, bagaimanakah preferensi dan loyalitas produk layanan operator seluler yang dipersepsikan pelanggan.

Studi ini bertujuan untuk mengetahui preferensi dan loyalitas pelanggan layanan telekomunikasi sebagai *positioning* operator telekomunikasi yang dipersepsikan pelanggan layanan telekomunikasi dengan memperhatikan faktor individu, lingkungan dan strategi pemasaran *branding image* produknya.

Model Perilaku Konsumen

Pelanggan telekomunikasi merupakan aset utama bagi industri telekomunikasi. Tanpa pelanggan maka industri telekomunikasi akan mati. Hal itu yang menjadikan loyalitas pelanggan terhadap *brand* (merek) dari produk layanan seluler memegang peranan yang vital. Di Indonesia, persaingan operator seluler yang sangat kompetitif membuat setiap operator harus mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Dalam memutuskan untuk menggunakan suatu produk, pelanggan seluler dipengaruhi banyak faktor. Faktor tersebut sangat bervariasi tergantung pada lingkungan, individu konsumen maupun faktor lainnya.

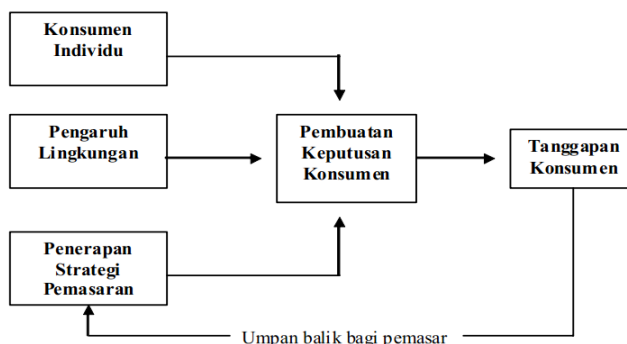
Teori yang mempelajari tentang berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli barang atau jasa inilah yang disebut sebagai model perilaku konsumen. Salah satu model perilaku konsumen yang dirumuskan oleh Assael menyatakan tiga faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembeliannya, yaitu konsumen individu, lingkungan dan penerapan strategi pemasaran (Sudarmiatin, 2009).

Faktor pertama yang mempengaruhi pilihan konsumen (pelanggan telepon seluler) yaitu individu konsumen berarti keputusan untuk menggunakan suatu produk jasa layanan seluler dipengaruhi individu konsumen sendiri seperti kebutuhan, pengalaman, gaya hidup, pertimbangan, dan sebagainya.

Sedangkan faktor kedua, yaitu lingkungan artinya pelanggan mendapat pengaruh dari lingkungannya, misalnya mendapat referensi dari keluarga, orang terdekat, ataupun saran dari

sesama koleganya. Faktor lingkungan juga dipengaruhi dengan interaksi sosial dan kondisi lingkungan dari pelanggan masing-masing, misalnya adanya peraturan yang mengatur mengenai keamanan dan perlindungan privasi, kondisi geografis tempat tinggal.

Faktor ketiga adalah faktor strategi pemasaran yang diterapkan oleh pemasar (dalam hal ini perusahaan operator layanan seluler). Faktor ketiga ini akan membentuk image sebuah produk terhadap pelanggan, dan dapat menjadi umpan balik bagi operator layanan telekomunikasi untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen dan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kelayakan pelanggan terhadap suatu brand tertentu.



Gambar 4. Model Perilaku Konsumen Menurut Assael

Marketing Mix

Pemasaran jasa tidak dapat diidentifikasi dengan jelas gambaran produknya. Jasa baru terlihat bila dikaitkan dengan suatu hubungan langsung (interpersonal), misalnya antara produsen dengan konsumen (Sukotjo, 2010). Bisnis jasa merupakan bisnis yang kompleks dan lebih menekankan pada kepuasan konsumen. Perusahaan jasa layanan seluler harus sensitif untuk dapat menyediakan kebutuhan pelanggannya.

Mengingat karakteristik pemasaran jasa yang kompleks maka image suatu produk menjadi faktor yang penting bagi pelanggan untuk mempertahankan loyalitasnya. Image suatu produk (*brand image*) tidak lepas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh operator telekomunikasi. Untuk mengetahui tanggapan konsumen dalam menggunakan suatu jasa dapat dilakukan dengan konsep strategi pemasaran *mix*. Konsep *Marketing mix* merupakan salah satu konsep inti dari teori pemasaran (Rafiq dan Ahmed, 1995) yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan. *Marketing mix* (Bauran Pemasaran Jasa) dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan dari sasaran pasar mengenai suatu layanan/jasa.

Beberapa ahli mempunyai definisi yang berbeda dalam menentukan variabel. Variabel *marketing mix* yang populer 4Ps *product, price, promotion and place* yang dikonsepsikan oleh McCarthy's (1964).²

²Chai Lee Goi (2009)

- *Product/Produk*
Produk/jasa adalah segala sesuatu yang disediakan untuk konsumen (Rajakallio,2012). Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. (Sukotjo, 2010). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk pada jasa layanan operator seluler berkaitan erat dengan kualitas dari layanan tersebut.
- *Price/harga*
Harga ialah biaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk/jasa yang ditawarkan (Puspitasari, 2011). Variabel harga dapat dijabarkan menjadi biaya yang dikeluarkan oleh pelaku bisnis untuk mendapatkan produk jasa layanan pengiriman barang. Sebagian besar orang akan mengukur besarnya harga dengan kualitas produk (Rajakallio, 2012). Hal ini menunjukkan bahwa harga produk berkaitan dengan kualitas produk dan fasilitas yang didapatkan.
- *Distribution*
Tempat adalah lokasi di mana produk/jasa tersedia. Pada era teknologi digital, lokasi bukan hal yang utama karena setiap perusahaan dapat terhubung melalui internet meskipun itu tergantung dari jenis perusahaannya. Akan tetapi meskipun lokasi bukan hal terpenting, tetapi aspek yang paling penting adalah keterjangkauan dan aksesibilitas. (Rajakallio, 2012). *Variabel place/tempat* dapat dijabarkan menjadi keterjangkauan dan ketersebaran lokasi kantor/agen perusahaan jasa pengiriman. Selain itu kemudahan akses dunia maya juga menjadi indikator penting dalam variable tempat.
- *Promotion/ Promosi*
Promosi adalah aktivitas untuk mengkomunikasikan produk/jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Promosi adalah aktivitas yang dilakukan untuk mencari konsumen, bukan hanya untuk sekali datang, tetapi juga konsumen yang akan melakukan pembelian berulang (pelanggan). (Rachmawati, 2011)
Aktifitas promosi dapat dilakukan dengan menyampaikan informasi kelebihan produk maupun melalui strategi beriklan, menawarkan produk promosi, memberikan diskon dan sebagainya.

Metode Penelitian

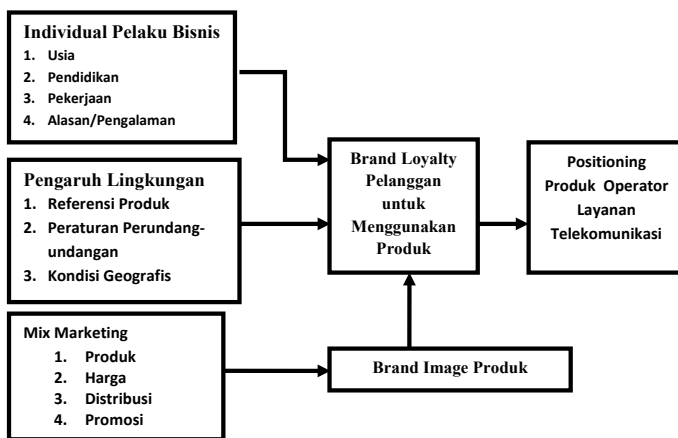
Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari survei dengan menyebarkan kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur.

Lokasi penelitian untuk pengambilan responden ialah di Kota Bandung. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa telekomunikasi di kota Bandung. Jumlah sampel diambil dengan metode kuota sampling sebanyak 100 responden. Sedangkan metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan responden pengguna layanan telekomunikasi seluler.

Setelah pengumpulan data dilakukan tabulasi data dan pengolahan serta analisis data hasil kuesioner dengan sebelumnya melakukan uji validasi dan reabilitas kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan *tools* SPSS dan Microsoft Excel 2007. Hasil olahan data kemudian dilakukan analisis secara deskriptif kuantitatif.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan teori diatas, kerangka pikir penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:



Diadaptasi dari Model Perilaku Konsumen dari Assael.

Gambar 5. Kerangka Pikir Penelitian

Pengolahan Data

Uji Validitas

Uji Validitas indikator atau butir dapat dilakukan dengan menggunakan software SPSS. [1] Untuk proses ini, akan digunakan Uji Korelasi Pearson. Dalam uji ini, setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing-masing item yang ada di dalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut.

Dari indikator yang telah dirumuskan, dilakukan uji kuesioner dengan melakukan uji validitas dari kuesioner yang dibagikan pada responden. Berdasarkan hasil uji kuesioner maka terjadi perubahan jumlah indikator dari masing-masing variabel.

Tabel.1 Uji Validitas pada Butir Indikator

Variabel	Indikator	Indikator Setelah uji Validitas
Produk	6	5
Harga	4	4
Distribusi	4	2
Promosi	4	2
Brand Image	3	3
Loyalitas Merek	3	3

Dari hasil indikator uji validitas, maka didapatkan data penelitian. Data kuesioner berjumlah 100 buah yang diolah dengan SPSS dan Microsoft excel dan dianalisis dengan metode deskriptif.

Hasil Penelitian dan Analisis

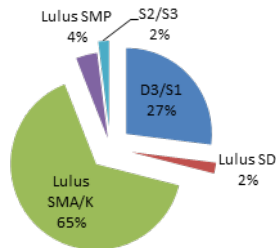
Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan dalam studi ini, data kuesioner diolah dan disajikan dalam bentuk tabel-tabel. Dalam pembahasan disajikan data profil responden, pemilihan operator telekomunikasi dan loyalitas pelanggan terhadap layanan telekomunikasi.

A. Profil Responden



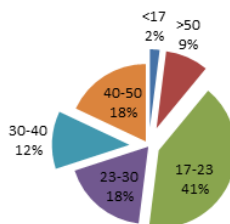
Gambar 6. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dilihat sebagian besar berjenis kelamin laki-laki (60%) dan sisanya 40% Perempuan.



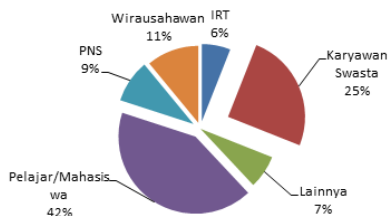
Gambar 7. Jenjang Pendidikan

Jenjang Pendidikan responden dalam penelitian ini mayoritas adalah lulusan SMA/K (65%). Responden yang memiliki jenjang pendidikan lebih tinggi, yaitu D3/S1 sebesar 27%. Sedangkan responden dengan pendidikan S2/S3 hanya sebesar 2%. Untuk responden yang hanya berpendidikan dasar SD/SMP juga sangat kecil, hanya 2%.



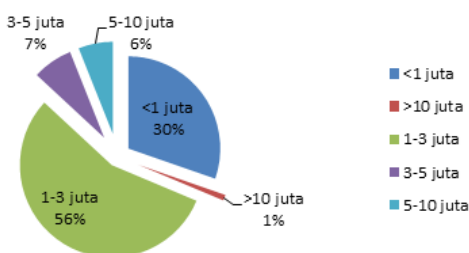
Gambar 8. Usia

Dari segi usia, responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden usia muda, di mana responden dengan usia dewasa muda (17-23 tahun) menjadi responden dengan jumlah terbanyak (41%). Sedangkan responden dengan usia 23-30 tahun dan rentang usia 49-50 tahun sama-sama berjumlah 18%. Untuk responden yang berusia diatas 50 tahun dalam penelitian ini berjumlah 9%.



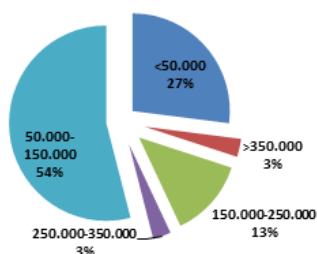
Gambar 9. Pekerjaan

Dilihat dari jenis pekerjaannya, responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa mendapat proporsi terbanyak yaitu 42%, selanjutnya adalah karyawan swasta (25%), wirausahaawan (11%), PNS 9%, serta ibu rumah tangga 6%.



Gambar 10. Pendapatan

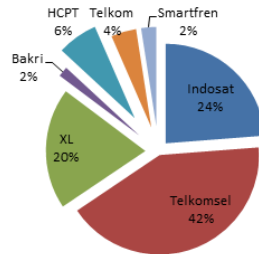
Dari segi pendapatan, responden yang memiliki pendapatan rata-rata per bulan 1-3 juta menjadi mayoritas responden (56%), disusul dengan responden yang berpendapatan kurang dari satu juta. Faktor pendapatan erat kaitannya dengan status pekerjaan dan usia. Dimana responden dalam penelitian ini banyak yang berusia muda dan berstatus pelajar/mahasiswa sehingga pendapatan perbulannya relatif lebih kecil daripada kelompok usia yang lebih tua.



Gambar 11. Pengeluaran Telekomunikasi Seluler

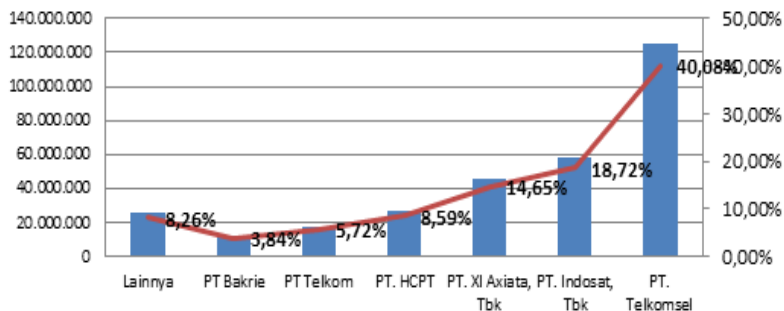
Dari data hasil penelitian, pengeluaran responden untuk kebutuhan telekomunikasi rata-rata perbulannya berada di rentang 50.000 s.d 150.000 (54%). Sedangkan responden dengan rata-rata pengeluaran telekomunikasi kurang dari 50.000 per bulan hanya sebesar 27%. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan, dilihat dari mayoritas pendapatan dan pengeluaran total telekomunikasi, pelanggan telekomunikasi di kota Bandung rata-rata menghabiskan sekitar 5% dari pendapatannya untuk biaya pengeluaran telekomunikasi seluler.

B. Pemilihan Operator Telekomunikasi

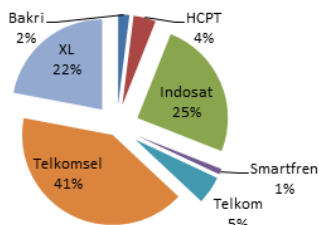


Gambar 12. Persentase Pelanggan Operator Seluler di Bandung

Dari hasil penelitian mengenai produk operator yang dilanggan di kota Bandung, didapat hasil bahwa Telkomsel memiliki persentase pelanggan yang paling besar (42%), persentase pelanggan yang menggunakan operator Indosat sebesar 24%, dan operator XL 20% serta HCPT (3) sebesar 6%. Pola pemilihan operator seluler dalam penelitian ini sesuai dengan pola jumlah pelanggan masing-masing operator pada tahun 2012, di mana 3 besar operator seluler menguasai lebih dari 80% *market share* untuk layanan *wireless* di Indonesia. Operator Telkomsel memiliki pelanggan terbesar di Indonesia dengan lebih 125 juta pelanggan, sedangkan Indosat berada di peringkat dua dengan hampir mencapai 60 juta pelanggan. Berdasarkan proporsi jumlah pelanggan baik *wireless* ataupun FWA, Telkomsel berada di urutan teratas dengan 40% jumlah pelanggan, diikuti Indosat (18,72), XL dan HCPT.

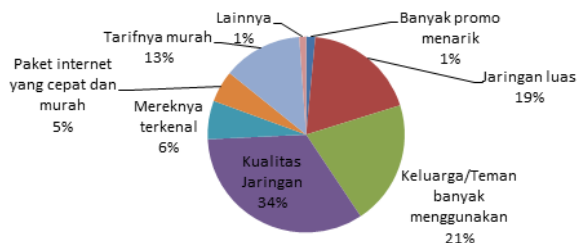


Gambar 13. Pelanggan Layanan Telekomunikasi di Indonesia berdasarkan masing-masing operator seluler



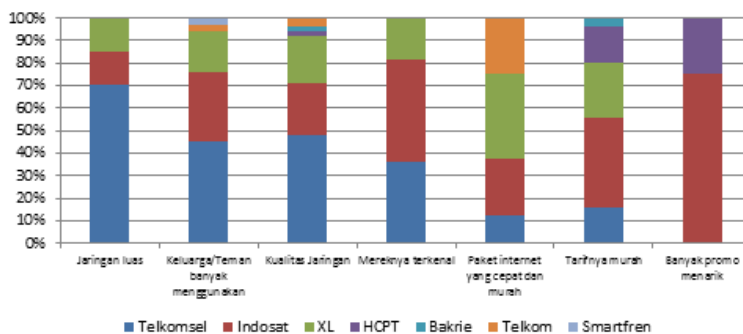
Gambar 14. Operator yang paling sering digunakan

Dari keseluruhan responden, sejumlah 12% responden memiliki lebih dari satu pelanggan operator, hal ini berarti, 88% responden hanya memiliki satu nomor yang selalu digunakan. Apabila pelanggan memiliki lebih dari satu nomor dari operator yang berbeda, maka preferensi responden untuk menggunakan jasa operator seluler yang paling sering didapat data bahwa operator seluler yang paling sering digunakan oleh responden adalah Telkomsel (41%), Indosat (25%) dan XL (22%).



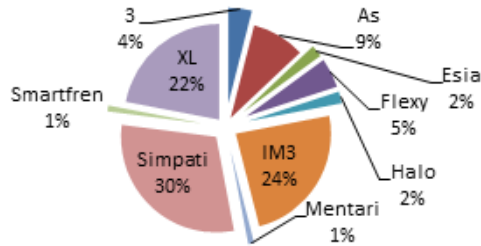
Gambar 15. Alasan memilih Operator yang digunakan

Berdasar hasil penelitian diketahui bahwa alasan responden untuk menggunakan layanan operator seluler tertentu ialah kualitas jaringan yang baik di sekitar tempat tinggal responden (34%), keluarga/teman banyak yang menggunakan operator tersebut (21%), Jaringan luas yang mendukung mobilitas responden (19%), tarifnya murah (13%), mereknya terkenal (6%), serta paket internet yang cepat dan murah (5%).



Gambar 16. Alasan pemilihan operator

Apabila dilihat berdasarkan operator seluler, mayoritas responden yang menyatakan menggunakan operator tersebut dikarenakan jaringannya luas dan kualitas jaringan yang baik dan mendukung mobilitas serta banyak keluarga/teman yang menggunakan operator tersebut adalah pelanggan Telkomsel. Sedangkan untuk Indosat, responden menyatakan memilih operator tersebut dikarenakan mereknya terkenal, banyak promo menarik dan tarifnya murah. Untuk operator XL, pelanggan menyatakan alasannya memilih operator tersebut karena paket Internet yang cepat dan murah. Sedangkan untuk Pelanggan Telkom (Flexy) menyatakan memilih tetap menggunakan operator tersebut dikarenakan paket internet cepat dan murah.



Gambar 17. Produk operator seluler yang paling sering digunakan

Dari operator yang paling sering digunakan oleh responden, dijabarkan lagi dalam produk masing-masing operator. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 30% responden menggunakan nomor Simpati, 9% As, dan 2% kartu Halo, ketiga merek tersebut merupakan produk dari operator Telkomsel. Sedangkan untuk Indosat, 24% responden menggunakan IM3 dan hanya 1% menggunakan Mentari. Untuk XL Axiata, 22% responden menggunakan nomor XL. Responden Telkom semuanya menggunakan produk Flexy.

C. Loyalitas Pelanggan

Tabel 2. Loyalitas Pelanggan

Variabel	Indikator	STS	TS	S	SS
Marketing Mix	Produk	2,20%	10,60%	73,80%	13,20%
	Harga	2,00%	23,00%	64,00%	11,00%
	Distribusi	0,50%	20,50%	63,00%	16,00%
Image	Promosi melalui televisi/radio sesuai kebutuhan saya	1,00%	18,67%	72,33%	8,00%
	Menurut saya, produk operator yang saya gunakan terkenal di masyarakat.	0,00%	3,00%	81,00%	16,00%
	Menurut saya, produk operator tersebut memenuhi kebutuhan telekomunikasi saya	0,00%	7,00%	82,00%	11,00%
	Karakteristik produk (slogan, layanan, tarif dll) sudah sesuai kebutuhan saya	0,00%	16,00%	76,00%	8,00%
Brand Loyalty	Saya akan tetap menggunakan produk layanan seluler tersebut	0,00%	11,00%	75,00%	14,00%
	Saya bersedia merekomendasikan produk layanan seluler tersebut kepada orang lain	4,00%	34,00%	54,00%	8,00%
	Produk layanan seluler tersebut akan tetap jadi pilihan pertama saya	1,00%	12,00%	70,00%	17,00%

Berdasarkan tabel hasil penelitian diketahui bahwa dari 4 *variable marketing Mix*, *variable* produk merupakan *variable* yang mempunyai nilai paling besar bagi responden untuk tetap menggunakan layanan operator seluler disusul dengan variabel distribusi, promosi dan harga. Sedangkan loyalitas terhadap suatu merek, 89% responden akan tetap menggunakan produk layanan telekomunikasi tersebut, dan 87% menyatakan bahwa produk layanan seluler tersebut akan tetap menjadi pilihan pertama. Akan tetapi hanya 62% responden yang bersedia merekomendasikan produk yang digunakannya kepada orang lain.

Kesimpulan

Operator seluler dengan pelanggan terbesar di kota Bandung ialah Telkomsel, Indosat dan XL, di mana responden berusia muda lebih (kurang dari 30 tahun) cenderung menggunakan operator Indosat, sedangkan responden yang berusia lebih tua lebih dari separuhnya menggunakan operator Telkomsel. Dari hasil studi dapat disimpulkan bahwa hampir 90 responden menyatakan bahwa mereka akan tetap loyal menggunakan layanan operator telekomunikasi tersebut, akan tetapi hanya 62% bersedia merekomendasikan layanan yang digunakannya kepada orang lain. Sedangkan *variable* strategi pemasaran yang mempunyai nilai paling besar bagi responden untuk tetap menggunakan layanan operator seluler adalah variabel produk (kualitas jaringan dan layanan produk tersebut)

Saran

Saran bagi para operator perlu mempunyai produk dengan karakteristik khusus dalam persaingan operator telekomunikasi misalnya, produk yang mendukung gaya hidup anak muda (promosi paket data), tarif murah (promo tarif telepon dan sms), dan lain-lain. Sedangkan variabel yang paling menentukan kelayakan pelanggan seluler adalah variabel produk (kualitas jaringan dan layanan produk tersebut), hal tersebut dapat menjadi catatan untuk peningkatan kualitas produk.

Daftar Pustaka

- Arokiasamy, A.R.A. (2012). The Effect of Marketing Mix and Customer Perception on Brand Loyalty. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM) ISSN: 2278-487 X Volume 4, Issue 2* PP 01-11. Diakses dari www.iosrjournals.org
- Chumaidiyah, Endang. (2010). Kompetensi Inti Dan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Telekomunikasi, Desember 2010, Vol. 15, No. 2*, hal 137-145
- Kadhafi, D.M., Dkk. (2009). *Perilaku Konsumen Dalam Memilih Jasa Layanan Operator Mobile Phone Yang Berbasis CDMA Dan GSM (Studi Pada Pelajar Dan Mahasiswa Kelompok N-Gens Di Kota Malang Dari Perpektif Stratejik)*. Wacana Vol 12 No. 2. April 2009.
- Puspitasari, N. B., (2011). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemakaian Produk Layanan Seluler Dengan Mempertimbangkan Aspek 7p's Of Marketing*.J@Ti Undip. Vol VI, No 2 Mei 2011
- Rachmawati, Rina.(2011). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2, Mei 2011, 143:150.
- Rafiq, M dan Pervaiz K. Ahmed. (1995). *Using The 7Ps As A Generic Marketing Mix:An Exploratory Survey Of UK And European Marketing Academics*. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 13 No. 9, 1995, pp. 4-15.
- Rajakallio, Eeva. (2012). *7P-Framework As A Development Tool For Fintouring's Summer Cottage Holiday Product*. Seinäjoki University Of Applied Sciences: Finlandia.
- Sudarmiatin.(2009). *Model Perilaku Konsumen dalam Perspektif Teori dan Empiris pada Jasa Pariwisata*. Jurnal Ekonomi Bisnis, tahun 14, Nomor 1, Maret 2009.
- Sukotjo, Hendri dan Sumanto Radix A. (2010). *Analisa Marketing Mix- 7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya* .Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.1, No. 2, Oktober2010, 216-228
- Yunarwanto, D., Yuniarinto, A. & Mustajab, M. (2010). Analisis Posisi Persaingan Operator Telepon Seluler Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Kota Malang. *Wacana Vol. 13 No. 1 Januari 2010 hal.100-115*.

MODEL TATA KELOLA MPLIK SEBAGAI AKSES INTERNET BAGI MASYARAKAT DI KOTA SURABAYA

Atjih Ratnawati

-Peneliti Puslitbang PPI Kementerian Kominfo-

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah berpengaruh besar terhadap perkembangan media komunikasi. Perkembangan tersebut dengan hadirnya internet di ranah komunikasi utamanya komunikasi interaktif. Era globalisasi merupakan era di mana komunikasi sudah mulai menyatukan manusia di berbagai belahan dunia tanpa terhalangi oleh jarak, ruang dan waktu.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) sebagai lembaga negara yang memiliki tugas dan fungsi merumuskan kebijakan nasional, kebijakan pelaksanaan, dan kebijakan teknis di bidang komunikasi dan informatika, memiliki visi mewujudkan "Masyarakat informasi yang sejahtera melalui penyelenggaraan komunikasi dan informatika yang efektif dan efisien dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia" (Sumber: *Kemkominfo RI*). Untuk merelisasikan tugas dan fungsi tersebut, Kementerian Kominfo selalu berusaha untuk melayani, memfasilitasi, memajukan dan bekerjasama dengan semua pemangku kepentingan sehingga layanan informasi bagi masyarakat dapat dirasakan manfaatnya oleh publik, sehingga terwujud masyarakat yang berbudaya informasi.

Dalam upaya mempersempit kesenjangan digital melalui pemerataan informasi dan penyediaan akses teknologi informasi dan komunikasi kepada masyarakat di seluruh Indonesia, salah satunya terwujud dalam bentuk Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan. Tujuan diadakannya MPLIK adalah untuk melayani masyarakat umum yang berada di daerah-daerah kecamatan yang belum terjangkau oleh fasilitas internet. Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan (MPLIK) merupakan implementasi dari program *Universal Service Obligation* (USO) yang bersifat bergerak untuk akses internet yang sehat, aman, cepat dan murah. MPLIK ini difasilitasi enam unit komputer (laptop) lengkap dengan meubelaire yang ditempatkan di dalam kendaraan roda empat yang kemudian dapat dioperasikan oleh pengelolanya yang senantiasa siap melayani masyarakat penggunaannya. Pengadaan MPLIK, BP3TI bekerjasama dengan beberapa mitra antara lain adalah PT. Telkom, Multidana Rencana Prima, PT. AJN Solusindo, WIN, PT. Lintas Arta, dan Radnet (<http://WWW.LKPP.go.id>). Dari seluruh rekanan tersebut PT. Telkom adalah mitra kerja yang utama. Penyediaan M-PLIK merupakan amanat dari pasal 5 peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 48 / PER / M.KOMINFO /11/2009 tentang Penyedia Jasa Akses Internet Pada wilayah pelayanan Universal Telekomunikasi Internet Kecamatan, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan informatika Nomor 19/PER/M.KOMINFO/12/2010.

Kehadiran MPLIK di suatu daerah yang belum terjangkau akses internet diharapkan akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat serta bermanfaat bagi masyarakat untuk memanfaatkan MPLIK sebagai media komunikasi dalam memenuhi kebutuhannya. Menurut M Ramli staf ahli di Kemkominfo "Sampai saat ini sudah 1.600 unit Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan yang sudah terdistribusikan ke seluruh pelosok yang belum terjangkau jaringan internet, distribusi Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan sudah sejak tahun 2011.

M-PLIK merupakan hasil sinergi antara Telkom dengan Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BP3TI) Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Dalam melaksanakan tugas pengadaan MPLIK, BP3TI bekerjasama dengan beberapa mitra antara lain adalah PT. Telkom, Multidana Rencana Prima, PT. AJN Solusindo, WIN, PT. Lintas Arta, dan Radnet (<http://WWW.LKPP.go.id>). Dari seluruh rekanan tersebut PT. Telkom adalah mitra kerja yang utama.

Penyediaan M-PLIK merupakan amanat dari pasal 5 peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 48/PER/M.KOMINFO/11/2009 tentang Penyedia Jasa Akses Internet Pada wilayah pelayanan Universal Telekomunikasi Internet Kecamatan, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan informatika Nomor 19/PER/M.KOMINFO/12/2010.

Program M-PLIK bernilai sangat strategis di bidang pembangunan telekomunikasi, yaitu untuk mempercepat akselerasi pembangunan daerah-daerah terpencil dan tertinggal di Indonesia. Selain itu program inipun bertujuan antara lain pemerataan akses teknologi informasi dan komunikasi, meminimalisir kesenjangan informasi di segala bidang, dan terciptanya koneksi antara masyarakat, pemerintah, pengusaha serta antara semua pihak yang terkait secara timbal balik. Pembangunan MPLIK, pengelolaannya diserahkan kepada Pemerintah Daerah yang bertujuan untuk mendukung kegiatan perekonomian, memantapkan pertahanan dan keamanan nasional serta mencerdaskan bangsa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. MPLIK merupakan komitmen Nasional terhadap kesepakatan Internasional (WSIS) untuk mewujudkan masyarakat informasi.

Cepatnya perkembangan penetrasi informasi di masyarakat dibandingkan dengan kesiapan masyarakat itu sendiri, menjadi keprihatinan besar pemerintah dalam realita kehidupan saat ini. Sementara di masyarakat telah cukup banyak MPLIK yang dibangun dan telah diserahkan pada Pemerintah Daerah. Hal tersebut memunculkan pemikiran untuk mengevaluasi tata kelola MPLIK di masyarakat bagaimana Pemda sebagai pengelola merencanakan dan mengorganisasikan serta melaksanakan kegiatan operasional MPLIK. Apakah penyediaan MPLIK tersebut benar-benar telah sesuai dengan kebutuhan masyarakat ataukah MPLIK tersebut benar-benar disajikan secara sehat, aman, cepat sebagaimana yang diinginkan sejak pertama membangunnya.

Beroperasinya MPLIK merupakan stimulan bagi masyarakat untuk lebih mudah mengakses informasi yang berpengaruh pada peningkatan aktivitas ekonomi maupun yang lainnya. Oleh sebab itu MPLIK bermanfaat bila dikelola dengan baik berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola yang baik serta menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang baik yaitu *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* yang diikuti dengan sarana pendukung yang baik. MPLIK dinilai bermanfaat bagi masyarakat bila teknologi informasi tersebut memberikan konten yang dapat menambah wawasan pengetahuan bagi masyarakat, menambah dan memberdayakan kemampuan bersaing

bagi masyarakat, merangsang timbulnya kreasi-kreasi baru dalam aktivitas kehidupan, serta mampu memberikan inspirasi bagi penggunanya. Hal ini dapat diketahui dari asumsi, harapan, maupun pengetahuan seseorang tentang teknologi informasi tersebut. MPLIK itu sendiri tentunya baru bisa berhasil mensejahterakan masyarakat bila disertai dengan tatakelola yang baik. Dengan manajemen yang baik dan sarana pendukung yang baik serta penyusunan program yang tepat maka tujuan pengadaan MPLIK tersebut akan berhasil sesuai dengan yang direncanakan. Untuk mengetahui bagaimana sistem pengelolaan MPLIK dan bagaimana pemanfaatannya oleh masyarakat, diperlukan data dan informasi yang komprehensif melalui kegiatan penelitian yaitu penelitian tentang Model Tata Kelola MPLIK Sebagai Akses Internet Bagi Masyarakat Di kota Surabaya dengan rincian masalah yang akan diteliti adalah bagaimana perencanaan kegiatan dan pendayagunaan sumber daya operasional MPLIK, bagaimana MPLIK tersebut beroperasi di lapangan, bagaimana pengendalian/pengawasan MPLIK di lapangan, dan bagaimana contoh model tata kelola penyelenggaraan MPLIK yang sesuai di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang tata kelola Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan (MPLIK) sebagai model layanan akses informasi masyarakat, manfaatnya hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi penyusunan kebijakan mengenai penyempurnaan tata kelola MPLIK.

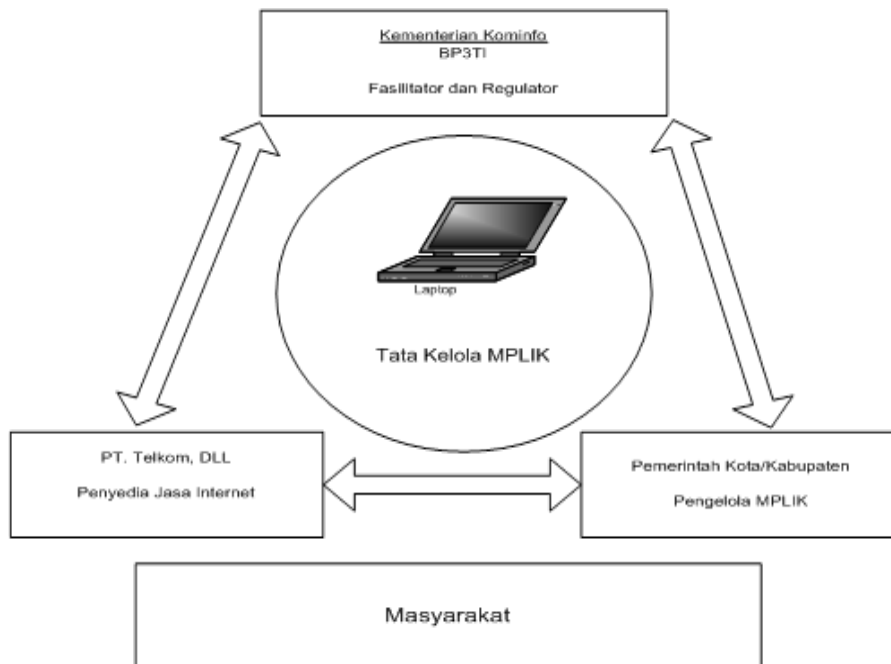
Kerangka Konseptual

Kebutuhan akan informasi pada masyarakat mendorong untuk berperilaku mencari informasi. Perilaku masyarakat dalam pencarian informasi tersebut tercermin dalam bentuk pencarian informasi secara aktif oleh masyarakat. Masyarakat di daerah kecamatan yang belum terjangkau oleh internet, dalam kondisi ekonomi yang kurang maju/berkembang, masyarakat ini sebenarnya mempunyai hak dan kebebasan untuk memperoleh informasi. Dalam kaitan ini internet mempunyai peran yang sangat penting dalam memberikan ide-ide baru serta inspirasi bagi masyarakat. Beroperasinya MPLIK merupakan stimulan bagi masyarakat untuk lebih mudah mengakses informasi. Internet memberikan kesempatan masyarakat untuk tidak hanya mengenal ide-ide baru, tetapi juga untuk saling berinteraksi satu sama lain, membahas masalah bersama dan membangun kesepakatan-kesepakatan baru.

Raditya Margi Saputro dalam tulisannya antara lain menyatakan bahwa “Sebagai sebuah media komunikasi, internet saat ini berada di garis depan pertukaran informasi antar manusia. Memang, internet tidak bisa menjadi sarana yang sempurna untuk mewadahi ranah publik yang ideal, namun, saat ini internet adalah media terbaik yang kita miliki – dikatakan terbaik adalah karena fitur-fitur yang terkandung di dalam internet paling mendekati dengan syarat-syarat yang diajukan oleh Habermas mengenai pembentukan sebuah ranah publik, namun internet juga tidak sempurna..” (www.lontar.ui.ac.id/).

Jürgen Habermas dalam bukunya *The Structural Transformation of the Public Sphere memperkenalkan Public Sphere Theory (Teori Ranah Publik)*. Buku ini membahas tentang masalah-masalah yang timbul dalam hubungan antara negara dengan masyarakat sipil, asal mula dan prospek demokrasi, dan dampak dari media. Dalam negara demokrasi masyarakat hidup dan tinggal dalam ranah publik. Konsep ranah publik di sini bersifat abstrak, dimana orang-orang yang tinggal di dalamnya saling berinteraksi satu sama lain. Di mana masyarakat mempunyai kebebasan untuk saling mendiskusikan masalah-masalah yang berkaitan dengan orang banyak. Jadi tidak ada intervensi atau pun dominasi dari penguasa.

Tiga komponen utama yang berperan penting dalam tata kelola MPLIK, yaitu Pemerintah Pusat (sebagai regulator dan fasilitator), Pemerintah Daerah (sebagai pengelola), dan penyedia jasa internet. Ketiga komponen tersebut saling berinteraksi dalam proses penyelenggaraan MPLIK. Hal tersebut dapat kiranya digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Tiga Komponen Utama Tata Kelola MPLIK

Berdasarkan peraturan tersebut BP3TI mengeluarkan aturan Kebijakan Kerjasama (Surat Perjanjian Kontrak antara BP3TI dengan Penyedia Jasa MPLIK). Penyedia jasa MPLIK, melaksanakan penyediaan jasa layanan internet sesuai dengan isi kontrak. Sedangkan penanggung jawab dan pengelola di lapangan melaksanakan tatakelola dan tanggung jawab terhadap layanan MPLIK di wilayahnya. Jadi disinilah letak pembagian tanggung jawab masing-masing pihak regulator, penyedia dan pengelola menurut peraturan tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yaitu menggambarkan secara terinci fenomena sosial tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, yaitu dengan Penanggung Jawab Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan di lokasi penelitian dan pengelola/petugas Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan untuk memperoleh informasi baik berupa tanggapan, jawaban, penilaian, aspirasi ataupun saran yang terkait dengan Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan di kecamatan dengan segala aspeknya. Selain dengan wawancara dilakukan juga *Focused Group Discussion* atau FGD (Kelompok Diskusi Terfokus) terkait penyelenggaraan Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan antara lain dengan

Unsur Kominfo Daerah/Pemkab/kota/Pemprov/ Penanggung Jawab Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan, Pengelola lapangan Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan, Penyedia Jasa Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan/telekomunikasi, pakar TIK/Perguruan Tinggi, Pemilik Warnet dan Pengguna Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan. Di samping itu dilakukan observasi di lokasi penelitian dan pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari berbagai dokumen dan bahan pustaka terkait serta *searching* internet. Sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara mempelajari berbagai dokumen dan bahan pustaka terkait serta melalui internet. Analisa data pada intinya dilakukan terhadap informasi baik berupa data primer maupun data sekunder yang telah diperoleh, kemudian dianalisis maknanya sehingga dapat diperoleh pemahaman yang mendekati kebenaran. Penelitian ini dilaksanakan di kota Surabaya, yaitu di kecamatan Gunung Anyar dan Kecamatan Sukolilo. kota tersebut dipilih dimana MPLIK telah diserahkan oleh Pemerintah kepada Pemda minimal 6 (enam) bulan sejak penyerahannya.

Albert Humphrey dari Universitas Stanford, memperkenalkan analisis SWOT dalam perencanaan strategisnya. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek. Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor-faktor pendorong dan penghambat untuk merumuskan strategi perencanaan suatu organisasi atau proyek, agar organisasi atau proyek tersebut dapat berjalan sebagaimana yang kita harapkan. Perencanaan tata kelola MPLIK ini akan dianalisis dengan ilmu manajemen strategis yaitu analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) dengan teori ini akan diketahui bagaimana kekuatan yang dimiliki oleh MPLIK. Selanjutnya apa kelemahan yang dimiliki oleh MPLIK. Dan bagaimana peluang untuk berkembang bagi MPLIK dan akhirnya apa tantangan/ancaman MPLIK ke depan yang mempengaruhi eksistensi MPLIK. Mengenai model tata kelola MPLIK yang baik akan disesuaikan dengan regulasi tata kelola yang ada saat ini, dan yang berlaku sesuai dengan aturan kontraktual.

Hasil Penelitian dan Analisis

Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan (MPLIK) yang bersifat bergerak untuk akses internet yang sehat, aman, cepat dan murah, tujuannya untuk melayani daerah-daerah kecamatan yang belum terjangkau akses informasi dan internet. Penyediaan Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan (MPLIK) merupakan amanat dari Pasal 5 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.48/PER/M.KOMINFO/11/2009 tentang penyediaan jasa akses internet pada wilayah pelayanan universal telekomunikasi internet kecamatan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan menteri Komunikasi dan Informatika No. 19 / PER / M KOMINFO/12 / 2012. Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan (MPLIK) mulai diserahkan sekitar tahun 2011, untuk Kota Surabaya ada lima mobil. Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan (MPLIK) adalah sebuah kendaraan roda empat yang menampung seluruh paket berisi VSAT (*Very Small Aperture Terminal*), Notebook, server, UPS, DVD *player*, TV LCD, dan *Generator set*. Layanan MPLIK terkoneksi dengan menggunakan antena VSAT yaitu teknologi komunikasi satelit dengan bit rate 256 Kbps. Bit rate tersebut akan dibagi lagi ke masing-masing CPU sehingga masing-masing CPU akan mendapatkan 42 Kbps. Jadwal waktu dan tempat operasional selalu berpindah pindah dari satu lokasi ke lokasi lain.

Di Surabaya pengoperasian MPLIK dilakukan oleh PT Jogja Digital berjumlah lima unit, dan penempatan MPLIK adalah di setiap kecamatan. Namun demikian MPLIK tidak berada di satu

tempat, tetapi mempertimbangkan animo masyarakat yang membutuhkan. MPLIK digunakan juga untuk pelayanan masyarakat seperti tagihan PLN. Dinas Kominfo sebagai pemantau selama tidak ada penyimpangan dari ketentuan. Kegiatan operasional MPLIK diserahkan kepada operator dan rencana penganggaran kegiatan dana MPLIK disiapkan oleh Jogja Digital, seperti sewa *Bandwith* 256 kbps (*downlink*) dan 128 kbps (*uplink*), upah operator. Operasional MPLIK minimal 8 jam sehari yang dimulai pukul delapan pagi dan tutup pukul empat sore. Dengan komposisi 4 jam untuk layanan edukasi dan 4 jam untuk akses internet, akses internet agak lambat, memakai *software open source*. Pengguna MPLIK tidak dipungut biaya/gratis. Wilayah operasional MPLIK di Surabaya meliputi 31 kecamatan. MPLIK beroperasi mulai jam sembilan pagi sampai jam empat sore, untuk publikasi dilakukan getok tular (dari mulut ke mulut). Sedangkan pelayanan MPLIK tidak menetap disatu tempat, namun misalnya hari senin dan kamis di lapangan, dan hari lain berpindah ke perumahan. Sebelum beroperasi MPLIK ditempatkan di Kantor pimpinan PT. Jogja Digital. Masa kontraknya selama 4 tahun. Biaya minimal operasional yang diketahui selama 1 tahun, kalau bermasalah seperti yang sifatnya teknis diserahkan ke kantor Jogja Digital, untuk keperluan biaya parkir atau operasional sebulan operator diberikan dana sebesar Rp.150.000 per bulannya oleh PT. Jogja Digital. Menurut peraturan apabila kontrak telah habis (4 tahun) Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan bisa dilimpahkan ke Pemkot Surabaya, dan setelah itu diharapkan Pemkot dapat menindak lanjutinya agar Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan tetap berjalan sebagaimana mestinya jadi ada koordinasi antara pengelola dan Pemerintah Kota.

Di Kecamatan Sukolilo, Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan (MPLIK) diserahkan kepada Bapak Ansor pada bulan April-Mei 2012, dari Pimpinan Cabang Jogja Digital. Menurut Bapak Ansor dengan 1 (satu) MPLIK di Kecamatan Sukolilo sebenarnya masih kurang efektif untuk melayani 7 kelurahan, sedangkan pengunjung setiap harinya antara 10 sampai 15 orang dan operasional sampai sore, ditutup jam 15.30 WIB. Mengenai kebijakan yang ditetapkan oleh pengelola Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan (MPLIK) terhadap pelanggan, untuk internet itu adalah mereka pasang internet untuk anak-anak sekolah. Dan ada satu komputer/PC/laptop yang mereka kosongkan bukan untuk akses internet, tapi dipakai untuk pelayanan pembayaran listrik. Ada enam PC setiap mobil, satu PC digunakan untuk pelayanan pembayaran listrik PLN. Pelayanan dibuka untuk umum setiap harinya dari jam 09.00 sampai jam 16.00 WIB. Di kota Surabaya sifatnya bebas, jadi yang diatur jamnya untuk menikmati pelayanannya. Kalau pengunjung ramai diusahakan 1 jam dimanfaatkan pengguna. Pada saat jam anak-anak pulang sekolah MPLIK biasanya ramai. Selain anak-anak, seperti di kelurahan pernah juga ibu-ibu PKK atau guru pengajar menggunakan internet. Untuk publikasi dilakukan dengan cara dari mulut ke mulut (Getok Tular). Masyarakat memerlukan Mobil Pusat layanan Internet Kecamatan (MPLIK) ini untuk keperluan mencari materi pelajaran dan pendaftaran online, kendalanya ialah pemakaian program "Linux" yang kurang familiar di masyarakat, adapun kendala lainnya ialah pengaruh cuaca seperti hujan.

Rencana Kegiatan dan Pendayagunaan Sumber Daya MPLIK

MPLIK mulai diserahterimakan sekitar tahun 2011, awal penyerahannya pada waktu itu secara serentak bersamaan dengan seluruh kabupaten/kota di Jawa Timur. Sebelumnya Pemerintah Kota Surabaya sempat menolak keberadaan MPLIK karena tidak sesuai dengan perjanjian karena dalam perjanjian itu ada klausul bahwa harus ada pembayaran seribu rupiah. Setelah permasalahan tersebut di konfirmasi kepada Kementerian Kominfo, kemudian Pemkot

Surabaya tidak keberatan menerima MPLIK untuk kota Surabaya. Kemudian ada surat jawaban dari Kementerian Kominfo pusat bahwasanya Pemerintah Kota Surabaya tetap melaksanakan MPLIK tetapi dengan biaya Rp. 0,-. Setelah hal itu jelas, maka Pemerintah Kota Surabaya langsung menyetujuinya. Selanjutnya dibuatkan surat untuk operasional yang ditujukan kepada para Kepala Kecamatan yang ada di seluruh kota Surabaya untuk melaksanakannya.

Jumlah MPLIK pada waktu itu direncanakan mencapai lima mobil, tetapi belum dioperasikan semua, karena harus ada perlengkapan seperti genset dan modem yang masih kurang. Setelah kelengkapan terpenuhi mereka langsung mengoperasikan MPLIK tetapi dengan bekal surat dari Dinas. Mereka sudah menempatkan MPLIK di setiap titik kecamatan. Dari kelima MPLIK tersebut mereka sendiri yang menjadwalkan, merencanakan kegiatannya dan mengatur rencana pendayagunaan perangkatnya. Apabila ada titik di mana masyarakat lebih antusias mereka berpindah lokasi. Jadi MPLIK tidak parkir di satu tempat tetapi dengan mempertimbangkan animo dari masyarakatnya. Kalau animo masyarakat dirasa cukup tinggi, maka disitulah MPLIK berada.

Rencana kegiatan operasional MPLIK diserahkan kepada operator, karena disitu memang ada perjanjian dengan PLN tentang tagihan pembayaran rekening listrik. Jadi Dinas Kominfo Surabaya menyerahkan kepada operator lapangan, mereka sekedar memantau saja selama tidak menyimpang dari ketentuan. Akan tetapi rencana dari operator lapangan itu bisa berubah apabila Dinas membutuhkannya. Di Dinas Kominfo sendiri tidak tersedia anggaran mengenai kegiatan MPLIK. Di lain pihak Pemerintah Kota Surabaya juga menyatakan tidak pernah dimintai anggaran untuk kegiatan MPLIK. Di sini MPLIK bisa membiayai diri sendiri melalui dana dari PT. Jogja Digital. Jadi Pemkot tidak pernah mengeluarkan biaya untuk operasional MPLIK, demikian pula untuk biaya pemeliharaan dan peralatan juga sepenuhnya dari mereka. Dan di Surabaya MPLIK digratiskan untuk masyarakat.

Rencana kegiatan MPLIK disiapkan oleh Jogja Digital sendiri tidak ada pihak lain yang terlibat dalam penyusunan rencana tersebut. Mengenai arahan dari kominfo itu tergantung situasi, artinya jika ada kegiatan dari Kominfo atau Pemda, maka mereka menghubungi Pemkot Surabaya. Menurut Prosedur Standard Operasi, seharusnya rencana kegiatan tersebut disiapkan oleh Jogja Digital, dengan prioritas pada komunitas kecamatan, kemudian turun ke bawah ke tingkat kelurahan.

Mengenai rencana penganggaran kegiatan tersebut dana semua berasal dari PT. Jogja Digital. Selain dana dari Kementerian Kominfo pusat yang diperoleh selama masa kontrak, tidak ada dana tambahan dari Pemda setempat. Tetapi pengalaman di Dinas Kominfo Kota Surabaya kerjasama antara Kominfo dan pihak Operator sangat diperlukan. Misalnya untuk mengurus perijinan warnet Pemerintah Kota sering pinjam mobil MPLIK. Jadi pengelola sering bekerja sama dengan Dinas Kominfo kota.

Sebelum beroperasi MPLIK ditempatkan di Kantor pimpinan PT. Jogja Digital. Ada juga yang dibawa kerumah operatornya. Seperti contoh di Kecamatan Gunung Anyar itu karena lokasinya dekat dengan rumah operatornya. Jadi tidak ada mobil yang difokuskan ditempat Pemerintah Kota. Di Kecamatan Sukolilo MPLIK diserahkan kepada Bapak Ansor pada bulan april-Meith. 2012, dari Pimpinan Cabang Jogja Digital. Saat ini dengan 1 (Satu) MPLIK di Kecamatan Sukolilo menurut Bapak Ansor sebenarnya masih kurang efektif untuk melayani 7 kelurahan. Pengunjung setiap harinya antara 10 sampai 15 orang dan operasional sampai sore (15.30 WIB ditutup). Untuk pemeliharaan MPLIK kalo ada keluhan baru ditangani, dan diusahakan untuk ditangani sendiri.

Pada dasarnya MPLIK itu operasionalnya diserahkan kepada pihak ketiga. Karena MPLIK itu menurut peraturan, setelah 4 tahun baru diserahkan kepada Pemerintah Kota Surabaya. Kalau itu belum diserahkan ke Pemerintah Kota Surabaya, berarti belum bisa melakukan suatu penganggaran untuk operasional. “Tetapi kalau nanti MPLIK itu sudah diserahkan menjadi haknya Pemkot Surabaya, nah baru bisa diusulkan untuk anggarannya. Karena bagaimanapun juga untuk operasional, kalau MPLIK ini diserahkan sekarang juga misalnya maka itu lebih baik, karena Pemkot Surabaya lagi giat melakukan pelayanan perijinan di masyarakat secara langsung. Dan kegiatan itu memerlukan mobil, beberapa Dinas sudah punya seperti mobil untuk pelayanan IMB. “Kalau sekarang ini ada lima MPLIK kemudian kita modifikasi, ya sangat setuju kalau itu diserahkan pemkot sampai dengan menganggarkan bensin dan petugas operasional itu pasti”. (Adang, Kabid Pos dan Telkom, Dinas Kominfo Kota Surabaya, tanggal 13 Juni 2013) Rencana anggaran tersebut meliputi Bahan Bakar Minyak (BBM), sewa mobil internet, sewa komputer, sewa *bandwith* minimal 256 kbps (*downlink*) dan 128 kbps (*uplink*), dan upah operator.

Perencanaan kegiatan dan Pendayagunaan Sumberdaya MPLIK di lokasi penelitian tampaknya tidak tersusun dan terdokumentasikan dengan baik. Oleh sebab itu diperlukan perencanaan kegiatan dan penganggaran serta penjadwalan aktivitas bulanan MPLIK yang lebih rinci, sehingga dapat dipantau pergerakan atau perpindahannya dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Sebenarnya kegiatan ini domainnya pengelola MPLIK, tapi tidak jelas siapa yang bertanggung jawab dalam penyusunan rencana kegiatan tersebut. Seperti di Surabaya ada Jogja Digital mereka seringkali dikatakan yang menyusun rencana kegiatan MPLIK, tetapi bukti dokumennya tidak ada.

Operasional MPLIK Di Lapangan

Wilayah operasional MPLIK di Surabaya meliputi 31 kecamatan, yang sampai tahun 2012 kesemuanya sudah pernah disinggahi MPLIK. Pada tahun 2013 terjadi pergantian pimpinan (Kepala Dinas) sehingga belum persis diketahui bagaimana konsep pelaksanaan MPLIK, karena selama ini belum ada laporan tertulisnya. Jadi untuk tahun 2011 sampai dengan 2012 mobil sudah jalan untuk pelayanan masyarakat dan perijinan online. Bahkan setiap saat MPLIK parkir di taman-taman, yaitu Taman Bungkul dan Taman Mundu di Surabaya. Karena disana ada banyak anak sekolah yang sedang main di taman-taman itu, sehingga diharapkan anak-anak tersebut bisa bermain internet. Selain itu MPLIK juga biasa digunakan untuk memberikan layanan perijinan. Laporan secara tertulis memang belum pernah dibuat, namun pada tahun 2011-2012, Koordinator sering berhubungan secara lisan dengan operator baik melalui HP maupun bertemu langsung. Di sini yang lebih diutamakan adalah bagaimana agar mobil itu bisa termanfaatkan seoptimal mungkin.

Mengenai kebijakan yang diambil oleh pengelola MPLIK terhadap pelanggan, yang jelas kebijakan yang mereka berikan untuk internet itu adalah mereka pasang internet untuk anak-anak sekolah. Ada satu komputer/PC/laptop yang mereka kosongkan yang bukan untuk internet, tapi itu dipakai untuk pelayanan pembayaran listrik. Ada enam PC setiap mobil, satu PC digunakan untuk pelayanan pembayaran listrik PLN.

Di Surabaya belum ada perjanjian kerjasama yang melibatkan MPLIK, masyarakat, dan UKM. MPLIK juga tidak pernah membuat perjanjian dalam hal penyuluhan dan sosialisasi kepada masyarakat, MPLIK langsung operasional di masyarakat, setelah ada surat dari Pemkot yang

ditujukan kepada kecamatan-kecamatan. Jadi informasi itu diberikan bukan kepada masyarakat tetapi ke pimpinan kecamatan karena mereka beroperasinya di kecamatan. Dan surat yang diberikan untuk kecamatan-kecamatan ini adalah bersifat pemberitahuan, masalah waktu berapa lama di kecamatan tersebut tidak dibatasi jadi lebih fleksibel.

Terkait pembiayaan MPLIK dalam hal layanan melebihi standar minimal infrastruktur dan sarana pendukung, serta standar minimal layanan sepertinya sudah cukup bagus, dan internetnya aksesnya tidak seberapa lambat karena memakai modem dan memakai wifi, disitu mereka memakai kepunyaannya sendiri, sehingga dari segi layanan normatif saja. Mengenai pemberian subsidi bagi masyarakat pengguna MPLIK, tidak ada perjanjian karena masalahnya pengguna MPLIK di sini gratis. Dan karena tidak ada perjanjian maka tidak ada yang harus dilaporkan ke BP3TI pusat.

Untuk pemasyarakatan MPLIK supaya mudah dikenal masyarakat, Pemerintah Kota Surabaya secara tidak langsung menggunakan MPLIK untuk layanan perijinan ke masyarakat. Artinya masyarakat tahu dan ada kegiatan mobil PLIK seperti ini, dan karena beberapa kali dilakukan di taman-taman kota, disitu diinformasikan bahwa masyarakat boleh bermain internet sepuasnya. "Artinya secara tidak langsung Pemkot terlibat, kenapa ketika mobil tersebut dibawa, secara non formal kami informasikan. Tentunya yang mau bermain internet". (Adang, Kabid Pos dan Telkom, Dinas Kominfo Kota Surabaya, tgl. 13 Juni 2013)

Program setiap harinya dari jam 09.00 awal pelayanan sampai jam 16.00 WIB. Di Surabaya sifatnya bebas, jadi yang diatur jamnya untuk menikmati pelayanannya. Kalau pengunjung ramai diusahakan 1 jam, secara bergilir. Kalau sedang sepi tidak dibatasi waktu semau pengguna. Biasanya kalau ramai pada saat jam anak-anak pulang sekolah. Selain anak-anak, seperti dikelurahan pernah juga ibu-ibu PKK atau guru pengajar menggunakan internet. Untuk publikasi dilakukan dengan cara dari mulut ke mulut (Getok Tular). Masyarakat memerlukan MPLIK ini untuk keperluan mencari materi dan pendaftaran online. Masyarakat Surabaya memakai MPLIK ini karena gratis dan ada unsur hiburan dari perangkatnya. Masyarakat Surabaya menjadikan MPLIK ini sebagai sebuah kebutuhan. Kendalanya ialah pemakaian program "Linux" yang kurang familiar di masyarakat, adapun kendala lainnya ialah pengaruh cuaca seperti hujan.

Untuk MPLIK di Kecamatan Sukolilo masa kontraknya selama 4 tahun. Biaya minimal operasional yang diketahui selama 1 tahun, kalau bermasalah seperti yang sifatnya teknis diserahkan ke kantor. Tetapi untuk biaya parkir atau operasional sebulan Operator memerlukan sekitar Rp. 150.000 perbulannya dan semua itu sudah dicukupi oleh PT. Jogja Digital. Menurut peraturan apabila kontrak telah habis (4 tahun) MPLIK bisa dilimpahkan ke Pemkot Surabaya, dan setelah itu diharapkan Pemkot dapat menindaklanjutinya agar MPLIK tetap berjalan sebagaimana mestinya jadi ada koordinasi antara pengelola dan Pemerintah Kota.

Selama pembukaan 8 jam sehari tidak bisa dibagi untuk pelayanan yang lain karena dibuka setiap hari. Cara pelayanan MPLIK tidak menetap di satu tempat saja. Misalnya 2 hari, senin dan kamis dilapangan dan berpindah lagi ke perumahan, kadang-kadang MPLIK menetap di kelurahan. Keberadaan MPLIK di sini dirasa sudah tepat, walau pun Surabaya dikenal sebagai kota Metropolitan, tapi ditengah-tengahnya masih terdapat masyarakat yang kurang mampu serta anak-anak mereka yang memerlukan literasi media sosial.

Dengan demikian maka konsep internet sehat, aman, dan murah, ketiganya sudah terpenuhi, bahkan di Surabaya ini MPLIK Gratis. Tinggal masalahnya konsep "cepat" yang masih jadi kendala.

Karena masyarakat menilai bahwa MPLIK masih sangat lambat dibanding dengan internet biasa. Selain itu, mekanisme kerja sama antara Kementerian Kominfo, Pemda dan Penyedia jasa, seharusnya saling bersinergi, mempunyai persamaan persepsi terhadap pasal-pasal yang tercantum dalam perjanjian tersebut sehingga kesemuanya jelas, tidak lagi ada kebingungan karena tidak tahu apa peran mereka di lapangan.

Di Kecamatan Gunung Anyar jumlah MPLIK hanya satu untuk seluruh wilayah kecamatan Gunung Anyar. Jumlah petugas sudah cukup untuk melayani pelanggan dan perawatan MPLIK supaya berkelanjutan. MPLIK di Kec. Gunung Anyar jam kerjanya hampir sama dengan tempat lain di Surabaya, yaitu jam 09.00 WIB baru dibuka untuk umum sampai jam 15.00 WIB sore. Kalau terjadi hujan MPLIK ditutup dengan tenda yang tersedia. Kebijakan yang diambil terhadap pelanggan, operator hanya memberi tahu saja agar pelanggan tidak membuka situs pornografi.

Sehari rata-rata jumlah pelanggan mencapai 15 orang, animo masyarakat untuk wilayah Kec. Gunung Anyar cukup tinggi. Sebelum ada MPLIK masyarakat sini sudah bisa menggunakan komputer dan masyarakat pada umumnya merespon positif tentang keberadaan MPLIK ini. Keberadaan MPLIK dianggap penting karena menyangkut kebutuhan masyarakat dan penerapan MPLIK dengan membuka situs pengetahuan, dan informasi lainnya bisa meningkatkan kecerdasan masyarakat.

Menurut peraturan Kepala BP3TI jam operasional MPLIK minimal 8 jam sehari, dengan komposisi 4 jam untuk layanan edukasi dan penyebaran informasi, serta minimal 4 jam untuk akses internet selama masa kontrak. Untuk inovasi sebenarnya daerah mau melakukan itu karena terkait dengan pengelolaan, tetapi hingga saat ini inovasi itu belum dilakukan. Ketika MPLIK operasional dan ada masalah koneksi di lapangan, Operator bisa membantu memperbaikinya. Misalnya ketika gensetnya mati atau tidak jalan, Operator bisa minta aliran listrik dari tempat terdekat. Jika sedang operasi di taman-taman, aliran listrik dimintakan ke taman-taman tersebut, tanpa melibatkan Pemkot.

Untuk mengelola MPLIK diperlukan pelatihan pelayanan, untuk itu dibutuhkan orang yang peka jadi bukan sekedar tahu IT. Hal ini memerlukan kemampuan pendekatan psikologis kepada pelanggan. Pada awalnya harus tahu TI, kemudian tahu sistem operasi yang ada pada mobil-PLIK seperti laptop misalnya. Selain itu harus tahu koneksinya dan aplikasinya. Oleh sebab itu kiranya perlu ada pelatihan dan pendampingan untuk pengelola dan operator MPLIK oleh relawan dan Komunitas TIK di daerah.

Untuk masalah kerusakan perlu konfirmasi dulu ke kantor nanti ada tim yang menangani. Tergantung tingkat kerusakannya pada *software* atau *hardware*. Tingkat kerusakan kecil bisa ditangani di tempat. Tapi kalau kerusakannya serius, maka perlu dibawa ke kantor atau mungkin perlu dibawa ke pusat perbaikannya. Oleh sebab itu pengelola MPLIK biasanya bekerjasama dengan relawan IT yang saat ini sudah mulai banyak terdapat di daerah-daerah. Para relawan TIK biasanya ditunjuk sebagai operator MPLIK.

Masalah-masalah yang timbul dalam operasional MPLIK di lapangan antara lain ialah;

a. Perangkat tidak sesuai standar

Walaupun peralatan MPLIK didatangkan oleh pemerintah, bisa saja terkirim peralatan yang tidak sesuai standar. Apalagi dalam era demokrasi ini masyarakat sekarang banyak tuntutan. Di

lapangan ditemui adanya masyarakat pengguna yang mengharapkan adanya perangkat tambahan seperti printer. Namun ada MPLIK yang printernya tidak bisa digunakan karena *cartridge*-nya rusak, harganya sekitar 700-800 ribu. Di samping itu, ditemukan bahwa atap kendaraan sudah bocor, cat mobil terkelupas yang efeknya dapat merusak peralatan komputer di dalam kendaraan”.

b. Lokasi tidak ideal/salah penempatan

Selain perangkat tidak sesuai Standard, lokasi MPLIK tidak ideal atau salah. Menurut peraturan MPLIK di desain untuk daerah pinggiran, daerah perbatasan, daerah yang secara ekonomis terbelakang, atau daerah yang tidak ada Internet (daerah tidak terjangkau oleh jaringan telekomunikasi). Di Indonesia masyarakat yang ada di daerah ini jumlahnya mencapai Kira-kira 40%. Dengan MPLIK ini sebenarnya Pemerintah berkeinginan untuk dapat menjangkau daerah-daerah terpencil seperti ini, sehingga nantinya seluruh warga bangsa ini dapat berinteraksi satu sama lain, dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Kalau ternyata keberadaan MPLIK di Kota besar, sehingga ada persaingan dengan Warnet, maka sebenarnya penempatannya perlu ditinjau kembali. Demikian pula perlu dipikirkan lebih jauh siapa yang akan mengelolanya. Seperti pengalaman pegawai penyedia jasa berikut ini. “Kami ditugaskan oleh BP3TI untuk mengukur kinerja dari MPLIK. Pengalaman saya selama di lapangan menunjukkan bahwa MPLIK sangat bermanfaat walaupun di beberapa tempat MPLIK tidak termanfaatkan. Oleh karena itu ke depannya sangat diharapkan evaluasi dilakukan terlebih dahulu terhadap tempat yang akan diberikan MPLIK tersebut, apakah sudah siap dengan SDM pengelolanya. Jadi harus ditentukan dahulu siapa akan bertanggungjawab mengelolanya tidak boleh asal menyerahkan begitu saja”. (Sri Wahyuni, Penyedia Jasa, PT. SPI).

Untuk itu maka pendistribusian MPLIK dari pemerintah propinsi dan penyedia MPLIK harus rasional, transparan dan tepat sasaran. Hendaknya ke depan ditentukan kriteria atau dipersyaratkan bagi tempat-tempat yang akan mendapatkan bantuan MPLIK, jangan hanya berdasarkan keinginan pemenang tender atau pengelola dan pemerintah daerah saja sehingga kurang mempertimbangkan aspirasi masyarakat. Untuk itu diperlukan pemetaan MPLIK dan relokasi (penempatannya kembali) bagi yang penempatannya di rasa salah.

c. Lemahnya koordinasi dengan Pemda

Dalam pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan dan pembangunan yang menyangkut daerah, akan selalu melibatkan Pemerintah Daerah selaku penguasa setempat. Koordinasi dan komunikasi yang intensif antara penyedia MPLIK dengan pemerintah provinsi sangat diperlukan dalam membina pengelola MPLIK. “Pernah melakukan penelitian mengenai PLIK, dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa masalah koordinasi sangat penting antara pemberi bantuan dengan pemerintah daerah penerima bantuan, karena yang mengetahui kondisi wilayah bantuan adalah pemerintah setempat”. (Erisvaha Kiki P, M.Kom, (Praktisi TIK)

Oleh karena itu kegiatannya perlu dikoordinasikan dengan Pemda setempat, baik itu pemerintah provinsi maupun pemerintah kabupaten/kota. Demikian pula dengan penyelenggaraan MPLIK. Kementerian Kominfo telah mencoba berkoordinasi dengan Pemda dengan berkirin surat dinas kepada pimpinan daerah. Tetapi hal ini tidak segera diikuti oleh unsur-unsur yang terlibat dalam tata kelola penyelenggaraan MPLIK. Seharusnya masing-masing unsur tersebut merapatkan

diri ke Pemda selaku calon pengelola MPLIK di daerahnya. Akibatnya koordinasi dengan Pemda yang seharusnya berjalan mulus, terasa kaku dan tertutup. Sehingga banyak butir-butir dalam kesepakatan yang tidak diketahui oleh Pemda. Apalagi belum pernah dilakukan sosialisasi tentang akan diselenggarakannya MPLIK di daerah. Di lokasi yang dikunjungi dalam penelitian ini sebagian besar unsur pemda tidak mengerti butir-butir kesepakatan antara Regulator, Penyedia Jasa, dan Pengelola MPLIK. Oleh sebab itu maka Perjanjian kerjasama atau MOU harus jelas dan diketahui oleh mitrakerja yang terlibat, yaitu pemerintah daerah, penyedia MPLIK, dan pengelola.

d. Berubahnya fungsi MPLIK menjadi kendaraan lain

Ketidajelasan pemahaman akan bunyi kesepakatan tersebut berujung pada ketidak tahuan pengelola. Oleh karena itu tak heran kalau ada MPLIK yang berubah fungsi menjadi kendaraan lainnya, misal untuk tagihan listrik, dan lain sebagainya. Hal ini yang dapat mengurangi efektifitas MPLIK dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

e. Kecepatan rendah/di kota harus bersaing dengan warnet

Kecepatan perangkat internet MPLIK ternyata masing-masing daerah berbeda. Tapi pada umumnya kecepatannya adalah 256 kbps *downlink* dan 128 kbps *uplink*. Dengan menggunakan VSAT. Ini dibagi dalam enam PC jadi sekitar 44 kbps/satu PC. Akibatnya internet berjalan lambat, tidak stabil, bahkan kalau hujan banyak gangguan. Jelas ini tidak bisa dipersandingkan dengan kecepatan internet di warnet yang sudah menggunakan 8 mbps bahkan Speedy. Kalau harus dipersandingkan atau bersaing dengan warnet jelas kalah dan pasti akan sepi pengunjungnya. Kecuali anak-anak yang hendak berlatih menggunakan komputer. Jadi kalau keberadaan MPLIK masih di dalam kota besar maka kecepatannya harus dirubah. Ada yang mengusulkan kecepatan dirubah menjadi 512, dan ini harus merubah bunyi kesepakatan.

f. Gangguan cuaca/satelit terganggu/juga hujan mengganggu pelanggan

Operasionalisasi MPLIK sangat rentan akan cuaca terutama hujan. Karena penerimaan signal akan mengalami gangguan. Sehingga bila hujan turun maka operasional MPLIK akan terhenti. Dan ini tentu akan merugikan masyarakat yang tengah menikmati "*surfing*" internet. Dan apabila MPLIK tidak dilengkapi dengan tenda maka peralatan elektronik yang ada di Mobil-PLIK akan rentan atau mudah sekali rusak. Setetes air yang jatuh pada perangkat komputer akan merusakkan sistem jaringan komputer.

g. Pelanggannya kebanyakan hanya anak-anak sekolah

Karena kecepatan MPLIK yang hanya 256 kbps. maka pada umumnya MPLIK kurang menarik bagi masyarakat walaupun sudah ditawarkan. Apalagi bagi masyarakat kota yang dengan mudah bisa mengakses internet. Oleh sebab itu, pengguna MPLIK kebanyakan hanyalah anak-anak usia sekolah yang masih dalam taraf belajar internet. Ataupun masyarakat perdesaan yang masih jarang ada warnet di lingkungannya. Mengenai lembaga masyarakat yang memanfaatkan MPLIK di lokasi penelitian, seperti misalnya Kelompok Tani, Arisan Ibu-ibu, selama ini tidak ada kata-kata yang jelas dari informan, yang jelas pernah ada ibu-ibu dari sekolah paud yang menggunakannya. Oleh sebab itu MPLIK lebih tepat kalau ditempatkan di wilayah yang belum ada warnetnya

sebagaimana tertuang dalam peraturan. Untuk perkotaan kecepatan MPLIK perlu ditingkatkan menjadi 512 mbps. Sistem operasinya Linux dan pengguna masih kurang memahami.

Mengenai keberadaan MPLIK Pengelola MPLIK di Surabaya punya pendapat lain “Jadi untuk masalah yang tadi bahwa MPLIK ini ditujukan untuk daerah yang terpencil itu, kok di kota ada, saya sebagai operator langsung terjun disitu. Perlu diketahui bahwa Surabaya ini namanya kota tetapi masih ada beberapa keluarga/anak-anak yang kurang mampu untuk mendapatkan akses internet itu banyak. Maka dari sinilah kami lakukan, kami *stay* di daerah Sukulilo, Surabaya Timur. Disitu masih banyak anak-anak yang kurang mendapatkan informasi, entah itu fasilitas atau minimnya pendapatan keluarga atau seperti apa”. (Eko, Pengelola MPLIK Surabaya). Sementara itu Djoko pakar IT menyatakan pendapatnya bahwa “Kalau masyarakat dipedesaan tidak bisa mengakses informasi yang diberikan pemerintah dengan baik, maka ekonomi dipedesaan akan tidak produktif lagi. Karena ekonomi yang produktif itu muncul dari SDM yang produktif. Dan sarannya MPLIK masih perlu diperbanyak, namun dengan manajemen yang benar-benar terukur tata kelolanya dan kinerja saat ini masih perlu diperbaiki”.

Sistem Pengendalian/Pengawasan MPLIK

Surat dari BP3TI mengenai susunan organisasi pengelola MPLIK mengatakan bahwa untuk Surabaya pengelola/penanggung jawab adalah PT. Jogja Digital. Selanjutnya PT. Jogja Digital menunjuk seseorang sebagai koordinator untuk operasional dan koordinator itu juga memilih dua (2) orang untuk mengoperasikan mobil tersebut. Untuk hirarki tugas dan tanggung jawab pengoperasian MPLIK sepenuhnya dipegang oleh 2 (dua) orang tersebut. Jadi sebagaimana telah disebutkan terlebih dahulu bahwa Dinas Kominfo Kota Surabaya sebatas hanya memberikan surat keputusan yang memberikan keterangan bahwa mobil ini bisa dioperasikan/ijin operasional, untuk diberikan ke kecamatan-kecamatan yang sekiranya diperlukan. Tanpa surat ini kemungkinan MPLIK akan menemui kesulitan untuk beroperasi di wilayah kecamatan. Sebaliknya dengan surat ini para kepala kecamatan kemungkinan akan memberikan dukungan bagi beroperasinya MPLIK.

Kendala biaya dalam operasional MPLIK dibanding dengan luas wilayah adalah relatif. Di Surabaya hal ini bukan merupakan masalah besar dan wilayahnya pun tidak terlalu luas. Jarak antara masing-masing kecamatan untuk tigapuluh satu kecamatan tersebut tidak terlalu jauh. Berbeda dengan daerah lain yang mungkin perlu berjam-jam untuk datang ke lokasi MPLIK. Bila ada kerusakan kendaraan seharusnya mereka lapor ke BP3TI, prosesnya memang agak lama karena ada perbaikan dan pengurangan mobil untuk operasional. “Menurut peraturan mereka mempunyai kewajiban lapor ke BP3TI, apakah mereka sudah lapor atau belum mengenai kendala tersebut, menurutnya bahwa kegiatannya nanti dilaporkan ke BP3TI (Adang, Kabid Posdan Telkom, DinasKominfo Kota Surabaya, tanggal 13 Juni 2013)

Kendala yang cukup penting lainnya adalah fasilitas yang kurang, seperti kalau hujan MPLIK belum dibekali dengan tenda. Di samping itu juga spanduk atau rambu yang menunjukkan bahwa di sini ada MPLIK juga belum tersedia. MPLIK melaporkan pembukuan kegiatan operasionalnya ke Jogja digital pada pertengahan bulan dan akhir bulan.

Mengenai pengaduan masyarakat pelanggan MPLIK tentang keluhan masyarakat tentang penggunaan MPLIK sudah tertera di mobil. Kebetulan Pemerintah kota Surabaya sebelum adanya MPLIK itu, semua masyarakat sudah mengetahui nomor *hotline* Pemkot untuk pengaduan apapun

juga. Sedangkan ada atau tidak ada aktivitas MPLIK itu, itu merupakan bagian kecil dari serangkaian aktivitas warga yang ada sehingga proses pengaduan itu dapat disampaikan melalui alamatnya. Jadi pengaduan tersebut ada yang menggunakan telepon, menggunakan *e-mail*, *facebook*, dan lain-lainnya. Sampai saat ini keluhan mengenai MPLIK yang masuk ke *hotline* Pemerintah Kota Surabaya tidak ada.

Sistem pengendalian/pengawasan MPLIK belum tersusun secara konseptual. Selain itu belum jelas siapa yang harus melakukan pengendalian dan pengawasan tersebut. Peraturan tentang Sistem Informasi Monitoring dan Managemen Layanan Informasi Kecamatan (SIMMLIK) sudah ada tetapi belum jalan. Jadi saat sekarang pengawasan dan pengendalian terhadap kegiatan MPLIK tersebut juga belum jelas siapa yang melakukannya. Akibatnya mereka itu seperti jalan sendiri-sendiri dan seolah-olah puas dengan pekerjaannya sendiri.

Masalah pemeliharaan MPLIK di lapangan, Di Surabaya selama ini pemeliharaan MPLIK ditangani oleh Djogja Digital. Masalah pemeliharaan ini hendaknya dapat diperjelas penanggung jawabnya, siapa bertanggung jawab atas apa. Misalnya kalau ada kerusakan kecil seperti "Ban mobil meletus" ini tanggung jawab siapa. Lalu ada kerusakan pada sistem antena VSAT sehingga tidak dapat menerima signal ini tanggung jawab siapa. Operator di lapangan seharusnya paham tentang hal ini. Jadi tanggung jawab keempat perusahaan seperti tersebut di atas tadi hendaknya diketahui oleh operator. "Mungkin sudah sangat bijaksana bila dianggarkan selama empat tahun itu dibiayai oleh pusat. Menurut pakar IT, bahwa bentuk pemeliharaan MPLIK, bentuk penyerahan dari sistem perawatannya atau pengelolaannya itu melalui dekonsentrasi. Jadi dekonsentrasi itu adalah; dana pusat, kemudian dijalankan oleh pemerintah daerah. Jadi si mobil dan peralatannya ini akan ter-*cover* dengan jelas, dibawah kendali pelaksana dekonsentrasi itu". Kalau ada kejelasan seperti ini yang ada di lini pelaksana pengendalian, akan memberikan perhatian terutama dalam pemeliharaan, bahkan memberikan bantuan pengawasan. Dan ini pun harus berbatas waktu berapa tahun, apakah seterusnya itu harus jelas. Karena ini aset. Sekarang aset ini berada dimana itu perlu dipertanyakan meskipun sekarang dikelola oleh pihak ketiga misalnya Jogja Digital dan penanggung jawab MPLIK sebagai pelaksana operasional. "Apalagi tadi disampaikan oleh teman-teman pengelola MPLIK ini, masalah lapak saja sudah mengalami kendala, karena apa, lapak yang ada di perkotaan dengan yang ada di perdesaan lain. Di desa mau membuat lapak mobil yang dijajar sampai berapa saja tidak ada masalah. Nah ketika mobil di parkir di Sukolilo, ya didatangi Satpol PP, ya tidak salah. Jadi kita bicara lapak itu melihat lokasinya. Di wilayah mana, kalau wilayah seperti Surabaya, Malang, ya menjadi masalah. Karena wilayahnya betul-betul berbasis ekonomi. Kalau di pedesaan, seperti Ponorogo mungkin tidak masalah". (Djoko, FGD di Surabaya, tgl. 13 Juni 2013)

Jadi dalam hal ini perlu ada koordinasi antara; pemerintah pusat, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, dan pihak penyedia jasa tentang status dari MPLIK. Dengan koordinasi yang baik maka pemeliharannya akan menjadi jelas ada di tangan siapa. Sampai dengan saat ini koordinasinya belum jelas. Apalagi UPT nya Kemkominfo yang berada di propinsi juga tidak tahu, padahal ini adalah aset dengan biaya besar yang digelontorkan oleh pemerintah pusat dalam hal ini Kementerian Kominfo. Jadi dimulai dari SOP harus ada, kemudian dilanjutkan dengan tata kelola yang menggunakan prinsip-prinsip tata kelola yang baik. Kalau tidak ada SOP dan tata kelola yang baik maka dalam membuat rencana kegiatan pun akan mengalami kesulitan. Di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika sendiri saat ini telah keluar Surat Edaran Kementerian

Kominfo No. 1 Tahun 2013, tentang Penerapan Prinsip Tata Kelola Pemerintahan yang baik (*Good Governance*) di lingkungan Kemkominfo. Prinsip tersebut dikeluarkan untuk membina hubungan yang baik antara pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Ada pun prinsip-prinsip tata kelola tersebut adalah; a. Akuntabilitas, b. Pengawasan, c. Integritas, d. Profesionalisme, e. Efisiensi dan Efektifitas, f. Transparansi, dan g. Penegakan Hukum.

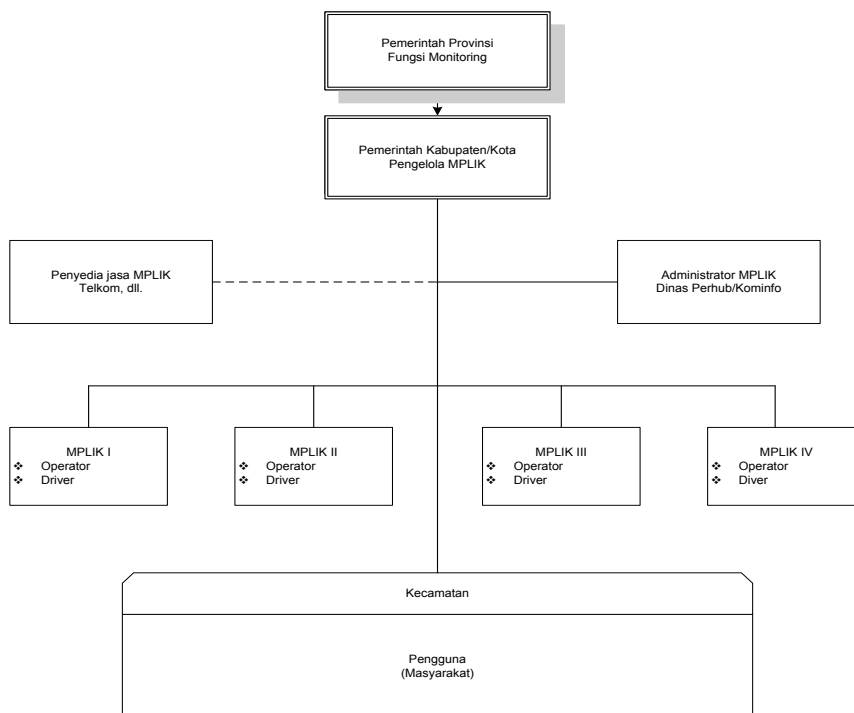
Model Tata Kelola MPLIK

Terkait dengan adanya fasilitas MPLIK ini betul-betul sangat membantu mengurangi kesenjangan informasi. Namun demikian untuk mendukung pelaksanaan penyelenggaraan MPLIK yang profesional, maka perlu merubah tata kelolanya yang selama ini dilaksanakan. Kalaupun berada di kabupaten/kota, berarti pengendalian secara langsung berada di kabupaten/kota tersebut. Propinsi sebatas memonitor pelaksanaannya saja. Bagaimana jalannya sistem pengelolaan tersebut sudah bagus atau belum, terutama nanti pada level monitoring terhadap peralatan atau fasilitas yang dibantukan dalam satu mobil tersebut. Setiap Mobil-PLIK untuk kegiatan operasional di lapangan hendaknya ditangani oleh minimal 2 orang, 1 orang bisa sebagai supir dan pengawas sedangkan yang 1 orang sebagai pengatur *pointing* dan petugas server. Sebab jika dioperasikan oleh 1 orang kurang untuk keamanan peralatan. Operator MPLIK diusahakan orang yang mengenal atau mengetahui IT. Akan sangat bagus bila pegawai tersebut dari Relawan TIK, sebab salah satu fungsi MPLIK ialah mendidik masyarakat dalam mengakses informasi dari internet.

Susunan organisasi penyelenggara MPLIK sesuai dengan peraturan yang ada, pemerintah Kabupaten/Kota ditunjuk sebagai pengelola MPLIK. Sebagai pengelola MPLIK ia perlu dukungan Administrator MPLIK, yaitu Dinas Perhubungan/Kominfo di Pemkab/kota tempat ia berada. Sementara itu dukungan penyedia jasa MPLIK tetap dipegang oleh pemenang tender (PT. Telkom), dan Pemerintah Provinsi bisa bertindak selaku pemegang fungsi monitoring. Peran Pemda diperlukan karena dia yang punya wilayah, dan yang membawahi kecamatan, sehingga urusan perijinan di tingkat kecamatan akan lebih mudah. Dalam Permen Kominfo nomor 19 tahun 2010 tentang MPLIK terutama di pasal 12 ayat 2 berbunyi; "Untuk pengoperasian dan pemeliharaan fasilitas PLIK yang bersifat bergerak/MPLIK penyedia MPLIK wajib bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat. Dengan melibatkan masyarakat dan atau UKM". (Penyedia; Bpk Ardika, Surabaya).

Jenis jasa layanan MPLIK adalah penyediaan jasa akses telekomunikasi, dan penyediaan jasa akses internet. Layanan tersebut harus dapat berlanjut sehingga dapat mendorong adanya *multiplier effect* terhadap ekonomi wilayah. Untuk itu MPLIK harus dapat menentukan prioritas utama yaitu menyediakan akses untuk daerah tertinggal, daerah perbatasan, daerah terpencil, daerah perintisan, dan daerah yang tidak layak secara ekonomis. Selain itu dalam operasional MPLIK di lapangan pengelola dapat memberikan pendampingan kepada masyarakat dan pelajar dengan cara menugaskan SDM yang profesional. Sebaiknya tenaga profesional seperti ini (Banyak terdapat di daerah seperti mantan Juru Penerang atau PPL Penyuluh Pertanian Lapangan) yang ditempatkan di titik MPLIK berada, sehingga masyarakat tidak pernah ragu mendatangi keberadaan Mobil PLIK untuk mengakses internet dan bertanya tentang tata cara pengolahan lahan untuk pertanian misalnya. Urgensi adanya fungsi edukasi dari operator MPLIK di dalam memberikan pelayanan kepada pengguna MPLIK, pengguna diajari cara menggunakannya dengan fasih kemudian diarahkan agar membuka situs/website yang ada unsur pendidikannya, diberikan

contoh yang mendidik supaya masyarakat termotivasi serta semangat dalam melakukan interaksi melalui dunia maya.



Gambar 2. Susunan Organisasi Penyelenggara MPLIK

MPLIK itu harus mobile/bergerak tidak boleh tetap di satu tempat saja, tapi harus dinamis berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain, maknanya adalah harus dinamis bergerak sesuai permintaan masyarakat atau berdasarkan pertimbangan atau saran dari *opinion leader* atau tokoh masyarakat setempat. Bisnis model MPLIK dinilai kurang jelas sehingga pemeliharaan serta pengelolaannya pun kurang transparan, sehingga sulit mewujudkan tata kelola dalam rangka *clean and good governance*. Dan pada akhirnya perlu keterbukaan dari semua pihak termasuk Kominfo sendiri.

Rencana Pemerintah Pusat dalam hal ini Kemkominfo untuk menyediakan MPLIK kepada masyarakat dinilai sudah cukup baik serta ditanggapi positif dalam mendiseminasikan informasi kepada publik. Hal ini sekaligus dimaksudkan agar masyarakat dapat melek & literasi IT sampai ke pelosok pedesaan sekali pun. Jadi terkait dengan tata kelola mengenai perawatan dan sebagainya itu, pemerintah daerah baik propinsi maupun kabupaten/kota tidak mungkin bisa memberikan pemeliharaan, kalau tidak ada penyerahan, karena pengusulan anggaran pasti harus ada dasarnya. Yaitu penyerahan aset tersebut kepada pemda, dengan begitu ada ketegasan barang itu harus dirawat. Contohnya *telecenter* itu harus mendapatkan perawatan kurang lebih tiga tahun, jadi ada terbatas seperti itu. Karena selebihnya nanti diserahkan ke kabupaten/kota. Jadi biaya operasional maupun perawatannya tetap dianggarkan. Model seperti ini sejak awal seharusnya sudah dikembangkan seperti itu.

Terkait dengan perawatan IT itu masanya cepat sekali. *Telecenter* kami yang pertama, tahun 2005, peralatannya sudah tidak bisa digunakan sama sekali, karena sudah ketinggalan semuanya. Perawatan itu tergantung dari sistem yang dipakai, apalagi IT, boleh dikatakan umur ekonomisnya sangat pendek. Jadi pemikiran tata kelola itu artinya secara universal mulai dari awal itu bentuk penyerahannya bagaimana, kemudian apakah ini nanti perawatannya itu diserahkan kepada pemprov, pemkot/pemkab, atau *sharing* antara masyarakat dengan pemerintah". (Djoko, pakar IT, Surabaya, FGD tgl. 13 Juni 2013)

Analisis SWOT

SWOT singkatan dari *Strength* atau kekuatan, *Weakness* atau kelemahan, *Opportunity* atau peluang, dan *Threat* atau ancaman/tantangan. Analisis SWOT digunakan dalam memecahkan problema manajemen yang dihadapi oleh pimpinan. SWOT juga digunakan untuk mengukur kekuatan dan kelemahan, sekaligus memperhitungkan peluang dan tantangan/ancaman yang timbul terhadap suatu organisasi.

Banyaknya kelemahan yang ada pada pelaksanaan MPLIK di lapangan mengharuskan kita membenahi tata kelola MPLIK yang lebih efektif dan efisien. Kelemahan tersebut harus segera diatasi, bila tidak maka akan timbul pemborosan uang negara yang tidak kecil jumlahnya. Faktor kekuatan yang dimiliki oleh MPLIK serta peluang dan ancaman/tantangan untuk mengembangkan MPLIK perlu dijadikan landasan untuk perbaikan kinerja.

Perlu ada kerjasama yang baik lintas instansi, khususnya antara Kementerian Kominfo melalui BP3TI, PT. Telkom dan subkontraktornya seperti PT. Lintas arta selaku penyedia jasa, Pemda, dan unsur pakar telematika. Sekarang ini hubungan antara pengelola (Pemda), penyedia jasa (telkom lintas artha, dan PT. Web), tampaknya kurang lancar (agak kaku), karena kurang jelasnya tugas dan kewenangan masing-masing pihak dalam mengelola MPLIK. Oleh sebab itu hubungan tersebut perlu lebih dicairkan bila perlu di tunjuk seorang penghubung di antara ketiga pihak tersebut.

Dari awal sama sekali tidak ada sosialisasi keberadaan MPLIK di masyarakat, apa tujuannya, siapa penyelenggaranya, berapa bayarnya dan lain sebagainya. Dan kiranya hal ini sangat diperlukan terutama di masyarakat terpencil yang daerahnya tidak ada jaringan internet. Selain itu perlu ada pelatihan dan konsultan atau pendamping di masyarakat, mengingat adanya perubahan dari Microsoft Corporation ke *open source* (LINUX). Seperti kita ketahui bahwa masyarakat masih terbiasa dengan microsoft.

Penempatan MPLIK harus efisien, selama ini terkesan penempatan yang asal memenuhi keinginan Subkontraktor saja. Pada hal menurut SOP, MPLIK hanya untuk daerah-daerah yang belum dimasuki internet. Penempatan yang asal saja misal tidak jauh dari lokasi itu ada atau di sebelah warnet tentu kalah saingan. Karena warnet berkecepatan jauh lebih tinggi dari pada MPLIK di samping itu tempat untuk mengakses warnet berpendingin AC dengan gelaran karpet sehingga masyarakat akan lebih nyaman menggunakannya. Gambar pada warnet pun tidak mengalami gangguan signal. Oleh sebab itu diperlukan relokasi MPLIK terutama bagi MPLIK yang berada di daerah-daerah yang sudah terdapat warnet.

Perlu adanya penjadwalan aktivitas bulanan dan penganggaran kegiatan MPLIK, sehingga operasional MPLIK terencana dengan baik. Walaupun lokasi MPLIK mungkin berpindah-pindah,

penjadwalan aktivitas bulanan dan penganggaran MPLIK akan menghasilkan rencana kegiatan yang baik. Kadang-kadang MPLIK memang terkesan selalu berapa ditempat, karena itu masalah tehnik, misalnya untuk *pointing signal* saja makan waktu minimal 3 jam.

Tabel 1. Analisis SWOT

No.	Aspek	Internal
1.	<i>Strength/Kekuatan</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Kemampuan MPLIK untuk memberdayakan masyarakat khususnya para pelajar. b. Tersedianya anggaran yang cukup untuk mengembangkan MPLIK. c. Dukungan kebijakan penuh dari pemerintah dalam mengembangkan MPLIK. d. Bebas dari beban keuntungan, biaya <i>bandwidth</i>, biaya listrik, dan sewa tempat. e. Biaya murah, bahkan ada yang gratis (Surabaya dan Makassar). f. Tersedianya SDM professional yang melimpah.
2.	<i>Weakness/Kelemahan</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. MPLIK kurang/tidak tepat sasaran karena tidak ditempatkan pada daerah-daerah pinggiran yang masih rendah akses internetnya. b. Tidak dapat menjamin pemerataan informasi, karena tidak mampu mengurangi kategori blankspot c. Lemahnya koordinasi dengan Pemda yang mempunyai wilayah serta pihak-pihak terkait dengan perjanjian kerjasama kemitraan. d. Perangkat mobil tidak sesuai standard. Mobil PLIK di desain secara nasional. Sehingga beberapa daerah terpencil dan sangat terpencil yang kondisi jalannya parah tidak mampu menjangkaunya. e. Kecepatan rendah cuma downstream 256 kbps. Dan upstreamnya 128 kbps. f. Menggunakan program "<i>Open Source</i>" yang kurang begitu populer di masyarakat. g. Satelit rentan terhadap gangguan cuaca. h. Kurangnya komunikasi antar mitra kerja terkait. i. Peralatan tidak tahan cuaca, hujan pasti bubar. j. Pihak-pihak terkait dalam kontrak/kesepakatan tidak mempunyai pemahaman yang sama ttg pengelolaan MPLIK.
3.	<i>Opportunity/Peluang</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Peluang terbuka untuk dikembangkan di daerah-daerah yang belum tersedia sarana telekomunikasi. b. MPLIK diterima oleh masyarakat dengan penuh harapan.
4.	<i>Threat/Tantangan</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat cepat, seharusnya kita cepat mengimbangi perkembangan ini. b. Ancaman disintegrasi bangsa bila tidak segera ditangani secara strategis.

Untuk mendalami masalah Tata kelola MPLIK, penyedia MPLIK wajib kerjasama dengan Pemda. Jadi masing-masing pihak, pengelola, penyedia, wajib kerjasama, dan pihak fasilitator (Kemkominfo) hendaknya ikut mendorong dan mendukung iklim kearah itu. Jadi saat sekarang fasilitator tidak bisa hanya diam saja, walaupun sudah memberitahukan pada Gubernur dan Bupati/Walikota (Surat Menteri Kominfo no. 254/M/Kominfo/06/2010, tanggal 10 Juni 2010 tentang mohon dukungan melibatkan usaha kecil dan menengah, dan sebagainya.)

Penutup

A. Kesimpulan

Bahwa ada suatu masalah pada komunikasi awal sehingga menjadi kendala yang sangat disayangkan. Seharusnya aturan-aturan yang dijelaskan itu merupakan agenda pertama sebelum serah terima dilakukan sehingga pemahaman itu bisa seragam berdasarkan aturan yang telah ditetapkan. Tanpa hal itu maka sangat memungkinkan terjadi kesalahpahaman antara kedua belah pihak sampai dengan saat ini. Begitu pula dengan tata kelola MPLIK, kacaunya tata kelola MPLIK di berbagai daerah disebabkan oleh pemahaman yang salah para pihak-pihak yang terlibat dalam kesepakatan tadi. Oleh sebab itu mendesak untuk segera dilakukan pembenahan tata kelola MPLIK yang benar. Perencanaan kegiatan dan pemberdayaan sumberdaya MPLIK, pengoperasian MPLIK, pengendalian dan pengawasan MPLIK hendaknya perlu segera dibenahi. Tata kelola MPLIK adalah komitmen, aturan main, serta praktek penyelenggaraan organisasi MPLIK secara sehat berlandaskan Peraturan Perundangan dan nilai-nilai etika (kode etik) yang berlaku. Pembenahan Tata kelola MPLIK hendaknya disertai dengan penerapan Prinsip Tata Kelola Pemerintahan yang baik (*Good Governance*). Ada beberapa contoh prinsip tata kelola yang baik. Misalnya di lingkungan Kemkominfo, prinsip tata kelola dikeluarkan untuk membina hubungan yang baik antara pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Ada pun prinsip-prinsip tata kelola tersebut adalah; a. Akuntabilitas, b. Pengawasan, c. Integritas, d. Profesionalisme, e. Efisiensi dan Efektifitas, f. Transparansi, dan g. Penegakan Hukum.

SDM (Sumber Daya Manusia) penting karena merupakan ujung tombak pelaksanaan ini di lapangan, karena sebaik apapun infrastruktur dan perangkat yang dimiliki jika tidak ditunjang dengan SDM yang baik dan sehati untuk melaksanakan ini maka semuanya tidak ada hasilnya. Demikian pula dengan koordinasi keterlibatan Pemerintah, Penyedia dan Masyarakat sangat menentukan. Keterlibatan harus lebih diintensifkan, apa yang harus dilakukan Pemerintah, Pengelola dan Penyedia jasa untuk menyamakan persepsi sehingga masyarakat dapat merasakan manfaatnya MPLIK ini.

Di Indonesia saat ini kondisi internet masih belum stabil, sementara itu ada sebagian masyarakat yang menganggap bahwa internet itu segalanya. Hal ini juga perlu mendapatkan pemikiran ulang oleh para pakar IT. Bagaimanapun internet sangat diperlukan bagi anak sekolah. Mereka sering dapat tugas pekerjaan membuat "*paper*" melalui internet. Upaya untuk melibatkan komunitas seperti Relawan TIK sebagai operator yang telah dibentuk oleh kominfo harus tetap dilanjutkan. Keterlibatan mereka ini menunjukkan bahwa mereka adalah orang-orang yang mau dengan semangat dan kecintaan (jiwa) untuk bekerja dibidang itu walaupun tanpa bayaran. Apalagi mereka adalah orang-orang yang profesional di bidangnya, jadi berbeda dengan orang-

orang yang tidak menjiwai bidang ini. Operator juga berfungsi mendidik anak-anak yang belajar internet. Baik pemanfaatan internetnya maupun pemanfaatan informasinya. Jadi pengguna yang datang bila belum bisa, langsung saat itu bisa belajar.

Akhirnya yang perlu diperhatikan adalah MPLIK ini harus berjalan dengan mempertimbangkan kondisi geografis suatu wilayah dimana wilayah yang masih sangat terpencil yang belum/sulit memperoleh listrik dan Bahan Bakar Minyak (BBM) sehingga MPLIK sulit beroperasi bukan berarti MPLIK-nya boleh untuk 'diam' saja, tetap harus beroperasi. (Catherine, PT. WEB, FGD di Hotel Golden, 13 Juni 2013). MPLIK memang masih diperlukan masyarakat Indonesia, oleh sebab itu pelaksanaannya harus benar-benar efektif dan efisien.

B. Saran

Kementerian Kominfo melalui BP3TI hendaknya segera membenahi kinerja atau tata kelola MPLIK yang baik antara lain;

- a. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola organisasi MPLIK yang baik.
- b. Melakukan komunikasi secara intensif khususnya kepada unsur penyedia jasa maupun Pemda (Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota). Koordinasi ketiga unsur tersebut (Regulator, Penyedia jasa dan Pengelola) sangat penting dilakukan dalam penyelenggaraan MPLIK di daerah. Koordinasi dilakukan berlandaskan pemahaman yang sama terhadap butir-butir kesepakatan.
- c. Pengelola MPLIK saat ini wajib membuat perencanaan kegiatan dan pendayagunaan sumberdaya MPLIK yang baik, termasuk kebutuhan anggaran dan perpindahan operasi MPLIK antar kecamatan, dan tembusannya disampaikan kepada Pemkab/Kota dan BP3TI.

Untuk memberikan pelayanan MPLIK yang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat kiranya perlu dipikirkan mengenai penambahan kecepatan internet (*downstream* 256 kbps. *upstream*-nya 128 kbps) menjadi 512 kbps khususnya untuk MPLIK yang ada di kota-kota.

Penempatan MPLIK yang kurang tepat sasaran hendaknya segera direlokasi, untuk menghindari terjadinya pemborosan. Diutamakan MPLIK untuk daerah-daerah pinggiran yang sangat rendah akses internetnya.

Keterlibatan para relawan IT sebagai operator MPLIK perlu dilanjutkan. Mereka perlu dilatih dulu tentang teknis *pointing*, teknis pemasangan peralatan sehingga apabila ada kendala langsung direspon, ada kerusakan peralatan langsung bisa diperbaiki.

Tidak adanya sistem pengendalian MPLIK yang baik menyebabkan kinerja MPLIK tidak efektif, untuk itu pemerintah hendaknya melibatkan pemerintah provinsi untuk memonitor pelaksanaan MPLIK di lapangan. Monitoring juga bisa di lakukan oleh pegawai dari Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Daftar Pustaka

- Aminullah, Erman, DR. 2012. *Analisis Informasi Kualitatif*, Paper disajikan pada acara konsinyasi Puslitbang PPI, Di Hotel
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. 2012. *Surabaya Dalam Angka 2012*, Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- Balai Penyedia Dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi Dan Informatika. 2012. *Penyediaan KPU/USO (Melalui USO, Kita Buka Kemudahan Akses Informasi Hingga Pelosok Negeri)*, BP3TI, Jakarta.
- Craig Calhoun, ed.1992. *Hubermas And The Public Sphere*, Massachusetts Institute Of Technology.
- Pendit, Putu Laxman, Ph.D. 2006. *Ragam Teori Informasi, Pusat Dokumentasi dan Informasi Ilmiah*, LIPI.
- Pusat Litbang Aptika IKP. 2012. *Studi Pemanfaatan Mobile CAP Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Informasi Bagi Masyarakat Di Daerah*, Badan Litbang SDM, Kementerian Kominfo, Jakarta.
- Pusat Litbang Aptika IKP. 2012. *Pemahaman Internet Sehat Dan Aman Di Komunitas Masyarakat*, Badan Litbang SDM, Kementerian Kominfo, Jakarta.
- Pusat Litbang Aptika IKP. 2012. *Pengembangan Model Pelayanan Informasi Publik Dalam Implementasi, PPID*, Badan Litbang SDM, Kementerian Kominfo, Jakarta.

Dokumen

- Undang-undang No. 36 Th. 1999
- Undang-Undang No. 14 Th. 2008
- Undang-Undang No. 11 Th. 2008
- Peraturan Pemerintah RI. No. 61 Th. 2010
- Peraturan Pemerintah No. 52 Th. 2000
- Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 24 Th. 2010
- Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika RI. No. 19/Per/M.KOMINFO/12/2010
- Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika RI. No. 17/PER/M.KOMINFO/2010
- Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika RI. No. 48/Per/M.KOMINFO/11/2009
- Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika No. 1 Tahun 2013.
- Peraturan Kepala Balai P3TI, No. 01/PER/BP3TI/KOMINFO/12/2012.

Internet

- <http://rodabulat.blogdetik.com/>
- www.lkpp.go.id

<http://dishubkominfo.banjarkab.go.id/>

<http://mplik.tarakankota.go.id/>

<http://wingww.lefora.com/>

<http://www.lontar.ui.ac.id/>

<http://www.pnm.co.id/>

<http://iicg.org/>

<http://auditorinternal.com/2011/02/22/>

<http://kompas.com>

<http://trenggalekkab.go.id>

<http://kaetoegent.blogspot.com/2012/03/>

<http://www.surabaya.go.id/>

<http://www.pemkomedan.go.id/>

PENYUSUNAN MODEL TINGKAT KEMATANGAN (*MATURITY*) *SMART CITY* PADA KOTA BESAR DI INDONESIA

Syaifuddin Zuhri¹ dan Nurlia Hikmah²

-¹Lembaga Pengembangan Inovasi dan Kewirausahaan (LPIK) ITB

²Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
Kementerian Komunikasi dan Informatika.-

Pendahuluan

Dalam beberapa tahun ke depan, pertumbuhan kota menimbulkan berbagai resiko dan permasalahan yang menjadikan adanya kebutuhan mendesak untuk menemukan cara-cara cerdas dan strategi dalam menyelesaikan permasalahan di dalamnya. *United Nations Population Fund* (UNPFA) merilis data pada tahun 2011, bahwa: terdapat lebih dari 50% manusia (3,3 miliar) hidup di daerah perkotaan, dan di tahun 2030 diperkirakan akan bertambah menjadi 5 miliar; kota dihadapkan pada berbagai macam resiko dan permasalahan diantaranya kebutuhan air bersih, transportasi, resiko ekonomi seperti pengangguran, serta bertambahnya *supply & demand*. Melihat kenyataan yang ada, maka pengembangan Kota Cerdas (*smart city*) yang tanggap atau pro aktif terhadap kebutuhan dan tantangan yang dihadapi dalam suatu kota pun dianggap perlu.

Konsep *Smart City* (Kota Cerdas)

Indonesia, salah satu negara yang memiliki banyak kota baik kota besar, kota kecil maupun kota metropolitan, juga menghadapi permasalahan yang kurang lebih terkait dengan permasalahan seputar transportasi, kesehatan, pendidikan, lingkungan dan sebagainya. Melihat kenyataan yang ada, baik keuntungan maupun permasalahan yang dihadapi bangsa, terutama pada aspek layanan publik, maka dipandang perlu untuk mengembangkan sebuah kota yang cerdas, tanggap terhadap kebutuhan masyarakat kota. Kota Cerdas atau *Smart city* merupakan kota yang pro aktif bisa menebak keinginan warganya. Implementasi teknologi informasi untuk membuat kota yang “smart” bisa dilakukan di berbagai bidang seperti transportasi, kesehatan dan layanan publik lainnya.

Konsep *Smart city* akan tercapai jika dapat dipahami dan didukung pada level tertinggi pemerintah kota dan mempunyai kontribusi terhadap kebutuhan masyarakat sehari-hari (Chourabi dkk., 2012). Bagi sebuah kota cerdas, seluruh aktivitas yang terkait dengan layanan publik dapat dikelola dengan mengembangkan sebuah platform untuk monitoring dan menyatukan semua data yang relevan. Visualisasi data dapat menghasilkan berbagai indikator, dimana *stakeholder* bisa memberi masukan ke dalam alur kerja dan perencanaan skenario kota. Pengembangan *Smart City* juga sangat ditentukan oleh tingkat kematangan (*maturity*) dari kota dalam mengembangkan *Smart City* sebagai layanan untuk membuat kota yang cerdas. Tingkat kematangan ini dapat meliputi pengelolaan dan layanan TIK terkait *Smart City*. Layanan-layanan tersebut dapat meliputi

tata kelola pemerintahan, ekonomi, kondisi sosial dan kualitas hidup masyarakat, infrastruktur perkotaan (transportasi, energi, dan lain-lain) dan kondisi lingkungan perkotaan. Model tingkat kematangan ini perlu disusun untuk melihat kemampuan kota dalam pengembangan *smart city* ke depan.

Penyusunan model tingkat kematangan *smart city* yang telah dilakukan ini adalah untuk mendapatkan gambaran komprehensif dari hasil pengukuran mengenai kondisi tingkat kematangan *smart city* pada tiga kota besar di Indonesia pada tahun 2013, serta rencana pemangku kepentingan (pemerintah kota) dan rekomendasi terhadap pengembangan *smart city*. Istilah *smart city* sendiri di Indonesia masih relatif baru. Diskusi mengenai hal ini juga masih menjadi konsumsi akademisi serta kalangan terbatas saja pada waktu itu. Namun, saat ini seiring dengan perkembangan teknologi serta kebutuhan manusia, istilah *smart city* menjadi semakin umum.

Dari berbagai definisi mengenai Smart City yang diperoleh dalam studi literatur (tabel 1), terlihat bahwa belum ada definisi yang baku. Sehingga, dapat dibuat kesimpulan dari *Smart City* adalah Pengembangan dan Pengelolaan kota dengan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk menghubungkan, memonitor dan mengendalikan berbagai sumber daya yang ada di dalam kota dengan lebih efektif dan efisien untuk memaksimalkan pelayanan kepada warganya serta mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Terdapat 3 komponen utama/fundamental dari sebuah *smart city*, yang secara terpisah sebenarnya sudah dimulai dikembangkan tanpa disadari menjadi bagian dalam pembentukan suatu *smart city*, yaitu: Teknologi, Manusia (*people*), dan Institusi/Pemerintah.

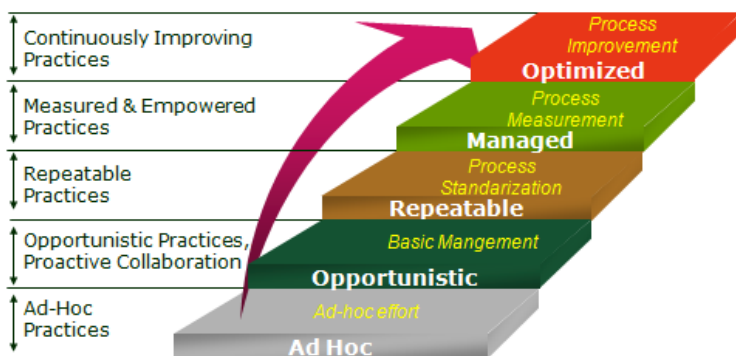
Tabel 1. Definisi Smart City

Sumber	Definisi
<i>Technology Strategy Board's Head of Sustainability, Richard Miller</i>	<i>a "Smart City" is one that transforms itself into a "Future City" by using technology. IBM use the phrase "Smarter City" to describe a city that is making progress on that path.</i>
<i>Boyd Cohen of Fast Company</i>	<i>"Smart cities use information and communication technologies (ICT) to be more intelligent and efficient in the use of resources, resulting in cost and energy savings, improved service delivery and quality of life, and reduced environmental footprint—all supporting innovation and the low-carbon economy."</i>
<i>http://www.businessdictionary.com/definition/smart-city.html</i>	<i>A developed urban area that creates sustainable economic development and high quality of life by excelling in multiple key areas; economy, mobility, environment, people, living, and government. Excelling in these key areas can be done so through strong human capital, social capital, and/or ICT infrastructure.</i>
<i>Caragliu, A; Del Bo, C. & Nijkamp, P (2011). "Smart cities in Europe", Journal of Urban Technology</i>	<i>A city can be defined as 'smart' when investments in human and social capital and traditional (transport) and modern (ICT) communication infrastructure fuel sustainable economic development and a high quality of life, with a wise management of natural resources, through participatory governance. The concept of 'smart' rotate around 6 main areas: mobility, economy, environment, living, people and governance.</i>
<i>http://www.worldsmartcapital.net/the_smart_city</i>	<i>Smart is but a step on the journey - better information does not mean better decisions. There are three vital ingredients for leading a city: sustained collaborative leadership, transformation through technology and customer insight and enrolment. With holistic, long term planning of sustainable energy action plans to achieve target goals and a strong commitment at local level. Stimulating the engagement of public, private and academic partners to embrace innovation at all levels</i>

Model Kematangan (*Maturity*) *Smart City*

Salah satu lembaga penelitian dan layanan konsultasi global, IDC *Government Insights* mengembangkan model kematangan *smart city*, dimana penilaian dan tindakan untuk mencapai kematangan *smart city* tersebut dirancang untuk membantu kota-kota dalam menilai situasi yang ada dan menentukan kemampuan kritikal yang dibutuhkan untuk mengembangkan sebuah *Smart City*. Berdasarkan penelitian mandiri, Model Kematangan *Smart City* dari IDC *Government Insights*, menyediakan sebuah kerangka tahapan, langkah-langkah kritis, hasil, dan tindakan yang diperlukan untuk organisasi agar terus menerus menyediakan data dan tindakan yang efektif yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Pemimpin kota dapat juga menggunakan model kematangan sebagai *tools* untuk mengembangkan bahasa yang sama, meningkatkan kolaborasi di dalam dan antar kelompok dalam mendefinisikan dan mengeksekusi strategi *Smart City*, dan mempromosikan serta mendorong penggunaan teknologi baru dan solusi *Smart City*.

IDC *Government Insights* mengidentifikasi dan menjelaskan 5 tahap kematangan dan atribut kuncinya untuk setiap tahapan dalam gambar berikut:



Gambar 1. Tahapan kematangan *Smart City*

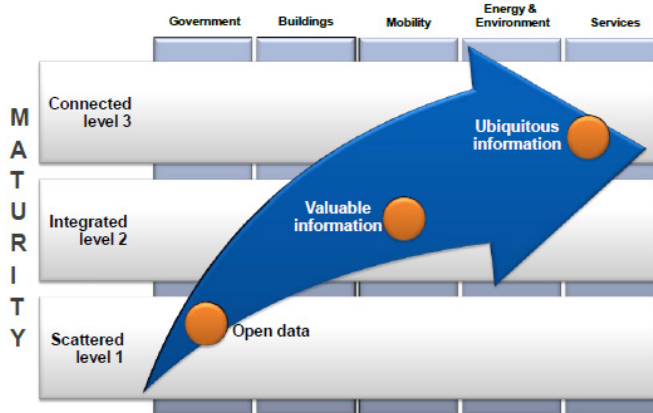
Tahapan *Ad-Hoc* merupakan pelaksanaan pemerintahan dengan modus tradisional dengan proyek-proyek yang sifatnya *ad hoc*, perencanaan berbasis departemen, dan proyek-proyek *Smart* yang masih terpisah-pisah. Pada tahapan *Opportunistic*, penyelenggaraan proyek oportunistik menghasilkan kolaborasi proaktif di dalam dan antar departemen. *Stakeholder* utama memulai menyelaraskan strategi pengembangan, bahasa umum dikembangkan, dan hambatan untuk adopsi sudah teridentifikasi. Pada tahapan *repeatable*, proyek-proyek terjadi berulang, kejadian dan proses diidentifikasi untuk kepentingan integrasi. Dokumentasi formal mulai disusun. Model pendanaan yang berkelanjutan dan isu-isu tatakelola menjadi fokus. Sistem formal untuk aliran kerja/data dan pemanfaatan aset teknologi ditempatkan sesuai standar terjadi pada tahapan *Managed*. Manajemen kinerja didasarkan pada hasil pergeseran budaya, anggaran, investasi TI, struktur pemerintahan dalam struktur kota yang lebih besar. Dan, pada tahapan *Optimized* platform kota menyeluruh yang berkelanjutan sudah diterapkan. Strategi *Agile*, TI, dan tata kelola memungkinkan untuk otonomi dengan sistem terintegrasi dan peningkatan terus menerus.

Pada kenyataannya, saat ini banyak sekali perkotaan yang mengadopsi secara sporadis solusi *Smart City*. Hanya sedikit kota yang secara aktif mengimplementasikan tahap *repeatable* dan *opportunistic*. Sebagian besar kota-kota di dunia memfokuskan diri pada penelitian dan evaluasi menggunakan kasus-kasus dan kemampuan *vendor* dalam mendefinisikan visi *Smart City* mereka dan mengidentifikasi hambatan untuk adopsi. Disinilah pentingnya menerapkan model untuk membantu mengembangkan kejelasan visi, bahasa umum, dan *roadmap* strategis dengan para pemimpin kunci dan para inovator dalam ekosistem kota. Untuk kemajuan selama tahapan kematangan *Smart City*, IDC merekomendasikan untuk; menggunakan model untuk mensosialisasikan transformasi menuju *Smart City* kepada para pemimpin, fokus pada 5 tahapan model dan memastikan bahwa ada perkembangan yang terkoordinasi di setiap tahapannya, kemudian menggunakan satu set ukuran kinerja untuk mendefinisikan kesuksesan di setiap tahapannya.

Inisiatif *Smart City* saat ini sudah banyak dilakukan di berbagai belahan dunia. Dari ke semua inisiatif tersebut, tidak ada model implementasi yang sama karena perbedaan pengaruh kebijakan pemerintah yang mengarahkan pada prioritas suatu kota, hingga ekosistem dari swasta dan masyarakat yang terlibat di dalamnya. Fujisawa *Sustainable Smart Town*, adalah merupakan pendekatan simbolik proyek *Smart City* dengan konsep *Smart Energy* yang bertujuan untuk merealisasikan inovasi gaya hidup ramah lingkungan yang berfungsi sebagai contoh nyata bagi generasi selanjutnya. Kota ini juga berperan sebagai *sustainable city* dimana setiap rumah dilengkapi dengan panel surya serta baterai *lithium* untuk mendukung optimalisasi dalam pembangkitan, penyimpanan, dan konservasi energi terhadap seluruh kota melalui manajemen energi. Koordinator dalam hal proyek ini adalah *Town Management Company* (TMC) dengan tujuan utama adalah demi mencegah pemanasan global dan mengurangi emisi CO₂ hingga 70% dan mengurangi konsumsi air hingga 30%. Kemudian, Korea Selatan juga mengembangkan *Smart Government*, yaitu sebuah sistem pemerintahan yang memungkinkan pemerintah menyediakan dan memberikan layanan kepada masyarakat serta adanya partisipasi aktif masyarakat yang dapat dilakukan kapan saja, di mana saja dan dengan perangkat apapun melalui penggunaan TIK.

Dalam perkembangan melalui berbagai tingkat kematangan, TIK memainkan peran *enabling* penting: dari digitalisasi yang minimal menjadi platform digital yang terhubung sepenuhnya yang mendukung masyarakat dan aplikasi dunia usaha; dari tidak ada proyek TIK yang signifikan menjadi *master plan* TIK yang diartikulasikan dan dikelola serta di-*bundle* ke dalam tujuan dan visi holistik *Smart City*.

Pada gambar 2 terlihat bahwa terdapat perubahan level ketersediaan data dan integrasi dalam perjalanan sebuah kota menuju kematangan *smart city*. Pada level *scattered*, sebuah Kota berupaya menyediakan berbagai macam tipe data (*open data*) untuk warga dan bisnis, terutama melalui portal *online*. Data-data ini bersifat generik, tidak disesuaikan untuk kebutuhan pribadi. Namun, ketika sebuah kota mencapai level kematangan *integrated*, data yang disediakan lebih mudah ditemukan dan digunakan, serta disesuaikan dengan konteks warga dan penggunaan bisnis yang lebih baik (*valuable information*). Pada level kematangan yang lebih tinggi, sebuah kota mampu menyediakan informasi kepada warga, kapan dan dimana saja (*ubiquitous information*). Informasi yang disediakan sudah berbasiskan profil warga dengan dukungan internet dan *pervasive computing*.



Source: IDC Energy Insights, 2011

Gambar 2. Perjalanan “Kecerdasan”

Gambaran Pengembangan *Smart City* di Indonesia

Pengembangan *Smart City* di Indonesia masih dilakukan secara sporadis, sebagian besar belum mengadopsi model yang tepat. Namun, kebijakan pengembangan perkotaan saat ini sebenarnya sudah ada, tertuang dalam Dokumen Kebijakan dan Strategi Perkotaan Nasional (KSPN), dimana konsep pengembangan kota harus mencakup aspek, ekonomi, fisik, sosialis-antropologis, serta geografis-demografis. Pemerintah Indonesia melalui Bappenas telah menetapkan visi, misi, serta sasaran pembangunan perkotaan nasional. Visi Pembangunan Perkotaan 2050 adalah Kota Berkelanjutan dan Berdayasaing untuk Kesejahteraan Masyarakat, yang kemudian didukung oleh misi; meningkatkan pemerataan pembangunan kota-kota; mengembangkan sarana dan prasarana; membangun kawasan hunian berbasis lingkungan, sosial dan budaya; meningkatkan pengembangan ekonomi kota yang produktif, inovatif, efisien; mengembangkan kota-kota sesuai tipologinya sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, untuk pencapaian visi yang telah ditetapkan; menjaga daya dukung dan daya tampung lingkungan kota; Mewujudkan kota yang responsif dan adaptif perubahan iklim dan bencana; serta meningkatkan kualitas penyelenggaraan tata kelola yang transparan, akuntabel, dan partisipatif.

Adapun yang dimaksud dengan *Kota Berkelanjutan (sustainable city)*, *European Sustainable Cities Report (1996)* mendefinisikannya sebagai kawasan perkotaan yang didesain, dibangun, dan dikelola untuk memenuhi kebutuhan warga kota dari aspek lingkungan, sosial, ekonomi, tanpa mengancam keberlanjutan sistem lingkungan alami, lingkungan terbangun, lingkungan sosial. Sebuah kota dapat dikatakan telah menjadi Kota Berkelanjutan apabila telah dapat memenuhi berbagai macam kebutuhan hidup warganya sehingga dapat mencapai kesejahteraan dengan lebih mudah, serta tetap mampu menjaga kualitas lingkungan (*Liveable City*), mampu menggunakan SDM, modal sosial, dan infrastruktur telekomunikasi modern (ICT) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kualitas kehidupan tinggi, dengan manajemen sumber daya yang bijaksana melalui pemerintahan berbasis partisipasi masyarakat (*Smart City*), serta telah menjadi sebuah *Green City* terlebih dahulu atau kota yang dibangun dengan tidak mengorbankan asetnya,

melainkan terus memupuk sumber daya alam, lingkungan, dan kualitas prasarana kota untuk menjawab isu perubahan iklim melalui tindakan mitigasi dan adaptasi.

Saat ini terdapat beberapa kebijakan pengembangan perkotaan nasional yang berhubungan dengan pengembangan *Smart City* di Indonesia. Berdasarkan dokumen Rancangan Kebijakan dan Strategi Perkotaan Nasional, berikut ini adalah indikator perwujudan dari sebuah *Smart City*.



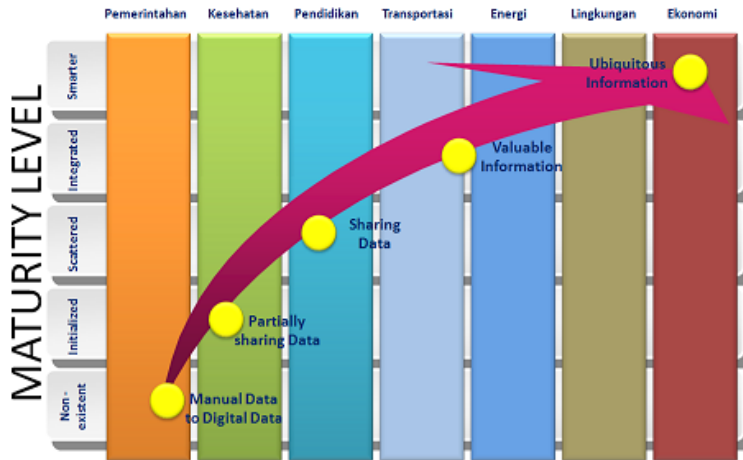
Gambar 3. Indikator perwujudan *Smart City*¹

Penyusunan Model Kematangan *Smart City*

Peran TIK tidak dapat terpisahkan dalam pengembangan kota menjadi sebuah *smart city*. Berdasarkan perkembangan TI sangat cepat dan dinamis, arsitektur *smart city* akan dibuat dengan memprioritaskan aspek layanan (*IT services*) yang akan dibangun oleh pemerintah kota. Secara umum, Arsitektur *High-Level* teknologi informasi dikelompokkan menjadi 4 bagian yang meliputi, *IT Services*, teknologi informasi, *people-process* dan teknologi, serta *IT and Information Government*. Arsitektur teknologi informasi diperlukan sebagai referensi dalam melakukan pengembangan sistem *smart city* di setiap kota. Berdasarkan perkembangan TI sangat cepat dan dinamis, arsitektur *smart city* akan dibuat dengan memprioritaskan aspek layanan (*IT services*) yang akan dibangun oleh pemerintah kota.

¹Ir. Hayu Parasati, MPS, Direktur Perkotaan dan Perdesaan, Kementerian PPN/Bappenas, Konferensi e-Indonesia Initiatives forum IX/2013 (ell IX/2013)

Mengacu pada arsitektur Teknologi informasi tersebut diatas maka tingkat kematangan *smart city* akan ditentukan dari dimensi, Layanan *Smart City*, Infrastruktur TIK *Smart City*, dan Tata Kelola. Setiap dimensi tersebut diatas mempunyai keterkaitan satu dengan yang lain. Sehingga tingkat kematangan *smart city* secara keseluruhan diukur dengan mempertimbangkan ke tiga dimensi tersebut di atas.



Gambar 4. Tingkat Kematangan (*Maturity Level*) *Smart City* di Indonesia

Berdasarkan pada model kematangan *smart city* pada gambar 4, akan ditentukan ciri dari tiap level kematangan yang akan digunakan untuk menentukan level kematangan suatu kota (tabel 2). Penentuan level kematangan akan ditentukan sesuai level kematangan terendah dari level kematangan tiga dimensi level kematangan yang diukur. Sebagai contoh, Suatu kota A mempunyai Level kematangan layanan 25%, infrastruktur 50% dan Tata kelola 40%. Berdasarkan pada 3 dimensi level kematangan tersebut, dimensi layanan adalah yang terendah yaitu 25%, maka level kematangan kota adalah 25% atau pada level kematangan 2 (*Initialized*).

Tabel 2. Ciri dari Setiap Level Kematangan

Level		Pemerintahan	Kesehatan	Pendidikan	Transportasi	Lingkungan + Energi	Ekonomi
Smarter Level 5	Layanan	Tingkat kematangan layanan mencapai lebih dari 80%					
	Infrastruktur	Tingkat kematangan infrastruktur mencapai lebih dari 80%					
	Tata Kelola	Tingkat kematangan tata kelola mencapai lebih dari 80%					
Integrated Level 4	Layanan	Tingkat kematangan layanan mencapai lebih dari 60% sampai 80%					
	Infrastruktur	Tingkat kematangan infrastruktur mencapai lebih dari 60% sampai 80%					
	Tata Kelola	Tingkat kematangan tata kelola mencapai lebih dari 60% sampai 80%					
Scattered Level 3	Layanan	Tingkat kematangan layanan mencapai lebih dari 40% sampai 60%					
	Infrastruktur	Tingkat kematangan infrastruktur mencapai lebih dari 40% sampai 60%					
	Tata Kelola	Tingkat kematangan tata kelola mencapai lebih dari 40% sampai 60%					
Initialized Level 2	Layanan	Tingkat kematangan layanan mencapai lebih dari 20% sampai 40%					
	Infrastruktur	Tingkat kematangan infrastruktur mencapai lebih dari 20% sampai 40%					
	Tata Kelola	Tingkat kematangan tata kelola mencapai lebih dari 20% sampai 40%					
Non-Existent Level 1	Layanan	Tingkat kematangan layanan mencapai kurang dari atau sampai dengan 20%					
	Infrastruktur	Tingkat kematangan infrastruktur mencapai kurang dari atau sampai dengan 20%					
	Tata Kelola	Tingkat kematangan tata kelola mencapai kurang dari atau sampai dengan 20%					

Pengukuran Tingkat Kematangan *Smart City* Pada Tiga Kota Besar di Indonesia

Pembagian wilayah di Indonesia secara legal berdasarkan undang-undang dibagi menjadi wilayah administratif yaitu provinsi, kota atau kabupaten, kecamatan dan desa. Kota dan kabupaten secara hirarki mempunyai level yang sama yaitu daerah tingkat 2. Namun jika dilihat dari proses perkembangan atau evolusi wilayah, kota terbentuk dari pemekaran suatu kabupaten dan kota. Kota yang terbentuk dari proses pemekaran suatu kabupaten secara tidak langsung merupakan proses evolusi wilayah menjadi lebih maju atau dengan kata lain suatu wilayah kabupaten akan berevolusi menjadi wilayah kota.

Atas dasar hal tersebut di atas, penentuan cakupan wilayah pengukuran tingkat kematangan *Smart City* adalah kota yang secara administratif disebut Kota Madya yang dipimpin oleh Wali Kota, sehingga terpilih lah Jakarta, Bandung, dan Surabaya sebagai *pilot project* model pengukuran tingkat kematangan *smart city* ini. Wilayah Kabupaten masih belum bisa menggunakan model pengukuran ini karena secara administratif tidak dikenal ibu kota kabupaten sehingga batasan antara wilayah kota dan desa tidak bisa ditentukan. Namun demikian model pengukuran ini dapat dikembangkan lebih lanjut untuk wilayah kabupaten (Non Perkotaan). Kemudian, terkait Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta, cakupan wilayah pengukuran dapat dilakukan pada level provinsi. Hal ini disebabkan kebijakan pengembangan *smart city* di DKI Jakarta di tentukan oleh pemerintah provinsi.

Kota Bandung

Pengukuran tingkat kematangan *smart city* di kota Jakarta, Bandung, dan Surabaya dilakukan dengan metode wawancara yang kemudian disempurnakan dengan analisis dan data sekunder. Hasil pengukuran yang dilakukan pada kota Bandung memperlihatkan domain Layanan TIK berada pada level 2, yang berarti bahwa tingkat kematangan pada domain tersebut masih rendah. Hal ini disebabkan sebagian besar layanan belum terintegrasi, belum adanya pertukaran data dan masih sedikit jumlah layanan maupun pengguna layanan *smart city* di kota Bandung. Satu-satunya aspek yang menonjol di kota Bandung adalah adanya dukungan swasta yang bekerja sama dengan pemerintah kota Bandung untuk mengembangkan layanan Smart City. Dukungan swasta tersebut antara lain pengembangan Bandung Awan Pengetahuan yang didukung Indismart, Telkom dan ITB.

Pada domain Infrastruktur TIK, tingkat kematangan kota Bandung berada pada level 4 atau cukup baik. Aspek jangkaun akses, prosentase pengguna internet, jaringan antar SKPD dan dukungan swasta hampir maksimal dan sangat mendukung untuk pengembangan layanan *smart city*. Namun ada beberapa aspek yang harus ditingkatkan yaitu kapasitas *bandwidth* dan data center di kota Bandung masih rendah. Kapasitas *bandwidth* ini diperlukan untuk mengakses layanan-layanan yang membutuhkan *bandwidth* besar seperti konten pendidikan yang berupa *video streaming*, *e-learning*, dll. Sedangkan *Data Center* diperlukan untuk menampung data dan menjalankan aplikasi yang ada di setiap kota. Sampai saat ini *data center* kota Bandung masih belum memadai dan perlu ditingkatkan. Untuk DRC (*Disaster Recovery Center*) sampai saat ini belum ada, namun ada rencana akan dibangun.

Berikutnya, pada domain Tata Kelola berada di level 2 atau dapat dikatakan rendah. Domain ini merupakan domain dengan tingkat kematangan paling rendah dibandingkan dengan domain Layanan TIK dan Infrastruktur TIK. Rendahnya tingkat kematangan domain tata kelola ini, disebabkan aspek kebijakan, regulasi, *master plan*, SDM, pendanaan dan operasional masih rendah. Hasil analisis tingkat kematangan *smart city* kota Bandung berdasarkan pada penilaian di ketiga domain menunjukkan bahwa kota Bandung masuk pada level 2 yaitu **Initialized**. Pada tingkat kematangan ini, pemerintah kota Bandung sudah melakukan inisiatif untuk mengembangkan layanan *smart city* walaupun pengembangan masih dilakukan secara parsial. Karakteristik dari tingkat kematangan ini adalah adanya sharing data yang dilakukan secara parsial. Untuk meningkatkan level kematangan *Smart City* di Kota Bandung menuju ke level 3, maka perlu dilakukan peningkatan domain tata kelola dan layanan. Pada domain tata kelola hampir semua aspek perlu ditingkatkan sedangkan pada domain layanan yang perlu ditingkatkan adalah integrasi layanan dan pertukaran data. Selain itu, perlu dilakukan upaya meningkatkan pengguna *Smart City* yaitu dengan melakukan sosialisasi layanan jika layanan tersebut sudah dibangun.

Kota Jakarta

Hasil pengukuran yang dilakukan pada kota DKI Jakarta memperlihatkan domain Layanan TIK berada pada level 4, yang berarti bahwa tingkat kematangan pada domain tersebut cukup baik. Hal ini disebabkan sebagian besar layanan publik sudah *online*, transparansi informasi ke publik sudah dilakukan dan inisiatif untuk mengembangkan *smart city* sudah mulai dilakukan dengan melibatkan dukungan swasta. Beberapa inisiatif pengembangan *Smart City* yang dilakukan oleh DKI Jakarta yaitu pengembangan transportasi publik dan sistem *e-ticketing* yang melibatkan

perbankan dan sistem integrator lokal, kartu Jakarta sehat dan puskesmas *online* pada bidang kesehatan, kartu Jakarta pintar dan penerimaan siswa baru *online* pada bidang pendidikan dan lain-lain. Namun demikian, ada beberapa aspek pada domain layanan yang belum maksimal yaitu integrasi layanan antar SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) dan pertukaran data masih rendah. Masih banyak SKPD yang belum bisa melakukan pertukaran data dan sampai saat ini data-data masih tersimpan dimasing-masing SKPD.

Pada domain Infrastruktur TIK, tingkat kematangan kota DKI Jakarta berada pada level 4 atau cukup baik. Aspek jangkaun akses, prosentase pengguna internet, jaringan antar SKPD dan dukungan swasta cukup maksimal dan sangat mendukung untuk pengembangan layanan *smart city*. Aspek yang perlu ditingkatkan pada domain infrastruktur TIK yaitu kapasitas *bandwidth* dan *data center* di DKI Jakarta. Kapasitas *bandwidth* ini diperlukan untuk mengakses layanan-layanan yang membutuhkan *bandwidth* besar seperti konten pendidikan yang berupa *video streaming*, *e-learning*, dan lain-lain. Sedangkan *Data Center* ini diperlukan untuk menampung data dan menjalankan aplikasi yang ada di setiap kota. Ketersediaan dan kapasitas *bandwidth* jaringan akses di DKI Jakarta tergantung dari operator penyedia jaringan baik ISP (*Internet Service Provider*) maupun operator telekomunikasi. Beberapa kawasan di DKI Jakarta sudah terjangkau jaringan akses dengan *bandwidth* yang cukup besar dengan menggunakan fiber optik (*Fiber to the Home*), namun jumlahnya belum banyak. Oleh karena itu, kapasitas *bandwidth* untuk jaringan akses di DKI Jakarta masih perlu ditingkatkan. *Data Center* di DKI Jakarta sudah ada, namun belum mencukupi untuk menampung data dan aplikasi yang Sampai saaaada di semua SKPD.

Berikutnya, pada domain Tata Kelola berada di level 3 atau dapat dikatakan rendah. Domain ini merupakan domain dengan tingkat kematangan paling rendah dibandingkan dengan domain Layanan TIK dan Infrastruktur TIK. Dengan APBD DKI Jakarta yang sangat besar, aspek pendanaan dan operasional seharusnya dapat ditingkatkan. Aspek kebijakan, regulasi, *masterplan* dan organisasi sangat tergantung pada kepemimpinan pemerintah DKI Jakarta. Dengan melihat kepemimpinan pemerintah DKI Jakarta yang saat ini punya komitmen kuat terhadap pembangunan kota Jakarta maka aspek tersebut bisa ditingkatkan. Rendahnya tingkat kematangan domain tata kelola ini, disebabkan aspek kebijakan, regulasi, master plan, SDM, pendanaan dan operasional masih rendah.

Hasil analisis tingkat kematangan *smart city* kota DKI Jakarta berdasarkan pada penilaian di ketiga domain menunjukkan bahwa kota DKI Jakarta masuk pada level 3 yaitu **Scattered**. Pada level ini DKI Jakarta sudah mempunyai komitmen penuh dalam mengembangkan layanan *smart city* walaupun pengembangan antar layanan masih dilakukan secara terpisah. Pada tingkat ini, inisiatif masih dilakukan oleh struktur departemen/dinas sebagai serangkaian proyek terpisah dengan dinas/departemen lain. Karakteristik dari tingkat kematangan ini adalah sudah mulai dilakukan *sharing data*. Untuk meningkatkan level kematangan *Smart City* di DKI Jakarta menuju ke level 4, maka perlu dilakukan peningkatan domain tata kelola. Pada domain tata kelola semua aspek perlu ditingkatkan khususnya aspek *masterplan*, pendanaan dan operasional. Dengan meningkatkan domain tata kelola, diharapkan aspek integrasi layanan dan pertukaran data pada domain layanan juga dapat meningkat.

Kota Surabaya

Hasil pengukuran yang dilakukan pada kota Surabaya memperlihatkan domain Layanan TIK berada pada level 4, yang berarti bahwa tingkat kematangan pada domain tersebut cukup baik. Hal ini disebabkan sebagian besar layanan publik sudah *online*, transparansi informasi ke publik sudah dilakukan. Masyarakat dapat berkontribusi dalam aplikasi Musrenbang *Online* untuk menentukan arah dan prioritas pembangunan. Hampir semua perijinan dilakukan secara *Online*. Dalam aspek pengelolaan internal pun sudah didukung aplikasi *smart* seperti *e-performance* dan *e-budgeting* yang tergabung dalam *Government Resources Management System (GRMS)*. Inisiatif untuk mengembangkan *smart city* terus dilakukan untuk semua domain *smart city*. Saat ini, misalnya, sedang diujicoba *e-dishub* yang akan mengintegrasikan semua layanan perhubungan dan transportasi, termasuk parkir, lalu lintas, trayek angkutan. Selain itu, pada domain kesehatan, juga sedang diujicoba sistem *e-health* yang akan mengintegrasikan layanan-layanan kesehatan seperti pendaftaran *online* puskesmas, integrasi dengan rumah sakit, dan lainnya. Namun demikian, walaupun jumlah layanan *smart city* sudah banyak, mayoritas termasuk pada kategori *smart government*. Sehingga *score* untuk jumlah layanan *smart city*-nya juga belum maksimal. Selain itu ada kendala dalam mengintegrasikan sistem antar SKPD karena aturan yang melarang adanya *sharing data* kependudukan

Berikutnya, pada domain Tata Kelola berada di level 5 yang berarti sudah baik. Posisi Diskominfo di Surabaya cukup kuat, semua proses TIK terkoordinasi di Diskominfo. Kebijakan pengembangan TIK diperkuat dengan Peraturan Walikota. *Masterplan* pengembangan TIK juga diperkuat dengan Peraturan Walikota. Dalam mengevaluasi manajemen TIK, Kota Surabaya bahkan pernah mengadakan audit TIK oleh pihak eksternal, dan akan dirutinkan setiap 2 tahun. Namun demikian, sebagaimana instansi pemerintahan umumnya, pemenuhan SDM TIK baik dari sisi kuantitas maupun kualitas masih perlu ditingkatkan. Ada beberapa pos organisasi yang masih kekurangan tenaga IT, dan beberapa pos sudah terpenuhi walaupun sebagian belum memenuhi kompetensi yang diharapkan. Aspek pendanaan sebagian besar masih mengandalkan anggaran pemerintah kota. Namun dengan keterbatasan anggaran TIK, Kota Surabaya perlahan tapi pasti mampu melakukan terobosan layanan menggunakan TIK, dengan cara bekerjasama dengan perguruan Tinggi.

Hasil analisis tingkat kematangan *smart city* kota Surabaya berdasarkan pada penilaian di ketiga domain menunjukkan bahwa kota Surabaya masuk pada level 4 yaitu ***Integrated***. Pada level ini, inisiatif terkoordinasi jauh lebih baik, mencari sinergi untuk peningkatan dan tata kelola portofolio proyek yang lebih kolaboratif. Pada tahap ini nilai yang disampaikan oleh inisiatif lebih besar. Karakteristik dari tingkat kematangan ini adalah sudah adanya *valuable information* yang merupakan hasil data analitis dari *sharing data* lintas dinas/departemen. Untuk meningkatkan level kematangan *Smart City* di Kota Surabaya menuju ke level 5, maka perlu dilakukan peningkatan domain layanan. Pada domain layanan ini, perluasan aspek layanan harus diperluas. Saat ini sudah cukup banyak layanan *smart* yang diselenggarakan, tapi mayoritasnya untuk mendukung *smart government*. Domain *smart transportation*, *smart health*, *smart environment*, & *smart economy* masih perlu ditingkatkan.

Penutup

Hasil pengukuran tingkat kematangan *Smart City* pada tahun 2013 menunjukkan bahwa kota Surabaya memiliki tingkat kematangan yang paling tinggi sehingga sangat cocok untuk pengembangan *Smart City* di Indonesia. Domain tata kelola perlu mendapat perhatian yang lebih besar untuk pengembangan *Smart City* ke depan khususnya untuk kota Bandung dan DKI Jakarta. Sedangkan pada domain layanan, aspek integrasi dan sharing data masih perlu ditingkatkan. Kemudian pada domain infrastruktur, secara umum tingkat kematangannya sudah cukup baik di semua kota. Kajian komprehensif masih terus perlu dilakukan.

Daftar Pustaka

Achaerandio, Rafael, dkk, Smart Cities Analysis in Spain 2012 - The Smart Journey, IDC Government Insights Unveils First Smart City Maturity Model

<http://www.idc-gi.com/getdoc.jsp?containerId=prUS24066713>

Kebijakan Dan Strategi Pembangunan Perkotaan Nasional (KSPN) 2010-2025 Rev. 5 Desember 2010, Dit Perkotaan Perdesaan BAPPENAS & Dit. Bina Program Cipta Karya PU

Parasati, Hayu, Ir.,MPS, Direktur Perkotaan dan Perdesaan, Kementerian PPN/Bappenas, Konferensi e-Indonesia Initiatives forum IX/2013 (ell IX/2013)

Smart City, <http://idwebdata.com/read/20/smart-city.html>

PROSPEK PENYELENGGARAAN PENYIARAN DIGITAL

Diana Sari

-Peneliti Puslitbang PPI Kementerian Kominfo-

Pendahuluan

Penyiaran merupakan kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat¹. Spektrum radio elektromagnetik ini dikategorikan sebagai ranah publik dan sumber daya alam yang terbatas, sehingga penggunaan spektrum ini selayaknya harus memberikan manfaat dan kemakmuran sebesar-besarnya bagi masyarakat.

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap konvergensi di bidang sistem komputer, telekomunikasi, dan penyiaran, ketiga hal tersebut menghasilkan sebuah revolusi baru sebuah siaran televisi (TV) digital berkualitas tinggi, dengan jumlah program siaran dan konten yang banyak, serta dapat dinikmati pada pesawat TV biasa, penerima TV *mobile*, PDA, maupun telepon genggam, sehingga saat ini sistem penyiaran digital menjadi sebuah kebutuhan masyarakat dunia untuk memperoleh informasi.

Sistem TV digital menjanjikan banyak kelebihan dibanding sistem TV analog. Kelebihan itu antara lain adalah pemanfaatan spektrum frekuensi yang lebih optimal karena satu kanal frekuensi dapat diisi banyak program, kualitas gambar dan suara yang jauh lebih baik, serta tidak terpengaruh gangguan sinyal radio lain (*interference*). Seperti halnya seluruh negara lain di dunia, Indonesia telah memiliki *roadmap* migrasi TV digital, berdasarkan kajian serta konsultasi dengan para pelaku penyiaran. Pemerintah telah menetapkan teknologi DVB-T sebagai standar penyiaran televisi digital terrestrial tetap tidak berbayar (*free to air*)², dan sesuai perkembangan standar penyiaran berkembang menjadi DVB-T2³. Pemerintah telah memulai trial siaran TV digital DVB-T di beberapa kota besar mulai april 2012. *Roadmap* selanjutnya, yaitu siaran *simulcast* atau berbarengan antara analog dan digital secara nasional hingga 2014, kemudian penghentian sistem analog secara bertahap di beberapa tempat hingga 2017, kemudian total analog *switch off* pada 2018.

¹UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran

²Peraturan Menteri Kominfo No:07/P/M.KOMINFO/3/2007

³Penyesuaian melalui Peraturan Menteri Kominfo No 05/PER/M.KOMINFO/2/2012 tentang Standar Penyiaran Televisi Digital Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*Free To Air*)

Di sisi masyarakat, timbul masalah sosial ekonomi di mana tuntutan akan tayangan TV yang berkualitas tinggi seperti *high definition* (HD) untuk mengimbangi ukuran layar pesawat televisi yang semakin besar, adanya tren gaya hidup yang semakin *mobile* menyebabkan ekspektasi yang tinggi terhadap program stasiun TV analog yang ada, sedangkan di sisi lain pengetahuan masyarakat akan TV digital masih rendah. Pesawat televisi yang sudah dimiliki hampir semuanya masih analog sehingga masyarakat harus menggantinya ke pesawat televisi yang digital dengan *built in tuner* yang terintegrasi atau perlu membeli *set top box* (STB) sebagai *converter* TV analog untuk dapat menerima siaran TV digital.

Di sisi geografis Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dengan heterogenitas negara kepulauan yang memiliki kondisi permukaan daratan yang sangat beragam, dalam hubungannya dengan proses migrasi TV digital, kemampuan *coverage* area standar TV digital yang akan dipakai harus mampu menjangkau seluruh pelosok nusantara, ditambah lagi Indonesia memiliki potensi bahaya bencana alam yang cukup tinggi sehingga TV digital diharapkan dapat lebih mendukung sistem peringatan dini terhadap bencana alam.

Pemerintah memiliki peran sangat penting sebagai regulator, saat ini kemampuan dan kapasitas regulator dalam menetapkan regulasi terkait siaran TV digital tentunya membutuhkan masukan dari elemen terkait. Migrasi analog ke digital menyangkut permasalahan publik sehingga harus transparan dengan sosialisasi yang mendukung proses tersebut. Kondisi implementasi teknologi TV digital di lapangan yang masih berjalan dan mengalami perkembangan ke DVB-T2 tentunya membutuhkan penyesuaian dari penyelenggara industri peralatan pendukung.

Proses migrasi yang akan dilakukan Indonesia bukan tanpa halangan. Di sisi penyelenggara siaran TV, masih banyak SDM yang memiliki keterbatasan pengetahuan tentang teknologi penyiaran digital dan bagaimana tata cara penyelenggaraan siaran digital, infrastruktur yang dimiliki saat ini mayoritas masih menggunakan sistem analog. Investasi infrastruktur dan perangkat transmisi digital terhitung mahal, sedangkan perangkat transmisi yang telah dimiliki dan dikembangkan selama puluhan tahun tidak memiliki kompatibilitas apapun terhadap perangkat baru sehingga mau tidak mau perangkat-perangkatnya harus diganti. Penetrasi teknologi pendukung dalam negeri dan transfer *knowledge* teknologi penyiaran digital masih kurang sehingga sangat tergantung pada teknologi luar negeri, baik itu dari sisi penyelenggara penyiaran maupun dari masyarakat.

Penyelenggaraan TV digital mengarahkan posisi industri penyelenggara penyiaran menjadi industri penyelenggara multipleksing dan industri penyelenggara konten. Dari industri penyelenggara penyiaran sendiri perlu secepatnya melakukan pemetaan bisnis apakah akan berada di ranah penyelenggara multipleksing, ataukah di penyelenggara konten ataukah di keduanya. Sementara di lapangan, sosialisasi masyarakat dalam menghadapi migrasi analog ke digital masih belum merata, bentuk sosialisasi yang tepat dalam mempercepat TV digital diperlukan agar seluruh masyarakat paham akan proses tersebut dan apa yang harus disiapkan. Bukan tidak mungkin, beberapa masalah di atas berpotensi menyebabkan kegagalan proses migrasi TV digital yang sedang dilakukan. Saat ini, implementasi penyiaran digital masih "maju mundur" dengan segala pertimbangan di dalamnya. Pertimbangan-pertimbangan dilakukan oleh semua elemen yang terkait untuk meyakinkan bahwa implementasi ini benar memberikan manfaat. Sehingga perlu dilihat perspektif prospek untuk memberikan gambaran bagaimana prospek penyelenggaraan penyiaran digital, agar hasilnya menjadi pertimbangan bagi berbagai pihak baik unsur pemerintah,

lembaga penyiaran, kalangan industri, masyarakat, dan *stakeholder* lain dalam implementasi penyiaran digital.

Sosio Teknik Pada Prospek Penyelenggaraan Penyiaran Digital

Aspek-aspek yang memengaruhi prospek penyelenggaraan penyiaran digital dapat diidentifikasi dari beberapa sintesa pendekatan dalam menentukan prospek penyelenggaraan penyiaran digital. Secara garis besar dalam merumuskan prospek dapat dilakukan dengan pendekatan meliputi tiga sub sistem sosio teknik⁴ yaitu: *Technical Subsystem (infrastructure technology, equipment, application dan service)*, *Social Subsystem (market, customer dan industry)*, dan *Environment (regulation, policy dan society)*. Perspektif sosio teknik ini memberikan keterkaitan hubungan sehingga aspek apa saja yang dicakup dalam prospek penyelenggaraan industri penyiaran digital dapat diuraikan.

Konsep-konsep pendekatan untuk masing-masing aspek dibangun dari parameter yang timbul, diantaranya subsistem teknologi dengan kebutuhan investasi dan kendalanya terkait dengan pengembangan *infrastructure, equipment, application service*. Untuk subsistem teknologi, standarisasi teknologi yang mempertimbangkan aksesibilitas penonton, pertumbuhan bisnis, implikasi sosial, politik dan budaya di tengah masyarakat⁵. Dalam subsistem sosial⁶ menggali lebih jauh kesiapan masyarakat dan industri serta potensi penyelenggaraan penyiaran digital. Sedangkan dalam subsistem regulasi⁷ memberi arah penyelenggaraan penyiaran digital.

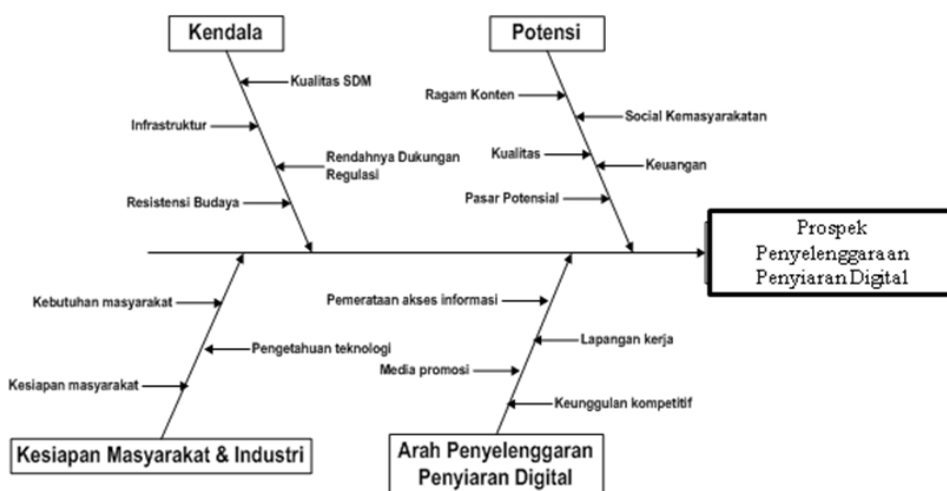
⁴*Sociotechnical Sawyer, Allen, dan Lee (2003)* berpendapat bahwa perspektif sosio teknik adalah kerangka yang kuat untuk menyelidiki hubungan timbal balik teknis dan proses sosial sebagai kerangka mengambil pertimbangan serius terkait teknologi dan sosial dari implementasi *information technology (IT)*. Teori sosio teknik telah membuat sejumlah kontribusi untuk pemahaman interaksi dari artefak sosial dan teknis (Venkatesh & Shin, 2001). Secara khusus, tujuan dari sosio teknik memungkinkan tiga komponen sistem dengan baik. Komponen ini adalah subsistem sosial, subsistem teknis, dan lingkungan (Pasmore, 1988). Perspektif sebagian besar telah digunakan untuk menyelidiki integrasi teknologi, proses, orang, dan struktur organisasi.

⁵Faktor yang memengaruhi ini didasarkan pada studi mengenai model bisnis penyiaran digital telah mulai dikembangkan di Eropa. Studi yang telah dilakukan di Eropa, mengembangkan model bisnis penyiaran digital yang sesuai dengan kondisi sosial, politik, ekonomi dan budaya. Ini yang menjadi landasan untuk menyesuaikan dengan kondisi di Indonesia.

⁶Sub sistem sosial diperoleh dari sintesa dalam hal adopsi teknologi digital. Variabel yang berpengaruh pada adopsi teknologi mengalami perkembangan, diawali dengan Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model, TAM*). TAM telah digunakan oleh Cauberghe (2011) untuk menjelaskan minat para profesional di bidang periklanan dalam mengadopsi televisi digital interaktif sebagai media promosi dan komunikasi pemasaran. Satoshi et al (2010) juga menggunakan TAM dalam mempelajari difusi teknologi IPTV (*Internet Protocol Television*) di Jepang dan Korea. Sedangkan Nyiro (2011) menggabungkan teori difusi inovasi dan TAM dalam mengobservasi tingkat penerimaan konsumen pada digital *recorder* dan digital *television* di Hungaria. Secara umum, semua hasil studi menunjukkan bahwa TAM dapat digunakan sebagai sebuah model untuk memprediksi perilaku penggunaan sebuah sistem.

⁷Pendekatan arah penyelenggaraan ini dilakukan dengan sintesa dari pendekatan yang dilakukan Rondinelli dan Cheema (1983:30) dalam memperkenalkan teori implementasi kebijakan. Menurut Rondinelli dan Cheema, ada dua pendekatan dalam proses implementasi yang sering dikemukakan. *Pertama, the compliance approach*, yaitu yang menganggap implementasi itu tidak lebih dari soal teknik, rutin. Ini adalah suatu proses pelaksanaan yang tidak mengandung unsur-unsur politik yang perencanaannya sudah ditetapkan sebelumnya oleh para pimpinan politik (*political leaders*). *Kedua, the political approach*. Pendekatan yang kedua ini sering disebut sebagai pendekatan politik yang mengandung "Administrasi merupakan bagian integral yang tidak terpisahkan dari proses penetapan kebijakan, dimana kebijakan diubah, dirumuskan kembali, bahkan menjadi beban yang berat dalam proses implementasi.

Pendalaman aspek dilakukan dengan mencari tahu penyebab melalui pengembangan pertanyaan-pertanyaan antara lain: apa penyebabnya, mengapa kondisi atau penyebab tersebut terjadi, bertanya “mengapa” beberapa kali (*konsep five way*) sampai ditemukan penyebab yang cukup spesifik untuk menjadi fokus permasalahan variabel dengan kerangka utama pendekatan subsistem sosio teknik. Penyebab-penyebab spesifik tersebut dapat dimasukkan atau dicatat dalam diagram sebab-akibat (*fishbone*)⁸, untuk aspek penyelenggaraan penyiaran digital ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 1. Diagram *fishbone* prospek penyelenggaraan penyiaran digital

Secara garis besar ada empat aspek yang perlu diperhatikan untuk mengetahui prospek penyelenggaraan penyiaran digital yaitu kendala, potensi, kesiapan masyarakat dan industri dan arah penyelenggaraan penyiaran digital. Variabel pada aspek prospek penyiaran digital ini lebih dalam muncul melalui konsultasi terhadap kalangan industri pertelevisian seperti pengelola stasiun televisi, Komisi Penyiaran Indonesia, Pemerintah, Penyedia teknologi penyiaran, Kementerian Komunikasi dan Informatika tetapi juga dengan kalangan masyarakat penyiaran, masyarakat televisi publik dan masyarakat televisi komunitas dan organisasi-organisasi masyarakat yang besar.

Pada dasarnya ketika melihat prospek perlu ada analisis lebih jauh untuk melihat pengaruh variabel dari aspek yang dikaji terhadap prospek penyelenggaraan penyiaran digital di Indonesia. Layaknya aspek yang terlahir dari beberapa pendekatan, maka aspek yang memengaruhi prospek ini juga melalui *satisficing*⁹ untuk masing-masing aspek sehingga memberikan nilai yang relevan.

⁸Diagram sebab akibat adalah diagram yang menunjukkan hubungan antara sebab dan akibat, sering juga disebut sebagai Diagram Tulang Ikan (*fishbone diagram*) karena bentuknya seperti kerangka ikan, atau Diagram Ishikawa (*Ishikawa Diagram*) karena pertama kali diperkenalkan oleh Prof. Kaour Ishikawadari Universitas Tokyo tahun 1953

⁹Metode *satisficing* memiliki konsep memisahkan pilihan ke dalam kategori dapat diterima dan tidak dapat diterima, atau tinggi dan rendah, dan sebagainya. Metode ini terdiri atas dua metode, yaitu kojungtif dan disjungtif. Dalam metode *satisficing* digunakan nilai ambang untuk memutuskan apakah suatu pilihan diterima (jika sama atau lebih besar dari nilai ambang) ataupun tidak diterima (jika lebih kecil dari nilai ambang). Tiap variabel tidak selalu memiliki tingkat kepentingan yang sama, pemberian bobot umumnya dilakukan dalam pembuatan keputusan (Fachmi Basyaib : 125).

Prospek penyelenggaraan penyiaran digital dalam tulisan ini bersumber dari laporan penelitian¹⁰ melalui pengumpulan data di zona implementasi penyelenggaraan penyiaran digital di 5 kota besar di Indonesia yang sudah menjadi wilayah uji coba penyiaran digital, yaitu: Jakarta, Medan, Surabaya, Semarang, dan Denpasar dengan kategori zona wilayah 1.

Prospek Penyelenggaraan Penyiaran Digital

Kendala Penyelenggaraan Penyiaran Digital

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam melihat prospek penyelenggaraan penyiaran digital adalah kendala yang dihadapi. Kendala yang dapat diamati berupa investasi tinggi, kebutuhan peralatan tambahan, budaya yang resisten, sumber daya manusia (SDM) yang belum terampil, serta mengenai regulasi.

Perkembangan teknologi dari segi bisnis tentunya memberikan peluang bagi sektor bisnis untuk berperan didalamnya. Dalam perkembangannya, investasi merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam penyelenggaraan penyiaran digital khususnya bagi industri penyiaran sendiri. Implementasi penyelenggaraan penyiaran digital membutuhkan peralatan produksi, peralatan yang mendukung studio, peralatan yang menunjang transmisi siaran, dan sebagainya. Data gambaran hasil yang menunjukkan bahwa sarana dan prasarana penyiaran digital membutuhkan investasi yang tinggi (peralatan studio dan transmisi) secara presentase yang menyatakan setuju mengenai hal ini sebanyak 58,60% dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28,40% (Tabel 1).

Secara umum stasiun TV saat ini telah memiliki perangkat yang sudah *ready to digital*, tetapi untuk mengimplementasikannya secara penuh masih diperlukan biaya sehingga hal ini membutuhkan investasi kembali. Segmentasi industri penyiaran untuk penyelenggara transmisi dan untuk penyelenggara konten sudah dilakukan oleh Pemerintah dalam sosialisasinya, sekarang tergantung pihak industri penyiaran sendiri memilih apakah akan berada dalam zona penyelenggara transmisi ataupun zona penyelenggara konten. Sarana dan prasarana penyiaran digital membutuhkan investasi yang tinggi dan ini dapat menjadi kendala dalam penyelenggaraan penyiaran digital.

¹⁰Laporan Penelitian Penyelenggaraan Penyiaran Digital di 5 Kota di Indonesia, Puslitbang PPI, 2012.

Tabel 1. Nilai Variabel Kendala Penyelenggaraan Penyiaran Digital

No	Indikator Variabel	Persentase Nilai Perhitungan										Total Bobot
		STS		TS		N		S		SS		
		%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	
1	Sarana dan prasarana membutuhkan investasi yang tinggi	0	0	3,40	18	9,70	78	58,6	628	28,4	380	1.104
2	Implementasi penyiaran digital membutuhkan perangkat tambahan yang saat ini masih langka	0,70	2	11,6	62	20,6	165	52,4	560	14,6	195	984
3	Budaya masyarakat Indonesia cenderung resisten terhadap implementasi teknologi baru (penyiaran digital)	1,50	4	25,5	136	29,2	234	39,7	424	4,1	55	853
4	Kualitas sumber daya manusia belum sepenuhnya terampil dalam implementasi teknologi digital	3,0	8	13,2	76	18,3	147	54,5	584	10,1	135	950
5	Regulasi bidang penyiaran yang dibuat oleh pemerintah belum sepenuhnya mendukung pengembangan penyiaran digital	0,40	1	4,10	22	26,9	216	53,4	572	15,3	205	1.016
TOTAL												4.907

Dalam aspek kendala penyelenggaraan penyiaran digital, parameter kedua yang menjadi perhatian adalah implementasi penyiaran digital dalam masa transisi membutuhkan peralatan tambahan. Peralatan tambahan yang dimaksud adalah *set top box* (STB). Selama kurun waktu migrasi dari televisi analog ke televisi digital hingga tahun 2018, pesawat televisi analog tetap dapat digunakan seperti biasa, asal dilengkapi dengan *set top box* sebagai alat penerima tambahan. Cara lainnya untuk mendapatkan siaran digital adalah dengan TV yang sudah memiliki *built in tuner* yang sesuai standar. Gambaran hasil memperlihatkan 67% menyatakan setuju bahwa dalam implementasi membutuhkan peralatan tambahan, sedangkan yang menyatakan tidak memberikan persetujuannya terhadap perlunya *set top box* 12,30% dan yang bersikap netral 20,60% (Tabel 1).

Dalam hal ini yang harus menjadi perhatian adalah bagaimana perangkat tambahan tersebut tersedia dan harganya dapat dijangkau oleh masyarakat dalam periode migrasi analog ke digital dengan memberikan kompensasi harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat dan jaminan ketersediaan *set top box* untuk seluruh daerah.

Variabel budaya merupakan parameter ketiga dari variabel dalam melihat kendala penyelenggaraan pada konteks teknologi penyiaran digital. Apalagi yang terkait dengan budaya yang resisten (penolakan budaya) sangat mungkin dapat mengganggu kelangsungan proses *transfer of knowledge* masa transisi analog ke digital. Keterkaitan yang erat sekali antara budaya yang resisten terhadap penyelenggaraan penyiaran digital didukung dengan data gambaran hasil yang menyatakan pendapat yang sama 43,8% dari 5 kota sampel (Tabel 1). Lebih jauh dari data konsultasi mempertegas bahwa sebagian besar kalangan industri atau masyarakat menegaskan prospeknya ke depan menginginkan secepatnya berlangsung proses migrasi dari analog ke digital. Di lain pihak, ada harapan agar pemerintah mempunyai kontribusi yang dapat membantu dari aspek regulasi dan pembiayaan semurah mungkin sehingga dapat terwujud sesuai dengan harapan. Lebih jauh lagi, migrasi analog ke digital perlu diintensifkan sosialisasi/diseminasi informasinya ke seluruh lapisan masyarakat, serta pelatihan bidang SDM personilnya, sementara makna implisitnya adalah penegakan hukum (*law of enforcement*) bagi siapa saja yang melanggar aturan yang telah ditetapkan. Akselerasi diperlukan dalam bentuk sosialisasi serta pelatihan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam menunjang kontinuitas proses tersebut, disamping kearifan lokal agar budaya lokal tidak menjadi resisten, minimal mengurangi budaya yang resisten tersebut.

Variabel selanjutnya yang perlu diperhatikan dalam melihat kendala adalah SDM. SDM memegang peranan penting dalam memungkinkan terjadinya implementasi teknologi baru. Berbagai usaha yang dilakukan seringkali terbentur pada kendala faktor-faktor yang bersifat struktural seperti penguasaan teknologi, kualitas sumber daya manusia, prasarana fisik, serta pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Padahal, kemampuan suatu negara untuk mengembangkan kapabilitas teknologi banyak ditentukan oleh upaya teknologis, perlengkapan modal, dana, kualitas sumber daya manusia, serta keterampilan teknis dan organisatoris, untuk menggunakan unsur-unsur tersebut secara efektif dan efisien (Call, 1992).

Berdasarkan gambaran hasil (Tabel 1), secara keseluruhan memberikan gambaran daerah-daerah menyatakan bahwa untuk kualitas sumber daya manusia belum seluruhnya terampil dan secara presentase yang menyatakan setuju mengenai hal ini sebanyak 54,50%. Secara khusus¹¹ dari sisi kualitas sumber daya manusia dan pengoperasian tidaklah menjadi kendala, karena nantinya yang berubah adalah dari sisi teknologinya saja, sementara untuk pengoperasian teknologi itu pada prinsipnya kurang lebih sama, hanya memerlukan waktu untuk beradaptasi dengan teknologi baru yang digital. Biasanya bagi insan penyiaran tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mempelajari teknologi baru karena secara prinsip teknologi penyiarannya sama hanya dengan jenis yang berbeda. Namun ada industri penyiaran yang menyatakan bahwa karena pada era orde baru kebebasan untuk berekspresi bagi industri penyiaran tidak terlalu diberikan, menyebabkan perbandingan kemampuan SDM dengan kemajuan teknologi tidak sepadan.

Variabel terakhir untuk melihat kendala adalah regulasi. Apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan atau tidak dilakukan dalam masalah tertentu merupakan sebuah kebijakan publik. Kebijakan publik biasanya tertuang dalam bentuk penetapan tindakan-tindakan pemerintah yang tidak saja cukup untuk dinyatakan, tetapi dilaksanakan dalam bentuk yang nyata. Seperti halnya dengan kebijakan migrasi penyiaran analog ke digital yang dilakukan pemerintah saat ini, karena Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran belum secara

¹¹Data konsultasi hasil penelitian Puslitbang PPI, Penyelenggaraan Penyiaran Digital, 2012

detil menjelaskan tentang migrasi ke digital ini, maka dibutuhkan kebijakan-kebijakan tambahan untuk mendukung migrasi analog ke digital. Mengenai regulasi, hasil temuan di lapangan memberikan gambaran bahwa regulasi bidang penyiaran yang dibuat oleh pemerintah belum sepenuhnya mendukung pengembangan penyiaran digital, dan kecenderungan menyatakan setuju mengenai hal ini secara keseluruhan sebanyak 53,40% (Tabel 1).

Sosialisasi menjadi hal yang penting dari implementasi sebuah kebijakan, karena pada dasarnya semua elemen yang terkait diharapkan dapat mendukung kebijakan tersebut. Secara khusus kebijakan membutuhkan penguatan regulasi dari sisi pemerintah yang tidak hanya sebagai bentuk legitimasi tetapi juga dapat diturunkan secara riil dalam bentuk turunan penguatan regulasi tersebut seperti peraturan-peraturan teknis, juklak, dan juga kebijakan yang juga memperhatikan kemampuan masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial, budaya serta aspek lainnya serta pengarahan dan dukungan terhadap komponen industri serta elemen lainnya.

Dari parameter yang membangun aspek kendala menunjukkan bahwa kendala penyelenggaraan penyiaran digital (daerah sampel) berada pada interval nilai yang tinggi, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Ekuivalensi Variabel Kendala Penyelenggaraan Penyiaran Digital

Perhitungan	Hasil
Nilai Maksimum : $5 \text{ (nilai maks)} \times 5 \text{ (jml indikator variabel)} \times 268 = 6.700,-$ Nilai Minimum : $1 \text{ (nilai min)} \times 5 \text{ (jml indikator variabel)} \times 268 = 1.340,-$ Untuk melihat nilai kualitatif dari variabel kendala penyelenggaraan penyiaran digital akan dibedakan menjadi 5 kelas dengan interval nilai perhitungan sebagai berikut. Sangat Rendah : $1340 < x \leq 2412$ Rendah : $2412 < x \leq 3484$ Sedang : $3484 < x \leq 4556$ Tinggi : $4556 < x \leq 5628$ Sangat Tinggi : $5628 < x \leq 6700$	Jika melihat dari nilai perhitungan total sebesar 4907 maka kendala penyelenggaraan penyiaran digital “TINGGI” .

Potensi Penyelenggaraan Penyiaran Digital

Seperti halnya aspek kendala penyelenggaraan penyiaran digital, aspek lain yang perlu diperhatikan adalah potensi penyelenggaraan industri penyiaran digital yang berpengaruh positif bagi industri dan masyarakat. Potensi yang dimiliki diantaranya adalah pasar yang sangat menjanjikan, merupakan investasi yang menguntungkan, aliran kas sepadan dengan investasi, resiko investasi rendah, meningkatkan akses sosial kemasyarakatan, budaya masyarakat *mobile*, kebutuhan kualitas produksi yang tinggi, dan memungkinkan adanya konvergensi layanan.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Nilai Variabel Potensi Penyelenggaraan Penyiaran Digital

No	Indikator Variabel	Persentase Nilai Perhitungan										Total Bobot
		STS		TS		N		S		SS		
		%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	
1	Penyiaran digital mempunyai pasar potensial yang sangat menjanjikan	0	0	5,20	28	25,0	201	53,0	568	16,8	225	1.022
2	Pemilihan investasi pada penyiaran digital sangat menguntungkan secara keuangan	0,40	1	7,50	40	47,6	381	36,7	392	7,9	105	919
3	Aliran kas investasi proyek penyiaran digital dapat menutup biaya investasi yang sudah dikeluarkan	0	0	10,1	54	64,2	516	19,8	212	6,0	80	862
4	Resiko investasi penyiaran digital relatif rendah	0,8	2	21,2	112	51,1	405	22,3	236	4,5	60	815
5	Penyiaran digital dapat meningkatkan akses sosial kemasyarakatan (network)	0,40	1	2,60	14	21,7	174	62,9	672	12,4	165	1.026
6	Budaya masyarakat Indonesia yang mobile merupakan potensi penyelenggaraan	0,70	2	6,40	34	18,0	144	60,3	644	14,6	195	1.019
7	Kebutuhan kualitas produksi yang semakin tinggi dari masyarakat	1,10	3	3,40	18	16,2	129	62,0	660	17,3	230	1.040
8	Impelementasi penyiaran digital memungkinkan banyaknya jenis layanan (konvergensi layanan)	0,40	1	3,80	20	18,9	150	58,5	620	18,5	245	1.036
TOTAL												7.739

Untuk melihat potensi penyelenggaraan penyiaran digital, dilihat dari beberapa variabel, diantaranya variabel penyiaran digital mempunyai pasar potensial yang menjanjikan. Berdasarkan gambaran hasil (Tabel 3), sebagian besar menyatakan setuju dengan persentase 53%, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5,20%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat menyadari akan potensi yang besar dari pasar TV digital. Lebih jauh lagi, dari konsultasi¹² diperoleh informasi ada berbagai maksud dan tujuan dibalik diterapkannya suatu teknologi baru, dari mulai suatu keniscayaan karena tuntutan perkembangan jaman, hingga peluang usaha yang sangatlah besar dari adanya pasar potensial yang sangat menjanjikan, dalam konteks penyiaran digital, pasar yang dimaksud adalah pasar pemirsa siaran TV digital. Penyiaran digital mempunyai potensi pasar yang sangat luar biasa, sehingga satu media bisa menjadi pilihan bagi semua orang, terutama penguasa, politikus, ekonom atau pebisnis dan pengusaha untuk memiliki media. Dengan

¹²Data konsultasi Puslitbang PPI, Penelitian Penyelenggaraan Penyiaran Digital, 2012

pengaruh yang begitu besar yang dimiliki oleh industri penyiaran maka banyak dari pengusaha berlomba-lomba untuk memiliki media penyiaran karena kepentingan ekonomi dan politik dari media penyiaran.

Variabel lain dalam aspek potensi penyelenggaraan industri penyiaran digital adalah disisi investasi. Dari gambaran hasil (Tabel 3) pernyataan pemilihan investasi pada penyiaran digital sangat menguntungkan secara keuangan, dalam konteks ini adalah keuntungan finansial bagi industri penyiaran digital, seperti stasiun TV, produsen perangkat TV, STB, *production house* penghasil konten, dan masih banyak lagi, yang memilih untuk berinvestasi pada teknologi digital selain penyiaran analog yang masih dilakukan. Sebagian berpendapat bahwa investasi penyiaran digital sangat menguntungkan secara netral dengan persentase 47,60%, sementara yang setuju dengan persentase 36,70%.

Sebagian besar jawaban yang cenderung netral dijelaskan lebih dalam berdasarkan data kualitatif yang berpendapat kalau investasi tersebut belum tentu menguntungkan, sebagai contoh TV swasta belum ingin ke arah digital, karena investasi stasiun digital sangat tinggi, seiring dengan perubahan teknologi yang masih ada perubahan terus, investasi yang dilakukan saat ini jika dibandingkan dengan tahun yang akan datang sudah berkurang 20-30%, maka dari itu kebanyakan menunda untuk investasi hingga didapatkan harga yang paling kompetitif.

Variabel lain yang diperhatikan dalam potensi penyelenggaraan adalah resiko investasi. Dari gambaran hasil (Tabel 3) hanya 22,30% yang menyatakan setuju terhadap faktor potensi tersebut, sisanya adalah pendapat netral dengan persentase 51,10%. Ketika perkembangan teknologi penyiaran digital telah mengalami banyak terobosan dengan ditemukannya fitur-fitur dan manfaat yang sebelumnya tidak terbayangkan melalui teknologi analog, otomatis peralihan dari analog ke digital merupakan suatu keniscayaan, hal ini pula yang mendasari pemikiran bahwa resiko investasi penyiaran digital relatif rendah karena ketika semua telah beralih ke digital, mau tidak mau pemilik TV analog pasti akan memilih teknologi baru dengan kualitas yang lebih bagus.

Bagi televisi publik seperti TVRI, memang resiko relatif lebih rendah bahkan mungkin tidak ada resiko, karena kepemilikan ada di negara, kecuali sudah ada target tahun dalam waktu dekat beralih ke digital, tentu penonton akan pindah ke TV swasta karena ketersediaan perangkat penerima yang dimiliki masyarakat tentu masih sangat sedikit. Apabila semua stasiun TV bersama-sama migrasi ke digital maka bagi TV publik tentu resiko investasi relatif rendah, namun tidak dengan TV swasta dimana setiap investasi yang dikeluarkan membutuhkan perhitungan matang untuk menekan resiko sekecil mungkin (*calculated risk*).

Variabel berikutnya yang termasuk faktor potensi dalam penyelenggaraan industri penyiaran digital adalah penyiaran digital dapat meningkatkan akses sosial kemasyarakatan (Network), akses sosial yang dimaksud adalah masyarakat dapat mengakses konten TV digital bukan saja di kota-kota tetapi sampai ke pedesaan. Dalam konteks demografis dan geografis, selama ini akses sosial kemasyarakatan TV analog memiliki karakteristik konten yang kota-sentris, dimana sedikit sekali konten-konten lokal di daerah yang diangkat dan diketahui masyarakat luas. Berdasarkan gambaran hasil (Tabel 3) didapatkan hasil bahwa sebagian besar menyatakan setuju bahwa penyiaran digital dapat meningkatkan akses sosial kemasyarakatan dengan persentase 62,90%, dan sedikit sekali yang berpendapat sebaliknya dengan persentase 3%. Dengan banyaknya channel berarti lebih banyak jalur yang bisa dimanfaatkan untuk saling mengenal kebudayaan

yang berbeda-beda yang dapat membawa muatan lokal dari wilayah lain, konten membawa pesan-pesan budaya dari daerah lain, sebaliknya di daerah lain juga terjadi seperti hal tersebut sehingga peluang untuk meningkatkan akses sosial kemasyarakatan menjadi lebih terbuka.

Gaya hidup masyarakat saat ini yang semakin bergerak ke gaya hidup *mobile*, dengan tren gadget dan kebutuhan untuk selalu terhubung (*stay connected*) menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari budaya masyarakat Indonesia dewasa ini, hal tersebut pula yang dijadikan sebagai variabel dengan pernyataan budaya masyarakat Indonesia yang *mobile* merupakan potensi penyelenggaraan industri penyiaran digital. Data gambaran hasil (Tabel 3) menyatakan setuju dengan persentase 60,30%, dan bahkan hampir 75% jika digabungkan dengan jawaban sangat setuju.

Variabel berikutnya yang dilihat dalam potensi penyelenggaraan penyiaran digital adalah budaya masyarakat Indonesia. Reaksi responden yang sepakat dengan pernyataan budaya masyarakat Indonesia yang *mobile* merupakan potensi penyelenggaraan industri penyiaran digital, kecenderungan ini didukung tren perkembangan *mobile television* yang memungkinkan orang dapat menonton TV di mobil, di bus, dan di manapun ia berada, contoh lain ketika malam minggu banyak orang yang tidak mau melewatkan program olahraga kesayangan mereka seperti liga Inggris, dengan *mobile TV* mereka tidak dibatasi ruang dan waktu. Gaya hidup *mobile*, secara tidak langsung merupakan potensi besar bagi penyelenggara TV digital mengingat beberapa standar TV digital memungkinkan layanan *fix* dan *mobile* pada satu infrastruktur yang sama. Di sisi lain pendapat yang cenderung netral didasarkan bahwa budaya masyarakat Indonesia yang *mobile* belum tentu berkaitan langsung sebagai potensi penyelenggaraan industri penyiaran digital karena budaya masih bisa berubah, dipengaruhi oleh perubahan teknologi terutama media, media akan merubah cara hidup orang, tinggal bagaimana masyarakat menyikapinya dengan diimbangi pendidikan, karena semua orang harus siap menerima perubahan.

Seringkali *demand* adalah kunci utama dalam implementasi suatu teknologi, teknologi yang sedemikian canggih belum tentu dianggap berpotensi diimplementasikan selama tidak ada kebutuhan dari masyarakat yang mendorong pemanfaatan teknologi tersebut, sama halnya variabel kebutuhan kualitas produksi yang semakin tinggi dari masyarakat, dalam konteks penyelenggaraan industri penyiaran digital, kebutuhan kualitas ini merujuk pada bagaimana masyarakat ingin menonton konten-konten yang berkualitas, yang mana kualitas ini tidak didapatkan dari teknologi TV analog. Secara keseluruhan gambaran hasil (Tabel 3), sebagian besar menyatakan setuju dengan persentase 62%, bahwa industri penyiaran digital di Indonesia memiliki potensi besar karena didukung oleh kebutuhan kualitas produksi yang semakin tinggi dari masyarakat.

Lebih lanjut dengan TV digital tentu akan ada peningkatan kualitas gambar, suara, dan konten-konten yang spesifik, bagaimanapun TV digital selama ini masih mencoba untuk melakukan konvergensi, konvergensi ini berdampak semua pada perangkat HP, internet, karena nantinya akan ada konten-konten siaran digital tersebut, masyarakat membutuhkan inovasi dari industri penyiaran digital dalam memproduksi, hal ini jelas menyiratkan betapa berpotensi penyelenggaraan TV digital karena ditunjang oleh kebutuhan masyarakat Indonesia yang semakin tinggi akan kualitas produksi penyiaran.

Penyiaran TV digital memiliki karakteristik efisiensi spektrum frekuensi yang tinggi, karakteristik tersebut berimplikasi kepada lebih banyak layanan yang beragam jenisnya yang dapat dimasukkan kedalam kanal siaran TV tersebut, hal tersebut menjadi salah satu variabel

dalam yang perlu diperhatikan dalam potensi dalam penyelenggaraan industri penyiaran digital. Secara general, sebagian besar menyatakan setuju terhadap implementasi penyiaran digital yang memungkinkan banyaknya jenis layanan (Konvergensi layanan) dengan persentase 58,50% (Tabel 3).

Adapun bagaimana konvergensi layanan yang muncul pada penyiaran TV digital ini dapat berpotensi untuk memperkuat alasan penyelenggaraan penyiaran TV digital, didukung bahwa dari sisi teknologi karakteristik dari siaran itu adalah satu arah, tetapi kalau TV digital memungkinkan ada *return channel* yang memungkinkan adanya layanan tambahan yang sebelumnya tidak dimungkinkan dari TV analog yang berbasis antena dan gelombang radio, yang semula hanya bisa didapat pada TV berbasis kabel, dengan TV digital akan muncul layanan yang semula tidak ada. Lebih spesifik lagi, untuk ke depan konvergensi layanan ini akan lebih dimungkinkan dari adanya *mobile* digital TV, terutama bisa dihasilkan konten layanan yang fitur-fiturnya diperkaya sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Dari parameter yang membangun aspek potensi menunjukkan bahwa potensi penyelenggaraan penyiaran digital (daerah sampel) berada pada interval nilai yang tinggi, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Ekuivalensi Variabel Potensi Penyelenggaraan Penyiaran Digital

Perhitungan	Hasil
Nilai Maksimum : $5 \text{ (nilai maks)} \times 8 \text{ (jml indikator variabel)} \times 268 = 10.720,-$ Nilai Minimum : $1 \text{ (nilai min)} \times 8 \text{ (jml indikator variabel)} \times 268 = 2.144,-$ Untuk melihat nilai kualitatif dari variabel kendala penyelenggaraan penyiaran digital akan dibedakan menjadi 5 kelas dengan interval nilai perhitungan sebagai berikut: Sangat Rendah : $2144 < x \leq 3859$ Rendah : $3859 < x \leq 6674$ Sedang : $5574 < x \leq 7290$ Tinggi : $7291 < x \leq 9005$ Sangat Tinggi : $9005 < x \leq 10720$	Jika melihat dari nilai perhitungan total sebesar 7739 maka Potensi Penyelenggaraan Penyiaran Digital “TINGGI” .

Kesiapan Masyarakat dan Industri Menghadapi Migrasi Analog ke Digital

Kesiapan masyarakat dalam penyelenggaraan penyiaran digital di Indonesia, dapat dianalisis melalui beberapa variabel yang terdiri dari kebutuhan masyarakat, keinginan masyarakat, kesiapan mental, dan apakah biaya menjadi masalah atau tidak bagi masyarakat, dan juga kesiapan untuk memakai teknologi tersebut walaupun dari sisi penguasaan teknologi belum menguasai.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Nilai Variabel Kesiapan Masyarakat

No	Indikator Variabel	Persentase Nilai Perhitungan										Total Bobot
		STS		TS		N		S		SS		
		%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	
1	Implementasi penyiaran digital merupakan pemenuhan kebutuhan masyarakat	1,5	4	10,1	27	33,7	90	45,3	121	9,4	25	267
2	Karakteristik penyiaran digital saat ini telah sesuai dengan keinginan masyarakat	1,9	5	22,9	61	42,1	112	29,3	78	3,8	10	266
3	Masyarakat sudah siap secara mental menerima penyiaran digital	3,7	10	23,6	63	41,6	111	27,0	72	4,1	11	267
4	Biaya bukan merupakan hal yang dipertimbangkan oleh masyarakat untuk migrasi dari analog ke digital	10,5	28	44,2	118	27,7	74	13,9	37	3,7	10	267
5	Masyarakat sudah siap menggunakan teknologi digital tanpa kesulitan yang berarti	6,7	18	33,3	89	37,5	100	20,2	54	2,2	6	267
6	Masyarakat dan industri penyiaran belum menguasai benar pengetahuan tentang penyiaran digital	1,5	4	12,4	33	29,6	79	48,3	129	8,2	22	267
TOTAL											1.601	

Dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat dan juga tuntutan masyarakat akan kebutuhan informasi, maka dibutuhkan penyiaran yang mampu menghasilkan kualitas gambar yang jernih dan juga bisa menjangkau masyarakat luas. Hal ini bisa didapatkan dari implementasi penyelenggaraan televisi digital, karena kelebihan yang dimiliki oleh televisi digital. Dari gambaran hasil (Tabel 5) diperoleh bahwa 45,30% setuju bahwa implementasi penyiaran digital adalah sebuah kebutuhan bagi masyarakat, dan 9,40% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan bahwa di Indonesia implementasi penyiaran digital adalah sebuah kebutuhan. Sementara yang menyatakan ketidaksetujuan dari masyarakat Indonesia hanya sebesar 1,50% persen.

Kebutuhan masyarakat akan hiburan dan informasi semakin tinggi dengan makin banyaknya pilihan program siaran, sehingga kebutuhan ini dapat mendorong implementasi penyiaran digital. Untuk industri sebagai penyelenggara melihat implementasi ini sebagai sebuah peluang, sedangkan bagi masyarakat menimbulkan kebutuhan. Tetapi kebutuhan ini didasarkan atas pertimbangan, masyarakat cenderung tidak ingin menambah *cost* untuk mendapatkan kebutuhan itu, kebutuhan mendapat layanan baru akan menjadi pertimbangan jika dihadapkan dengan sesuatu yang berbayar.

Selanjutnya dalam melihat kesiapan masyarakat, variabel karakteristik penyiaran digital perlu menjadi perhatian. Desain dan implementasi sistem penyiaran TV Digital yang ada di Indonesia terutama ditujukan pada peningkatan kualitas gambar. TV digital memungkinkan pengiriman gambar dengan akurasi dan resolusi tinggi, di samping memerlukan tersedianya kanal

dengan laju tinggi. Sistem TV digital mampu menghasilkan penerimaan gambar yang jernih, stabil, dan tanpa efek bayangan atau gambar ganda, walaupun pesawat penerima berada dalam keadaan bergerak dengan kecepatan tinggi.

Berbagai karakteristik keunggulan yang dimiliki televisi digital itu tentunya sesuai dengan keinginan masyarakat. Namun dari gambaran hasil (Tabel 5) diperoleh bahwa dari persebaran masyarakat kota persentase yang tertinggi menjawab netral terhadap pernyataan mengenai karakteristik televisi digital ini sudah sesuai dengan keinginan masyarakat yaitu sebanyak 42,10%. Dapat diasumsikan bahwa masyarakat masih belum mengetahui terlalu banyak tentang televisi digital, sehingga ketika menjawab pertanyaan sehubungan dengan karakteristik televisi digital sudah sesuai dengan keinginan masyarakat cenderung pada posisi netral atau ragu-ragu. Sementara yang menyatakan setuju sebanyak 29,30% dan 22,90% menyatakan tidak setuju.

Dalam penyelenggaraan sebuah teknologi, perlu ada sosialisasi kepada masyarakat dan komponen lainnya yang terlibat dengan implementasi tersebut, begitu pun dengan televisi digital harus dikenalkan dulu kepada masyarakat dan juga kepada industri penyelenggara yang terlibat. Ketika masyarakat sudah mengetahui seperti apa manfaat dari teknologi yang diimplementasikan, akan ada dorongan untuk memanfaatkan teknologi tersebut.

Salah satu variabel lain untuk melihat kesiapan masyarakat dalam implementasi penyelenggaraan penyiaran digital adalah kesiapan mental dari masyarakat. Akan tetapi sama halnya dengan variabel keinginan masyarakat, maka dalam variabel kesiapan secara mental pun dari jawaban yang diberikan oleh responden di beberapa kota besar di Indonesia, sebanyak 41,60% responden bersikap netral (Tabel 5). Kecenderungan ini karena masyarakat banyak yang masih belum tahu tentang penyelenggaraan penyiaran digital sehingga apabila ditanya tentang kesiapan mental masih ragu-ragu untuk menjawab. Apalagi ditunjang dengan adanya pendapat bahwa kebijakan migrasi analog ke digital ini sebetulnya bukan berasal dari keinginan masyarakat, tetapi lebih kepada keinginan pemerintah.

Kecenderungan kesiapan mental untuk implementasi penyelenggaraan penyiaran bergerak adalah ada pada usia muda karena mereka sudah terbiasa dengan peralatan yang serba digital, sementara bagi yang berusia di atas 50 tahun tentunya membutuhkan waktu untuk menyiapkan diri dengan implementasi penyiaran digital.

Variabel selanjutnya yang diperhatikan adalah biaya, dari persebaran persentase responden di beberapa kota besar di Indonesia (Tabel 5), hanya 3,70% yang menyatakan setuju bahwa biaya bukanlah menjadi masalah bagi masyarakat. Biaya juga merupakan faktor yang menjadi pertimbangan di masyarakat. Tidak semua masyarakat kelas bawah atau mungkin kelas atas mau menggantinya dengan TV baru karena yang lama masih bagus atau keharusan membeli *Set Top Box*. Perlunya harga yang lebih terjangkau bagi masyarakat nampaknya harus menjadi perhatian dalam implementasi migrasi analog digital. Sementara dari kalangan industri sendiri juga ada yang menyatakan bahwa tingginya harga peralatan juga menjadi hambatan terbesar dalam melakukan migrasi analog digital.

Dari gambaran hasil (Tabel 5) diketahui bahwa sebanyak 37,50% menyatakan netral terhadap pernyataan kesiapan menggunakan teknologi digital tanpa kesulitan berarti. Bahkan 33,30% masyarakat di beberapa kota besar di Indonesia (daerah sampel) menyatakan tidak setuju. Dalam implementasi suatu teknologi agar dapat diterima secara luas, maka faktor kemudahan untuk

digunakan menjadi indikator dari kesuksesan implementasi. Apabila teknologi yang ditawarkan ke masyarakat adalah teknologi yang memberikan jaminan kemudahan dalam penggunaan tentunya akan mempercepat adopsi teknologi tersebut, begitu pula halnya dengan teknologi penyiaran digital, dalam pelaksanaannya sebetulnya sangat mudah untuk menggunakan teknologi ini tanpa kesulitan yang berarti.

Masyarakat belum menguasai teknologi merupakan variabel yang jadi perhatian selanjutnya. Dari hasil olah data diperoleh gambaran bahwa pernyataan tentang masyarakat belum menguasai teknologi disetujui oleh sebagian besar responden (Tabel 5), sebanyak 48,30% menyatakan setuju bahwa masyarakat belum menguasai teknologi penyiaran digital. Pelaksanaan migrasi penyiaran analog ke digital masih dalam masa transisi sehingga sebagian besar masyarakat di Indonesia belum menguasai teknologi penyiaran digital. Ditambah lagi dengan sosialisasi yang dilakukan mengenai penyiaran digital ini baru berada di beberapa kota besar di pulau Jawa sementara di kota-kota di luar pulau Jawa masih belum terasa, sebagai contoh yang akan menjadi cikal bakal dalam digital sebenarnya apa, apakah akan menguntungkan bagi daerah atau justru nanti pada akhirnya akan diambil dari pemodal-pemodal pusat yang sudah memahami mengenai televisi digital sementara di daerah belum ada sosialisasi terhadap pemahaman televisi digital.

Dari parameter yang membangun aspek kesiapan menunjukkan bahwa kesiapan masyarakat pada penyelenggaraan penyiaran digital (daerah sampel) berada pada interval nilai yang sedang, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Ekuivalensi Variabel Kesiapan Masyarakat

Perhitungan	Hasil
Nilai Maksimum : $5 \text{ (nilai maks)} \times 6 \text{ (jml indikator variabel)} \times 267 = 8.010,-$ Nilai Minimum : $1 \text{ (nilai min)} \times 6 \text{ (jml indikator variabel)} \times 267 = 1.602,-$ Untuk melihat nilai kualitatif dari variabel kendala penyelenggaraan penyiaran digital akan dibedakan menjadi 5 kelas dengan interval nilai perhitungan sebagai berikut: Sangat Rendah : $1602 < x \leq 2884$ Rendah : $2884 < x \leq 4615$ Sedang : $4615 < x \leq 5447$ Tinggi : $5447 < x \leq 6728$ Sangat Tinggi : $6728 < x \leq 8010$	Jika melihat dari nilai perhitungan total sebesar 7739 maka Potensi Penyelenggaraan Penyiaran Digital “SEDANG” .

Arah Penyelenggaraan Penyiaran Digital

Penyiaran, seperti halnya televisi, merupakan kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat. Namun, spektrum radio elektromagnetik ini dikategorikan sebagai ranah publik dan sumber daya alam yang terbatas¹³. Dengan kata lain, penggunaan spektrum ini harus memberikan manfaat dan kemakmuran sebesar-besarnya bagi kemaslahatan masyarakat. Industri penyiaran Indonesia, yang pada saat ini masih

¹³UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran

menggunakan analog, jelas tidak mendukung pelayanan publik yang lebih luas. Untuk itulah perlu dilakukan kebijakan migrasi penyiaran dari analog ke digital.

Media penyiaran adalah institusi yang menjalankan sejumlah fungsi strategis, memproduksi dan mendistribusi pengetahuan dalam wujud informasi dan pandangan sebagai respons atas kebutuhan sosial, menyediakan saluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain, dari pengirim ke penerima, dari masyarakat ke institusi terkait, menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik, dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk berperan serta¹⁴. Berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh televisi digital memungkinkan akan untuk memperluas akses informasi kepada masyarakat, peningkatan pertumbuhan ekonomi, melalui tersedianya lapangan kerja baru dan juga akan meningkatkan keunggulan kompetitif Indonesia dan juga sebagai sarana promosi bagi Indonesia. Dari beberapa indikator tersebut dapat menunjukkan arah penyelenggaraan televisi digital di Indonesia.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Nilai Variabel Arah Penyelenggaraan Penyiaran Digital

No	Indikator Variabel	Persentase		Nilai Perhitungan								Total Bobot
		STS		TS		N		S		SS		
		%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	%	Bobot	
1	Penyelenggaraan penyiaran digital dapat meningkatkan serta memperluas akses informasi bagi masyarakat secara merata di seluruh Indonesia	1,5	4	4,9	13	15,4	41	62,2	166	16,1	43	267
2	Penyelenggaraan penyiaran digital dapat meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat, sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat	0,7	2	4,1	11	38,3	102	48,5	129	8,3	22	266
3	Penyiaran digital dapat memperluas lapangan kerja terutama bidang penyiaran	0,7	2	10,5	28	27,3	73	49,8	133	11,6	31	267
4	Penyiaran digital dapat meningkatkan keunggulan kompetitif Indonesia	0,4	1	1,8	5	23,2	62	60,7	162	4,5	13,8	267
5	Penyiaran digital dapat meningkatkan sarana promosi yang efektif bagi Indonesia	0,7	2	2,9	8	19,1	51	62,9	168	14,2	38	267
TOTAL												1.601

Dari gambaran hasil data (Tabel 7), diperoleh 62,2% setuju bahwa dengan adanya penyelenggaraan penyiaran ini nantinya akan memberikan kemudahan dalam akses informasi. Akan tetapi masih ada yang menyatakan tidak setuju bahwa penyiaran digital akan meningkatkan akses informasi yaitu sebesar 4,9%. Hal ini karena akses informasi di Indonesia tidak mungkin bisa merata di seluruh daerah dalam waktu yang bersamaan.

¹⁴ Media penyiaran menurut Denis McQuail dalam buku *Mass Communication Theory* (2010:36)

Negara Republik Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki ribuan pulau dengan situasi geografis dan populasi penduduk yang heterogen baik dari segi sosial ekonomi, politik, budaya maupun agama, sehingga menyebabkan terjadinya kesenjangan dalam berbagai bidang kehidupan, salah satunya adalah kesenjangan digital (*digital divide*). Hal tersebut dapat terlihat dari kondisi sebagai berikut:

- a. Kesenjangan antara mereka yang dapat mengakses dunia digital dan teknologi informasi dengan mereka yang terbatas aksesnya atau tidak memiliki akses sama sekali;
- b. Kesenjangan atau kesenjangan antara mereka yang mendapat keuntungan dari teknologi dan mereka yang tidak mendapatkannya¹⁵.

Dalam konteks media digital, televisi digital dapat merefleksikan kebebasan masyarakat dalam memilih akses saluran penyiaran, serta pilihan-pilihan atas sumber informasi¹⁶. Sementara, nilai keadilan atau keseimbangan dalam konteks media digital berarti bahwa publik atau warga berhak memperoleh akses yang seimbang, obyektif serta beragam. Persoalan *diversity* menjadi mutlak diperlukan dalam nilai ini. Sedangkan nilai terakhir adalah tatanan yang domainnya berdimensi sosial dan kultural. Secara sosial, warga berhak atas perasaan solidaritas yang tinggi serta kekuasaan kontrol yang kuat atas media.

Salah satu keunggulan yang ditawarkan dari penyelenggaraan penyiaran digital adalah kemampuan untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas dan keberagaman informasi yang diterima dengan banyaknya kanal yang tersedia. Dengan jumlah dan beragamnya program siaran yang meningkat, maka TVD dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup, menciptakan "*information society*", dan meningkatkan pengetahuan serta wawasan. Terciptanya masyarakat informasi ("*information society*") melalui TVD akan mempercepat penanggulangan "*digital divide*", disamping manfaat-manfaat lainnya seperti "kerjasama sesama masyarakat", "sinergi/berbagi informasi" serta berbudaya menggunakan waktu, sumber daya dan biaya secara lebih efisien¹⁷.

Dari gambaran hasil dari lima kota besar di Indonesia (Tabel 7) sebanyak 48,5% menyatakan setuju bahwa penyiaran digital ini nantinya akan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Namun masih ada sebanyak 4,1% yang menyatakan tidak setuju dengan adanya penyiaran digital dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Ketidaksetujuan responden didukung oleh data kualitatif yang menyatakan bahwa dengan penyelenggaraan penyiaran televisi digital ini justru akan membuat masyarakat semakin konsumtif dan bukan pertumbuhan ekonomi, justru di sini diperlukan kehati-hatian dalam pemanfaatan televisi digital karena harus dipikirkan juga konten produksi penyiaran tersebut seperti apa.

Terjadinya migrasi dari era penyiaran analog menuju era penyiaran digital, yang memiliki konsekuensi tersedianya saluran siaran yang lebih banyak, akan membuka peluang lebih luas bagi para pelaku penyiaran dalam menjalankan fungsinya dan dapat memberikan peluang lebih banyak bagi masyarakat luas untuk terlibat dalam industri penyiaran ini. Momentum penyiaran digital dapat membuka peluang yang lebih banyak bagi masyarakat dalam meningkatkan kemampuan

¹⁵<http://ppidkemkominfo.files.wordpress.com/2011/03/renstra-2010-2014.pdf>

¹⁶McQuail (dalam Curran dan Gurevitch, 1991: 72) merekomendasikan nilai-nilai dasar komunikasi dalam tiga garis besar: kebebasan, keadilan, dan tatanan.

¹⁷Buku Putih Kebijakan Migrasi Analog Digital Bab IV, Kominfo

ekonominya. Peluang usaha di bidang rumah produksi, pembuatan aplikasi-aplikasi audio, video dan multimedia, industri senetron, film, hiburan, komedi dan sejenisnya menjadi potensi baru untuk menghidupkan ekonomi masyarakat.

Salah satu kunci utama keberhasilan penyelenggaraan penyiaran digital adalah penyediaan *Set Top Box* (STB) sebagai alat bantu penerima, sehingga pesawat TV analog yang saat ini dimiliki oleh masyarakat dapat digunakan untuk menikmati siaran televisi digital apabila menggunakan STB. Saat ini meskipun masih dalam tahap uji coba, ternyata industri dalam negeri telah secara proaktif memproduksi STB jenis standar, dan sudah dapat diperoleh dipasaran, khususnya di wilayah Jabodetabek. Dengan adanya penyelenggaraan penyiaran televisi digital ini nantinya juga diharapkan dapat menumbuhkan industri perangkat untuk masyarakat pemirsa (STB) dan perangkat penerima TV digital, serta menumbuhkan industri perangkat transmisi.

Di samping itu untuk dapat beroperasi secara maksimal, menikmati fitur-fitur yang disiarkan oleh penyelenggara penyiaran, dibutuhkan aplikasi *software* atau *middleware* yang harus dimasukkan ("*embedded*") dalam STB. Dengan demikian maka industri aplikasi *software* atau *middleware* juga berkembang. Secara umum, industri perangkat yang diharapkan akan berkembang antara lain:

- Industri STB termasuk "middleware" baik untuk jenis "standard" maupun "advanced".
- Industri perangkat utama dan pendukung infrastruktur seperti pemancar, antenna, combiner, catu daya, dan lain-lain.

Gambaran hasil (Tabel 7) juga menunjukkan persetujuan bahwa penyiaran digital dapat meningkatkan lapangan kerja dengan persentase 49,81%, dan apabila ditambahkan dengan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11,61% maka separuh lebih dari total sampel menyetujui bahwa penyiaran digital dapat meningkatkan lapangan pekerjaan. Menurut sejumlah masyarakat industri di Indonesia hal ini karena dengan adanya penyiaran televisi digital akan dapat menambah jumlah *production house* untuk memproduksi konten acara siaran, karena dengan adanya televisi digital ini akan banyak kanal yang tersedia sehingga konten produksi pun akan lebih meningkat.

Keuntungan yang utama dengan penyelenggaraan penyiaran digital sebagai salah satu wujud konvergensi informasi adalah akan munculnya pemain-pemain baru di bidang bisnis teknologi informasi untuk mendukung terlaksananya migrasi penyiaran dari analog ke digital. Hal ini bisa terjadi, disebabkan dengan timbulnya paradigma dari struktur pasar yang monopolistik dan cenderung memiliki semua unsur pendukung, dengan adanya digitalisasi penyiaran ini akan mengarah ke iklim sistem yang lebih efisien, kerjasama ataupun kompetisi yang sehat. Hal ini akan mendorong lebih banyak pemain bisnis "baru" yang berperan dan masing-masing penyelenggara akan lebih fokus dan profesional dibidangnya.

Bisnis baru dan pemain baru akan sangat mendorong peningkatan jumlah tenaga kerja yang dapat berperan dalam bisnis teknologi informasi pada umumnya dan penyiaran televisi digital pada khususnya. Bisnis penyelenggaraan siaran yang diharapkan akan muncul setelah penggelaran televisi digital antara lain sebagai berikut:

- a. Peluang penyelenggaraan program siaran yang spesifik dan tersegmentasi untuk kelompok tertentu (minat, budaya, bisnis, anak-anak, belanja, edukasi, dan lain-lain). Karena penyelenggara siaran tidak harus memiliki infrastruktur sendiri untuk menyiarkannya ke

pemirsa, maka "harga produksi program siaran" dapat ditekan lebih rendah dan juga lebih profesional.

- b. Penyedia jasa dan perangkat yang mendukung penyelenggara multipleks, transmisi dan menara¹⁸.

Melalui penyelenggaraan penyiaran televisi digital maka dimungkinkan bagi Indonesia untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Hal ini terdeskripsi dari gambaran hasil (Tabel 7) dengan 60,67% menyatakan setuju bahwa penyelenggaraan televisi digital nantinya akan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif Indonesia.

Sebagai suatu bangsa yang berada di tengah lingkup hubungan antar bangsa yang bersifat global, maka masing-masing bangsa membutuhkan keunggulan agar mampu bersaing dalam era kompetisi global. Teknologi komunikasi dan informasi merupakan salah satu modal dasar yang sangat potensial dalam mendorong bangsa tersebut untuk tetap menjadi bangsa yang dihormati dan disegani oleh bangsa-bangsa lain. Peran strategis teknologi komunikasi dan informatika tersebut ditunjukkan oleh kemampuan bangsa untuk mengenal kekuatan dan kelemahan dari bangsanya sendiri, kemampuan untuk melihat peluang dan ancaman dalam setiap berinteraksi dengan bangsa-bangsa lain, serta mampu membangun posisi tawar yang lebih baik dalam setiap perundingan. Dari sebelumnya kita hanya memiliki channel yang terbatas, artinya sedikit, sedangkan potensi konten yang berbasis budaya lokal banyak yang belum tergarap, belum tersentuh, dengan adanya TV digital, yang memungkinkan banyak channel yang bisa dimanfaatkan untuk mengapresiasi budaya lokal, dan juga sebagai sarana hiburan akan meningkatkan *competitiveness* bagi Indonesia.

Gambaran hasil (Tabel 7) menunjukkan sebanyak 62,92% menyatakan setuju bahwa penyelenggaraan penyiaran digital akan dapat meningkatkan sarana promosi yang efektif bagi Indonesia. Teknologi Komunikasi dan informasi telah merangsang manusia untuk menghadirkan aneka ragam saluran informasi yang makin lama makin canggih, dan memungkinkan menampilkan segala macam kejadian dan realitas sosial. Perangkat komunikasi sebagaimana di kemukakan di atas, dalam perkembangannya kemudian muncul dalam bentuk media audio-visual yang dikeluarkan melalui sebuah kotak ajaib yang kemudian disebut sebagai televisi¹⁹.

Implementasi teknologi komunikasi dalam dunia televisi melalui digitalisasi penyiaran akan mengajak masyarakat untuk keluar dari pemahaman komunikasi yang tidak hanya dalam skala regional, tetapi juga nasional bahkan internasional. Melalui televisi beragam kemasan acara dapat diproduksi yang memungkinkan untuk menjadi sarana promosi yang efektif bagi Indonesia. Apabila konten siaran yang diproduksi adalah konten yang dapat menunjukkan keindahan pesona wisata, keragaman kebudayaan dan juga keunggulan yang dimiliki oleh Indonesia. Televisi ibarat telah menjadi jendela bagi rumah kita, untuk melihat ke dalam maupun apa saja yang terjadi di luar rumah, dan melalui penyelenggaraan televisi digital di Indonesia akan mempermudah dunia luar untuk melihat lebih dekat mengenai Indonesia sehingga bisa menjadi sarana promosi. Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan.

¹⁸Buku Putih Kebijakan Migrasi Analog Digital Bab IV

¹⁹A. Muis dalam Priyo Soemando, 1999 : 16

Dari parameter yang membangun aspek arah menunjukkan bahwa arah penyelenggaraan penyiaran digital (daerah sampel) berada pada interval nilai yang tinggi, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 8. Ekuivalensi Variabel Arah Penyelenggaraan Penyiaran Digital

Perhitungan	Hasil
Nilai Maksimum : $5 \text{ (nilai maks)} \times 5 \text{ (jml indikator variabel)} \times 267 = 6.675,-$ Nilai Minimum : $1 \text{ (nilai min)} \times 5 \text{ (jml indikator variabel)} \times 267 = 1.335,-$ Untuk melihat nilai kualitatif dari variabel kendala penyelenggaraan penyiaran digital akan dibedakan menjadi 5 kelas dengan interval nilai perhitungan sebagai berikut: Sangat Rendah : $1335 < x \leq 2403$ Rendah : $2403 < x \leq 3471$ Sedang : $3471 < x \leq 4539$ Tinggi : $4539 < x \leq 5607$ Sangat Tinggi : $5607 < x \leq 6675$	Jika melihat dari nilai perhitungan total sebesar 7739 maka Potensi Penyelenggaraan Penyiaran Digital “TINGGI” .

Secara keseluruhan berdasarkan hasil perhitungan skoring dan pembobotan dari masing-masing variabel dapat direkapitulasi nilai kualitatif dari tiap aspek penyelenggaraan penyiaran digital sebagai berikut:

- Kendala Penyelenggaraan Penyiaran Digital : TINGGI
- Potensi Penyelenggaraan Penyiaran Digital : TINGGI
- Kesiapan Masyarakat dan Industri untuk Migrasi dari Analod ke Digital : SEDANG
- Arah Penyelenggaraan Penyiaran Digital : TINGGI

Dengan melakukan perhitungan gabungan maka nilai kualitatif tiap aspek dikuantisasi kembali dengan nilai 1 sampai dengan 5. Selain itu, dilakukan juga pembobotan pengaruh nilai dari tiap aspek terhadap prospek penyelenggaraan penyiaran digital. Dengan asumsi pengaruh semua aspek adalah 1 maka pembobotan tiap variabel dengan nilai 0 sampai dengan 1 dengan total nilai pembobotan semua aspek adalah 1. Nilai dan bobot dari masing-masing variabel sebagai berikut.

- **Kendala Penyelenggaraan Penyiaran Digital “TINGGI”**

Semakin tinggi kendala maka akan semakin tinggi pengaruh negatif terhadap prospek penyelenggaraan penyiaran digital. Oleh karena itu, dengan nilai kualitatif kendala penyelenggaraan penyiaran digital adalah TINGGI maka selanjutnya dikuantisasi dengan nilai 2 dengan pembobotan 0,2.

- **Potensi Penyelenggaraan Penyiaran Digital “TINGGI”**

Semakin tinggi potensi maka semakin positif pengaruhnya terhadap prospek penyelenggaraan penyiaran digital. Oleh karena itu dengan nilai kualitatif potensi

penyelenggaraan penyiaran digital adalah TINGGI maka selanjutnya dikuantisasi dengan nilai 4 dan pembobotan 0,4.

- **Kesiapan Masyarakat dan Industri untuk Migrasi dari Analod ke Digital “SEDANG”**

Semakin tinggi kesiapan masyarakat maka semakin positif pengaruhnya terhadap prospek penyelenggaraan penyiaran digital. Oleh karena itu dengan nilai kualitatif Kesiapan Masyarakat dan Industri untuk Migrasi dari Analod ke Digital adalah SEDANG maka selanjutnya dikuantisasi dengan nilai 3 dan pembobotan 0,1.

- **Arah Penyelenggaraan Penyiaran Digital “TINGGI”**

Semakin tinggi arah penyelenggaraan penyiaran digital maka semakin positif pengaruhnya terhadap prospek penyelenggaraan penyiaran digital. Oleh karena itu, dengan nilai kualitatif arah penyelenggaraan penyiaran digital adalah TINGGI maka selanjutnya dikuantisasi dengan nilai 4 dan pembobotan 0,3.

Melalui penentuan skala maka perlu dilakukan perhitungan nilai maksimum dan nilai minimum berdasarkan nilai dan bobot semua variabel.

Tabel 9. Perhitungan Nilai Maksimum dan Nilai Minimum Penentuan Prospek Penyelenggaraan Penyiaran Digital

No	Variabel	Bobot	Nilai Maksimum		Nilai Minimum	
			Nilai	Jumlah	Nilai	Jumlah
1	Kendala penyelenggaraan penyiaran digital	0.2	5.0	1.0	1.0	0.2
2	Potensi penyelenggaraan penyiaran digital	0.4	5.0	2.0	1.0	0.4
3	Kesiapan masyarakat dan industri menghadapi migrasi analog ke digital	0.1	5.0	0.5	1.0	0.1
4	Arah penyelenggaraan penyiaran digital	0.3	5.0	1.5	1.0	0.3
Total				5.0		1.0

Selanjutnya perhitungan untuk penentuan prospek penyelenggaraan penyiaran digital berdasarkan data perhitungan tiap variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 10. Hasil perhitungan Nilai Prospek Penyelenggaraan Penyiaran Digital

No	Variabel	Nilai	Bobot	Jumlah
1	Kendala penyelenggaraan penyiaran digital	2.0	0.2	0.4
2	Potensi penyelenggaraan penyiaran digital	4.0	0.4	1.6
3	Kesiapan masyarakat dan industri menghadapi migrasi analog ke digital	3.0	0.1	0.3
4	Arah penyelenggaraan penyiaran digital	4.0	0.3	1.2
Total				3.5

Dengan nilai maksimum 5 dan nilai minimum 1 selanjutnya skala penentuan tinggi dan rendahnya prospek penyelenggaraan penyiaran digital dapat dihitung sebagai berikut:

Sangat Rendah	: $1 < x \leq 1,8$
Rendah	: $1,8 < x \leq 2,6$
Sedang	: $2,6 < x \leq 3,4$
Tinggi	: $3,4 < x \leq 4,2$
Sangat Tinggi	: $4,2 < x \leq 5$

Hasil akhir nilai perhitungan total sebesar 3,5 sehingga untuk prospek penyelenggaraan penyiaran digital dari 5 kota sampel dikatakan "**TINGGI**". Pada dasarnya, masyarakat Indonesia adalah pasar potensial yang sangat menjanjikan bagi penyelenggaraan TV digital, hal ini didasari oleh kebiasaan masyarakat untuk menonton TV berdasarkan analisis data dari responden, didapatkan hasil bahwa setiap harinya ada 45,18% dari kota sampel yang menonton TV selama 2 - 4 jam dalam sehari, bahkan 24,41% menonton TV selama 4 - 6 jam sehari. Namun untuk mengimplementasikan penyiaran digital di Indonesia, pemerintah perlu melakukan evaluasi dan perbaikan program sosialisasi dan promosi kepada semua lapisan masyarakat serta perbaikan regulasi tentang rencana migrasi analog ke digital.

Hal lain yang perlu lebih menjadi perhatian pemerintah adalah pengetahuan tentang TV digital antar kota. Jika diperbandingkan, ada perbedaan yang signifikan antara kota di Jawa dan di luar pulau Jawa. Oleh karena itu, pemerintah perlu menyusun program sosialisasi dan promosi tentang rencana penyelenggaraan penyiaran digital yang lebih implementatif keseluruhan lapisan masyarakat (termasuk masyarakat industri penyiaran).

Dengan melakukan program sosialisasi yang terintegrasi dengan lembaga lain tersebut maka kesediaan masyarakat untuk membeli alat tambahan supaya dapat menerima siaran TV digital akan meningkat²⁰. Apalagi jika dalam proses sosialisasi tersebut tidak hanya sekedar meningkatkan *awareness* namun dapat berhasil menciptakan kebutuhan masyarakat maka proses migrasi analog ke digital akan lebih mudah dilewati. Jika sosialisasi tidak ditingkatkan maka kondisi ini akan menimbulkan retensi dari masyarakat ketika penyiaran digital diimplementasikan.

Hal lain yang perlu diperhatikan oleh pemerintah yang berasal dari penelitian ini adalah kebijakan untuk mengakomodir kebutuhan implementasi penyiaran digital, karena aspek penyiaran digital mencakup lebih dalam sehingga dibutuhkan aturan sebagai tindakan preventif dari pemerintah sehubungan dengan perkembangan konvergensi. Jika dengan teknologi TV Digital bisa sekaligus melakukan siaran radio digital dengan satu band frekuensi maka dengan adanya teknologi konvergensi distribusi penyiaran tidak hanya dapat dilakukan melalui teknologi *broadcasting* namun dapat pula diintegrasikan dengan layanan teknologi informasi (internet) dan Telekomunikasi.

²⁰Terdapat 64,6% responden di 5 kota sampel yang saat ini menyatakan bersedia membeli peralatan tambahan (Hasil Data Penelitian Penyelenggaraan Penyiaran Digital, Puslitbang PPI, 2012).

Penutup

Kebutuhan investasi perangkat baru dan kebutuhan peralatan tambahan bagi calon pengguna penyiaran digital akan menjadi sesuatu yang dipertimbangkan oleh masyarakat untuk menikmati siaran digital. Sebagian besar responden di lima kota belum sepenuhnya memahami rencana implementasi penyiaran digital di Indonesia. Pihak industri sudah cukup *aware* dengan potensi-potensi yang dimiliki pasar pemirsa TV Indonesia dalam penyelenggaraan penyiaran TV *digital*, seperti memiliki karakteristik minat menonton TV yang tinggi, kritis terhadap kualitas siaran, dan budaya hidup semakin *mobile*, serta potensi penyiaran TV digital itu sendiri, dalam berperan serta meningkatkan akses sosial kemasyarakatan melalui konvergensi layanan dengan memberdayakan konten-konten lokal dari seluruh penjuru Indonesia.

Kesiapan masyarakat industri dan masyarakat awam dari sisi pengetahuan dan penguasaan teknologi terkendala terbatasnya akses informasi terutama, kurangnya pemerataan informasi ini dapat berimplikasi menjadi faktor penghambat tingkat serapan implementasi TV digital secara nasional. Hasil survei dari responden dan *indepth interview* dapat disimpulkan prospek penyelenggaraan penyiaran digital tinggi namun perlu ada perhatian dari pemerintah terkait dengan regulasi, program sosialisasi dan komitmen serta konsistensi implementasi rencana migrasi dari analog ke digital.

Dalam implementasi penyiaran digital diperlukan sinergisitas antara pemerintah dan pelaku yang terlibat langsung dengan rencana implementasi penyiaran digital sehingga program *Analog Switch Off* dapat berjalan tanpa hambatan dan juga tentunya sosialisasi kepada masyarakat sebagai bagian dari implementasi. Perlu disusun program sosialisasi dan promosi yang lebih praktis dan taktis baik kepada masyarakat industri penyiaran maupun masyarakat awam sehingga rencana migrasi dari analog ke digital dan implementasi penyiaran digital di Indonesia dapat dilaksanakan dengan baik.

Ucapan Terima Kasih

Tulisan ini dibuat untuk memberikan data dan informasi dengan ringkas dan bersumber dari laporan penelitian di Puslitbang PPI, Badan Litbang SDM, Kominfo. Sehingga dalam tulisan ini disampaikan ucapan terima kasih atas kesempatan dan dukungan kepada seluruh pihak di Puslitbang PPI sehingga tulisan ini dapat terbit, dengan harapan semoga dapat memberikan informasi yang relevan terkait dengan implementasi penyiaran digital di Indonesia.

Daftar Pustaka

- A. Osterwalder and Y. Pigneur. 2010. *"Business Model Generation,"* John Wiley and Sons, Hoboken, New Jersey.
- Agarwal, R., Prasad J. 1998. A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information Systems Research*, 9 (2), hal.204–215.
- Flynn L.R., Goldsmith R.E. 1993. A validation of the Goldsmith and Hofacker innovativeness scale. *Educational and Psychological Measurement*.53 (7), hal.1105–1116.
- Fachmi Basyaib. *Teori Pembuatan Keputusan*. Grasindo.
- G. Lee, S. Cho, K. Yang , Y. K. Hahm, and S. Lee. February 2005. "Development Of Terrestrial DMB Transmission System Based On Eureka-147 DAB System," IEEE Trans. on Cons. Elect. , Vol. 51(1), pp. 63-68.
- Gelugne, Pascal. 2012. *"Analogue to Digital Migration"*, Asia Media Summit Bangkok.
- Kinugasa, S., Motohashi, K. Sawng, Y., Terada, S. 2010. Empirical Study of IPTV Diffusion: Comparison between Japan and Korea. RIETI Discussion Paper Series 10-E-021.
- Kondo, Masanori. 2012. *"Digital Broadcasting: Oppotunity, Business & Challenges"*, Asia Media Summit Bangkok.
- Kwon H.S., Chidambaram L. 2000. *A test of the technology acceptance model: the case of cellular telephone adoption*, in: Proceedings of the 33rd Hawaii International Conference on System Sciences.
- Loyd, B.H., Gressard, C. 1984. Reliability and factorial validity of computer attitude scales. *Educational and Psychological Measurement* , 44, hal. 501–505.
- McQuail, Denis. 2010. *Mass Communication Theory*, hal. 36.
- Midgley, D.F., Dowling G.R. 1978. Innovativeness: the concept and its measurement. *Journal of Consumer Research* 4, hal.229–242.
- Nyiro, N. 2011. Acceptance and Diffusion of Media Technology Innovations, Ph.D Dissertation, Corvinus University of Budapest.
- Parasuraman A.2000. Technology readiness index (TRI): A Multiple Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), hal.307–320.
- Rogers, E., 2003. *Diffusion of Innovations 5th Edition*, Free Press, NY, USA
- Scheier M.F., Carver C.S. 1992. Effects of optimism on psychological and physical well-being: Theoretical overview and empirical update. *Cognitive Therapy and Research*, 16, hal.201–228.
- Venkatesh, V. 2000. Determinants of Perceived Ease of Use Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model" *Information Systems Research* 11(4), hal.342-365.
- Walezuch R., J. Lemmink, S. Streukens. 2007. The Effect of Service Employee's Technology Readiness on technology Acceptance, *Information & Management*, 44, hal. 206-215.

APLIKASI PENCARIAN MASJID TERDEKAT DENGAN MEMANFAATKAN *GLOBAL POSITIONING SYSTEM* DAN *NETWORK PROVIDER* BERBASIS *SMARTPHONE* (STUDI KASUS: *TRAVELING*)

Siti Ummi Masruroh, Lukmanul Hakim, Andrew Fiade

-Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta-

Pendahuluan

Ketika kita sedang melakukan *traveling* ke tempat asing (yang baru pertama kali dikunjungi) dan ingin mencari di mana masjid terdekat, tentu akan sedikit sulit. Apalagi jika Agama Islam merupakan minoritas di sana. Sulit rasanya bila kita harus mencari laptop atau komputer kemudian menyalakannya dan mengkoneksikannya dengan internet dan kemudian mencari dimana masjid terdekat. Dan bila masjid yang ditemukan jaraknya cukup jauh, kita tetap diwajibkan untuk menjalankan shalat. Tentunya kita juga harus mengetahui waktu shalat dan arah kiblat yang tepat. Hal ini akan lebih memudahkan bila kita menggunakan *smartphone* yang terkoneksi dengan internet di mana di dalamnya terdapat sebuah aplikasi yang dapat langsung mencari masjid terdekat ketika kita mengaksesnya, dan di dalam aplikasi tersebut juga terdapat fitur untuk mengetahui waktu shalat dan arah kiblat yang tepat untuk lokasi keberadaan kita. Dari permasalahan tersebut maka dibuat "Aplikasi Pencarian Masjid Terdekat Dengan Memanfaatkan *Global Positioning System* Dan *Network Provider* Berbasis *Smartphone* (Studi Kasus: *Traveling*)".

Latar Belakang

Pencarian merupakan hal yang selalu kita lakukan sehari-hari. Setiap orang pada hakikatnya selalu mencari akan kebutuhan yang diperlukan untuk melanjutkan kehidupan seperti makan, minum, tak terkecuali sarana ibadah.

Sebagai umat Islam, manusia bahkan dianjurkan untuk selalu mencari ilmu. Hal ini mengakibatkan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin berkembang. Bahkan menurut Indrajit (2013:4) "Tidak ada yang dapat menahan lajunya perkembangan teknologi informasi". *Smartphone* seperti Android, iPhone, dan BlackBerry adalah salah satu hasil dari perkembangan teknologi tersebut.

Dahulu orang hanya menggunakan *handphone* untuk menelepon dan mengirim pesan singkat, sekarang dengan adanya *smartphone* orang dapat melakukan banyak hal lebih, seperti mengakses internet dan mencari suatu lokasi tertentu. Dengan adanya *smartphone* tentunya akan lebih membantu manusia dalam melakukan pekerjaannya sehari-hari. Bahkan untuk melakukan pencarian suatu tempat sudah sangat mudah semenjak adanya fungsi GPS pada kebanyakan

smartphone. GPS (*Global Positioning System*) dengan mudah menentukan lokasi keberadaan penggunanya. Tentunya dengan fitur GPS tersebut kita juga dapat menemukan lokasi tujuan.

"A smartphone can be seen as a potential unobtrusive sensor device. Currently, most smartphone in the market have multiple-built in sensor, such us accelerometer, proximity, Global Positioning System (GPS), and magnetometer." (Lau, 2011:28)

Selain GPS, pencarian lokasi keberadaan pengguna juga dapat diketahui dengan menggunakan *jaringan internet*. Salah satu contoh dari penerapan dan pemanfaatan GPS pada *smartphone* adalah untuk mencari masjid terdekat dari lokasi pengguna. Sebagai umat Islam, menunaikan ibadah shalat 5 waktu adalah suatu kewajiban yang harus dipenuhi. Untuk menunaikan ibadah tersebut akan lebih baik jika dikerjakan di masjid.

Masalah akan muncul ketika kita sedang melakukan *traveling* ke tempat asing (yang baru pertama kali dikunjungi) dan ingin mencari di mana masjid terdekat. Tentu akan sedikit sulit menemukan masjid di tempat seperti itu. Keberadaan *smartphone* dapat memudahkan pengguna dalam pencarian di manapun dan kapanpun. Jika masjid yang ditemukan jaraknya cukup jauh, kita tetap diwajibkan untuk menjalankan shalat. Tentunya kita juga harus mengetahui waktu shalat dan arah kiblat yang tepat. Hal ini akan lebih memudahkan bila kita menggunakan *smartphone* yang terkoneksi dengan internet dimana di dalamnya terdapat sebuah aplikasi yang dapat langsung mencari masjid terdekat ketika kita mengaksesnya, dan di dalam aplikasi tersebut juga terdapat fitur untuk mengetahui waktu shalat dan arah kiblat yang tepat untuk lokasi keberadaan kita.

Aplikasi pencarian masjid terdekat dengan memanfaatkan *Global Positioning System* dan *Network Provider* Berbasis *Smartphone* akan sangat memudahkan dalam hal pencarian khususnya pada *"Traveler"*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan permasalahan, yaitu bagaimana membuat aplikasi berbasis *smartphone* (Android) untuk para *traveler* agar dapat mengetahui masjid terdekat dengan parameter rute masjid, jadwal sholat, arah kiblat.

Adapun tujuan penelitian kali ini adalah untuk membantu para *traveler* mengetahui di mana masjid terdekat, mengetahui rute menuju masjid terdekat, jadwal shalat yang tepat, mengetahui arah kiblat yang tepat.

Definisi Aplikasi

Aplikasi dalam penelitian ini lebih dekat dengan *application software*. *"Application software consists of program designed to make user more productive and/or assist them with the personal task"* (Shelly, et al. 2008:134). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa aplikasi merupakan program komputer ataupun *smartphone* yang dibentuk untuk membantu pengerjaan tugas-tugas dari penggunanya.

Masjid adalah rumah tempat ibadah umat Muslim. Akar kata dari masjid adalah *sajada* di mana *sajada* berarti sujud atau tunduk. Masjid berukuran kecil juga disebut musholla, langgar atau surau. Selain tempat ibadah masjid juga merupakan pusat kehidupan komunitas muslim.

Kegiatan-kegiatan perayaan hari besar, diskusi, kajian agama, ceramah dan belajar Al Qur'an sering dilaksanakan di Masjid. Bahkan dalam sejarah Islam, masjid turut memegang peranan dalam aktivitas sosial kemasyarakatan hingga kemiliteran.

Dalam aplikasi ini peneliti mendefinisikan masjid terdekat ialah masjid yang berjarak radius 2 kilometer dari tempat keberadaan pengguna aplikasi. Tiap 1° *latitude* = ± 111 km., *1 degree of latitude can be considered as equal to 60 nautical miles (111,12 km).*,” (Cutler, 2004:11). Dengan demikian dapat dihitung bahwa 1 kilometer = $\pm 0,009^{\circ}$. Teori ini akan digunakan dalam pembuatan aplikasi.

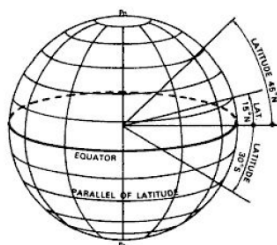
Global Positioning System (GPS)

Global Positioning System (GPS) adalah sebuah sistem berbasis satelit yang mengirim dan menerima *signal radio*.

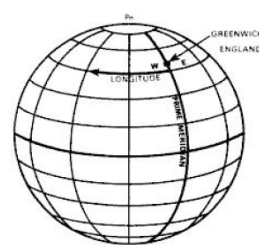
“Global Positioning System (GPS) is a satellite-base that sends and receives radio signal. A GPS receiver acquires this signals and provides you with information. Using the GPS technology, you can determine location, velocity, and time, 24 hours a day, in any weather condition any where in world-for free.” (Garmin, 2008:4)

GPS akan menerima *signal radio* tersebut dan menyampaikan informasi kepada penggunanya. Dengan menggunakan GPS, pengguna dapat menentukan lokasi, kecepatan, dan waktu dimanapun dan kapanpun. GPS menentukan lokasi dengan menggunakan *latitude* dan *longitude* bumi. *Latitude* adalah garis lintang bumi yang menggunakan garis equator sebagai acuan dan penentu posisi utara atau selatan, dimana garis 0° berada pada equator.

“Latitude (abbreviated as Lat., Symbol L, or occasionally Φ -the Greek letter phi) uses the equator as a starting reference and defines a position as either being north or south of it, depending upon whether the position is closer to the north pole or the south pole.” (Cutler, 2004:10).



Gambar 1. Latitude
(Cutler, 2004:10)



Gambar 2. Longitude
(Cutler, 2004:10)

Sedangkan, *longitude* adalah garis bujur bumi yang diukur berdasarkan garis bujur yang melewati kota Greenwich, Inggris (*prime meridian*/ 0°).

Network Provider

Network provider menyediakan akses ke sistem *location service* pada *smartphone* Android. Layanan ini memungkinkan aplikasi untuk mendapatkan *update* periodik mengenai lokasi geografis

dari perangkat yang digunakan, atau untuk membuat *Intent* ke aplikasi tertentu bila perangkat yang digunakan memasuki kedekatan lokasi geografis tertentu

“access to the system location services. These services allow applications to obtain periodic updates of the device’s geographical location, or to fire an application-specified Intent when the device enters the proximity of a given geographical location.” (Developer. Android, 2013)

Network provider menggunakan dua buah sumber untuk menentukan lokasi penggunanya, yaitu lokasi wi-fi dan lokasi *cell-tower* yang digunakan oleh pengguna. Namun *network provider* cenderung menghasilkan data lokasi yang kurang akurat jika dibandingkan dengan GPS. (Millette, and Stroud, 2012: 15)

Network provider dapat digunakan baik di dalam maupun di luar ruangan. *Network provider* akan lebih cepat untuk merespon dalam pencarian lokasi dibandingkan dengan GPS. Penggunaan *network provider* untuk mengetahui lokasi pengguna akan lebih sedikit menggunakan daya baterai dibandingkan bila menggunakan GPS.

Smartphone

“smart phone is an Internet-enabled telephone that usually also provide PDA capabilities.” (Shelly, et al., 2008:22). Jenis-jenis sistem operasi pada *smartphone* diantaranya adalah Android, iPhone, dan BlackBerry. Android adalah sistem operasi berbasis Linux yang dirancang untuk perangkat seluler layar sentuh seperti *smartphone* dan *PCTablet*. Android awalnya dikembangkan oleh Android, Inc., dengan dukungan finansial dari Google, yang kemudian membelinya pada tahun 2005. Sistem operasi ini dirilis secara resmi pada tahun 2007, bersamaan dengan didirikannya *Open Handset Alliance*, konsorsium dari perusahaan-perusahaan perangkat keras, perangkat lunak, dan telekomunikasi yang bertujuan untuk memajukan standar terbuka perangkat seluler.

Google Maps Android API Dengan *Google Maps Android API*, maka dimungkinkan untuk menambahkan peta berdasarkan data dari *Google Maps* untuk aplikasi pencarian masjid terdekat ini. API secara otomatis menangani akses ke server *Google Maps*, mengunduh data dan menampilkan peta.

API ini juga memungkinkan pengembang untuk menambahkan grafis-grafis seperti gambar untuk penanda lokasi, dan garis untuk membuat rute.

Untuk menggunakan *Google Maps Android API* dibutuhkan *Google Maps Android API key* untuk mengidentifikasi pengguna yang mengakses *Google Maps Android API*. Untuk mendapat *key* tersebut, dibutuhkan kode *fingerpint* SHA-1 dari laptop/ komputer yang digunakan untuk membangun aplikasi. *fingerpint* adalah string teks unik yang dihasilkan dari algoritma SHA-1 *hashing* yang biasa digunakan. Karena *fingerpint* itu sendiri bersifat unik, *Google Maps* menggunakannya sebagai cara untuk mengidentifikasi aplikasi yang dibangun.

Peneliti memperkuat aplikasi pencarian masjid ini dengan menggunakan *Google Places API*, yang dapat digunakan untuk menemukan informasi rinci tentang tempat-tempat di berbagai kategori. *Google Places API* didukung oleh database yang sama yang digunakan oleh *Google Maps*.

Google Distance Matrix API adalah layanan yang menyediakan jarak perjalanan dan waktu untuk matriks asal dan tujuan. Informasi yang kembali didasarkan pada rute yang

direkomendasikan antara titik awal dan akhir, yang dihitung oleh *Google Maps API*, dan terdiri dari baris yang mengandung nilai-nilai durasi dan jarak untuk setiap pasangan.

"The Google Distance Matrix API is a service that provides travel distance and time for a matrix of origins and destinations. The information returned is based on the recommended route between start and end points, as calculated by the Google Maps API, and consists of rows containing duration and distance values for each pair."(Developer. google, 2013)

Layanan ini tidak mengembalikan informasi rute rinci seperti halnya *Google Direction API*. Setiap *query* yang dikirimkan ke *Distance Matrix API* dibatasi oleh jumlah elemen yang diperbolehkan, di mana jumlah asal kali jumlah tujuan mendefinisikan jumlah elemen.

Distance Matrix API memiliki batasan sebagai berikut:

- 100 elemen per *query*.
- 100 elemen per 10 detik.
- 2.500 elemen per 24 jam.

Google Direction API adalah layanan yang dapat menentukan rute dari suatu tempat ke tempat lain dengan melakukan *http request*. *"the Google Directions API is a service that calculates directions between locations using an HTTP request"* (Developer.google, 2013). Pengembang dapat mencairi rute dengan beberapa *mode* transportasi seperti, angkutan umum, mobil, berjalan kaki ataupun bersepeda.

Untuk melakukan *request* ke *Google Direction API* ini, perlu untuk ditentukan terlebih dahulu lokasi (*latitude/longitude*) asal dan tujuan, serta jenis transportasi yang ingin digunakan. Lokasi dan jenis transportasi akan dijadikan parameter untuk melakukan *request*.

Google Direction API akan mengembalikan informasi langkah-langkah yang berupa titik *latitude* dan *longitude* yang bisa dilalui.

PrayTime.info adalah layanan yang menyediakan atau memfasilitasi penggunaanya untuk menjalankan shalat. layanan ini memberikan informasi waktu shalat harian, waktu shalat bulanan, adzan, cara shalat, dan banyak lagi yang lainnya.

"PrayTime.info is to provide resources for believers that will facilitate prayer establishment. These resources include daily prayer times, monthly prayer timetables, different adhan recitations, direction of the qibla, different Quran recitations, Quran text, prayer tutorials, and many others. PrayTime.info was established in 2006 by a non-affiliated group of Muslim students in Southern California and it is not a commercial website." (Praytime.info, 2013)

Muslimsalat API adalah API yang menyediakan data yang hampir sama dengan *PrayTime API* yaitu waktu shalat, namun API ini juga menyediakan gambar arah kiblat sesuai derajat kemiringan dari lokasi pengguna terhadap Ka'bah. Gambar tersebut bisa didapatkan dengan melakukan *HTTP request*. Hal inilah yang dimanfaatkan peneliti untuk menampilkan gambar arah kiblat di dalam aplikasi.

Untuk melakukan *HTTP request* diperlukan parameter yang harus diketahui sebelumnya seperti *size* gambar yang diinginkan serta derajat kemiringan dari lokasi tertentu terhadap Ka'bah

Android SDK (*Software Development Kit*)

Android *Software Development Kit* (SDK) adalah kumpulan *file* dan *utilities* yang bekerja saling bahu membahu dengan IDE Eclipse yang menciptakan alat pengembangan khusus untuk Android.

“The Android Software Development Kit (SDK) is a collection of files and utilities that work hand in hand with the Eclipse IDE to create an Android-specific development tool.” (Jackson, 2011: 8).

Dalam SDK Android terdapat kelas-kelas, serta nilai-nilai konstanta yang dapat digunakan oleh pengembang.

Kelas-kelas yang digunakan oleh peneliti diantaranya adalah

1. *Location Manager*: Menangani pencarian lokasi pengguna.
2. *Location Listener*: Menangani hal yang akan dilakukan sistem ketika lokasi pengguna ditemukan.
3. *Sensor Manager*: Menangani sensor gerak pengguna dengan acuan kutub utara.
4. *Location*: Menangani penentuan nilai *latitude* dan *longitude* lokasi pengguna.

ADT (*Android Development Tool*)

Untuk memudahkan pembangunan aplikasi Android, dibutuhkan *plug-in* ADT Android yang terintegrasi dengan IDE Eclipse. ADT memperluas kemampuan Eclipse agar pengembang aplikasi dapat dengan mudah membuat proyek Android baru, membuat tampilan aplikasi, menambahkan *packages* berdasarkan kerangka Android API, *men-debug* aplikasi dengan *tools* SDK Android, dan bahkan membuat file *.apk* untuk mendistribusikan aplikasi yang telah dibuat.

“ADT extends the capabilities of Eclipse to let you quickly set up new Android projects, create an application UI, add packages based on the Android Framework API, debug your applications using the Android SDK tools, and even export signed (or unsigned) .apk files in order to distribute your application.” (Developer.Android, 2013)

Mengembangkan aplikasi Android di Eclipse dengan menggunakan ADT sangat dianjurkan. Ini adalah cara tercepat untuk memulai membuat aplikasi Android. Dengan disediakannya panduan *setup* proyek Android baru, editor XML kustom untuk merancang tampilan aplikasi, dan *debug outputpane*, ADT memberikan dukungan yang luar biasa dalam mengembangkan aplikasi Android.

Metode Penelitian

Kuisisioner

Kuisisioner dimaksudkan untuk mendapatkan informasi dari calon pengguna aplikasi mengenai pernah atau tidaknya mereka kesulitan dalam mencari masjid terdekat dan data apa saja yang ingin didapatkan oleh calon pengguna tersebut di dalam aplikasi pencarian masjid ini dengan memanfaatkan grup-grup yang mengusung tema *traveling* dalam *social media network* seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Kaskus*.

Studi Pustaka

mencari referensi-referensi yang relevan dengan objek yang akan diteliti. Referensi-referensi tersebut dimaksudkan untuk mencari informasi yang akan digunakan dalam penyusunan landasan teori, metodologi penelitian, dan pengembangan sistem secara langsung. Pencarian referensi-referensi tersebut peneliti lakukan dengan mengunjungi perpustakaan, maupun lewat media internet.

Rapid Application Development

Requirements Planning (Perencanaan Syarat-Syarat)

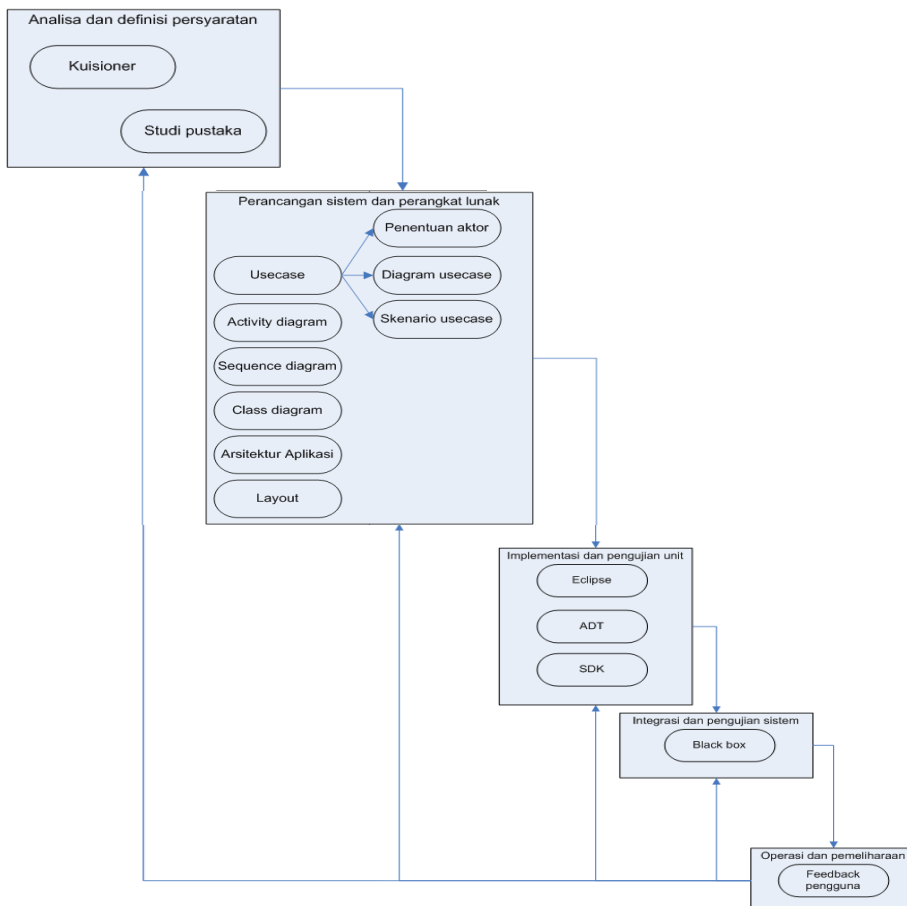
Menganalisa dan mendefinisikan persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi dalam aplikasi ini dengan cara melihat data hasil kuisioner yang telah disebarakan sebelumnya kepada calon pengguna.

RAD Design Workshop (Workshop Desain RAD)

Merancang sistem dan perangkat lunak sesuai dengan persyaratan yang ada. Perancangan dengan menggambarkan diagram UML seperti membuat *usecase diagram*, *activity diagram*, *sequence diagram*, dan *class diagram*. Selain itu, peneliti juga akan merancang tampilan (*layout*) dari aplikasi yang akan dibuat untuk memfasilitasi interaksi antara pengguna dengan sistem yang digunakan.

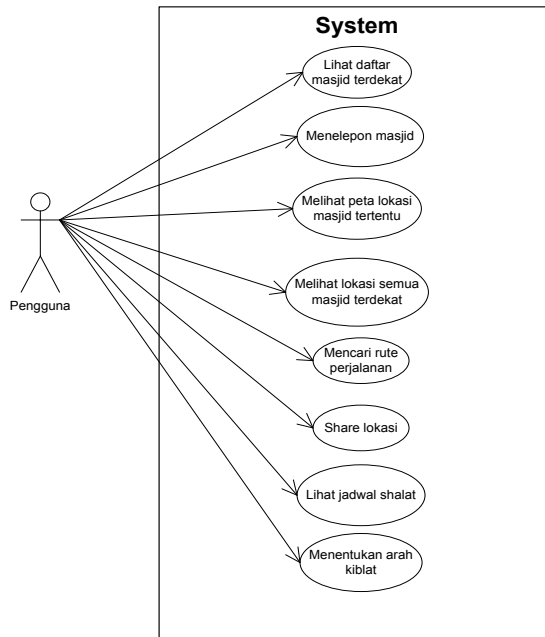
Implementation (Implementasi)

Membuat program berbasis *smartphone* Android yang menggunakan bahasa pemrograman java dan menggunakan editor Eclipse serta melakukan pengujian tiap unit yang akan berjalan dalam aplikasi.



Perancangan *Usecase Diagram*

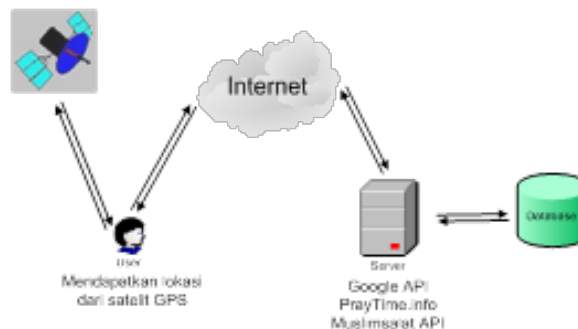
Berikut adalah *usecase diagram* yang dirancang oleh peneliti.



Gambar 3. Usecase Diagram

Pada gambar 3 dapat dilihat apa saja interaksi yang dapat dilakukan oleh pengguna terhadap sistem. Pengguna dapat melihat daftar masjid terdekat, melihat peta lokasi masjid tertentu dan semua masjid terdekat, rute perjalanan menuju suatu masjid, berbagi mengenai tempat keberadaan masjid ataupun lokasi pengguna melalui aplikasi berbasis *text* yang ter-*instal* di dalam perangkat *smartphone* yang digunakan seperti Twitter, WhatsApp, Line, dan bahkan SMS, melihat jadwal shalat sesuai dengan tempat keberadaan pengguna, serta menentukan arah kiblat.

Rancangan Arsitektur Aplikasi

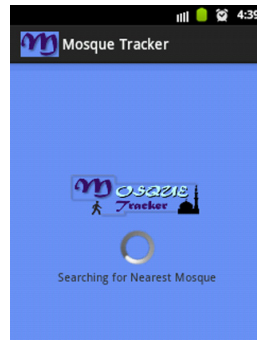


Gambar 4. Arsitektur aplikasi

Gambar 4. menggambarkan arsitektur di dalam aplikasi. Pengguna akan memanfaatkan internet untuk mengakses Google API, PrayTime.info, dan Muslimsalat API. Google API akan mengakses *database* Google untuk mencari data masjid yang dibutuhkan, PrayTime.info akan mengakses *database* untuk mendapatkan jadwal shalat, dan Muslimsalat API akan mengakses gambar kiblat.

Pengujian Sistem

Berikut adalah hasil pengujian sistem yang telah dilakukan:



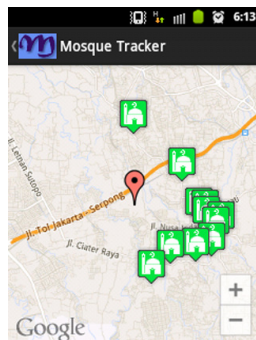
Gambar 5. *Splash screen*

Gambar 5. merupakan *splash screen* yang akan muncul saat sistem akan mengunduh data yang dibutuhkan.



Gambar 6. Daftar masjid terdekat

Gambar 6. menampilkan daftar masjid terdekat, pada halaman tersebut terdapat tombol *See All On Map* untuk melihat seluruh lokasi masjid terdekat pada peta, *Refresh* untuk mengulangi pencarian masjid terdekat, dan Menu untuk menampilkan sub menu *Qibla*, dan *Prayer Times*.



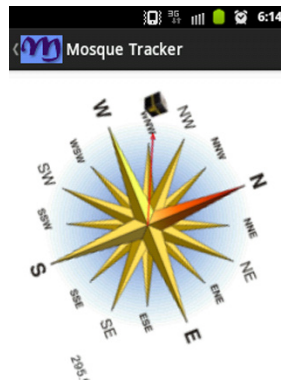
Gambar 7. Peta lokasi pengguna dan masjid terdekat

Gambar 7. menunjukkan tampilan peta lokasi pengguna dan masjid. Peta yang akan ditampilkan berasal dari layanan peta *Google Map*.



Gambar 8. Jadwal shalat

Gambar 8. menunjukkan tampilan jadwal shalat. Jadwal shalat yang ditampilkan ialah subuh, dzuhur, ashar, maghrib, dan isya. Jadwal yang ditampilkan memanfaatkan data dari API *Praytime*. Jadwal shalat yang ditampilkan sesuai dengan jadwal shalat yang telah disepakati oleh Liga Muslim Dunia.



Gambar 9. Arah kiblat

Gambar 9. menunjukkan tampilan penunjuk arah kiblat kepada pengguna. Gambar arah mata angin seperti kompas yang akan selalu menunjukkan arah utara, selatan, barat, dan timur disertai dengan penunjukan arah kiblat sesuai dengan lokasi keberadaan pengguna.

Kesimpulan

Setelah melakukan perancangan dan pembangunan aplikasi pencarian masjid terdekat, peneliti menyimpulkan 4 hal, yaitu:

1. Aplikasi pencarian masjid terdekat ini dibuat dengan memanfaatkan *Google Places API* untuk mengetahui data masjid terdekat, dan mengetahui jarak masjid dengan posisi pengguna dengan memanfaatkan *Google Distance Matrix API*.
2. Aplikasi pencarian masjid terdekat inimencari rute terdekat yang bisa ditempuh untuk menuju masjid yang ingin dituju dengan memanfaatkan *Google Direction API* dan menampilkannya di peta dengan memanfaatkan *Google Maps Android API*.
3. Aplikasi ini membantu pengguna untuk menentukan waktu shalat yang tepat sesuai dengan lokasi keberadaan pengguna dengan melakukan *http request* ke *PrayTime.info*.
4. Aplikasi ini menentukan arah kiblat dengan memanfaatkan *method bearingTo (Location dest)* dalam SDK Android yang akan menghitung sudut kemiringan lokasi pengguna terhadap Ka'bah, dan memanfaatkan *Muslimsalat API* untuk menampilkan gambar kiblat yang telah disediakan. Sedangkan untuk membuat kompas kiblat, aplikasi ini memanfaatkan sensor *orientation* dari perangkat *smartphone* Android yang digunakan.

Saran

Berikut ini adalah saran yang peneliti bisa berikan dan mungkin berguna untuk meningkatkan kinerja sistem.

1. Perlunya pengujian lebih lanjut terkait dengan *bug* yang terdapat pada aplikasi pencarian masjid terdekat tersebut agar kinerja sistem dapat lebih optimal.
2. Perlunya pengembangan terhadap tampilan aplikasi agar gambar yang ditampilkan lebih enak dilihat dan aplikasi lebih nyaman digunakan.

Daftar Pustaka

- Cutler, Thomas J. 2004. *Dutton's Nautical Navigation*. 15th ed. Annapolis: Naval Institute Press. [Online] Tersedia: http://books.google.co.id/books?id=duzio80kjPoC&pg=PA11&dq=1+km+in+degree&hl=en&sa=X&ei=SjMJUbrZBsGhmQXxsYDwDQ&redir_esc=y#v=onepage&q=1%20km%20in%20degree&f=false [30 Januari 2013]
- Developer. Android. 2013. *Location Manager*. [Online] Tersedia: <http://developer.android.com/reference/android/location/LocationManager.html> [12 Juni 2013]
- _____. 2013. *ADT Plugin*. [Online] Tersedia: <http://developer.android.com/tools/sdk/eclipse-adt.html> [12 Juni 2013]
- Developer. Google. 2013. *Introduction to the Google Maps Android API v2*. [Online] Tersedia: <https://developers.google.com/maps/documentation/android/intro> [4 Maret 2013]
- _____. 2013. *The Google Directions API*. [Online] Tersedia: <https://developers.google.com/maps/documentation/distancematrix/> [4 Maret 2013]
- _____. 2013. *The Google Distance Matrix API*. [Online] Tersedia: <https://developers.google.com/maps/documentation/distancematrix/> [4 Maret 2013]
- _____. 2013. *Welcome to the Google Places API*. [Online] Tersedia: <https://developers.google.com/places/documentation> [4 Maret 2013]
- Garmin. 2008. *GPS Beginner's Guide*. [Online] Tersedia: http://www8.garmin.com/manuals/GPSGuideforBeginners_Manual.pdf [22 Februari 2013]
- Guritno, Suryo, dkk. 2011. *Theory and Application if IT Research - Metodologi Penelitian Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Indrajit, Rochardus E. 2013. *Evolusi Perkembangan Teknologi Informasi*. [Online] Tersedia: <http://duarto.web.id/EVOLUSI-PERKEMBANGAN-TEKNOLOGI-INFORMASI.pdf> [3 Maret 2013]
- Jackson, Wallace. 2011. *Android Apps for Absolute Beginner*. [Online] Tersedia: <http://vs137014.vserver.de/koko/Ebook/android/Apress-Android.Apps.for.Absolute.Beginners.pdf> [20 Februari 2013]
- Jacobson, Daniel. Et. al. 2012. *APIs: A Strategy Guide* [Online] Tersedia: <http://it-ebooks.info/go.php?id=349-1371404628-2b774a8b7caecb59df4be02349578853> [16 Juni 2013]
- Java. 2013. *What is Java technology and why do I need it?*. [Online] Tersedia: http://www.java.com/en/download/faq/whatis_java.xml [22 Februari 2013]
- Json. 2013. *JSON (JavaScript Object Notation)*. [Online] Tersedia: <http://www.json.com/> [9 Juni 2013]
- Lau, Sian Lun. 2012. *Towards a user-centric context aware system: empowering users through* [Online] Tersedia: <http://www.uni-kassel.de/upress/online/frei/978-3-86219-244-1.volltext.frei.pdf> [3 maret 2013]
- PrayTime.info. 2013. *About Us*. [Online] Tersedia: <http://praytime.info/about.html> [13 September 2013]
- Rizky, Soetam. 2011. *Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Shalahuddin, Muhammad dan Rosa Ariani S. 2011. *Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak*. Bandung: Modula.
- Shelly, Gary B., et al. 2008. *Discovering Computers 2008 Complete*. Boston: Thomson Chourse Technology.
- Sugiarti, Yuni. 2013. *Analisis dan Perancangan UML (Unified Model Language) Generated VB.6 Disertau Contoh Studi Kasus dan Interface Web*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

PEMANFAATAN MEKANISME TRANSAKSI *MOBILE COMMERCE* OLEH MASYARAKAT

Diah Arum Maharani

-Peneliti Puslitbang PPI Kementerian Kominfo-

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi informatika membawa dampak perubahan budaya dan perilaku masyarakat dalam bertransaksi, baik itu transaksi barang maupun jasa. Seiring dengan melonjaknya pengguna internet, baik yang memakai komputer atau *notebook*, maupun mengakses internet lewat ponsel yang tumbuh luar biasa, belanja *online* saat ini sudah bukan kegiatan yang aneh. Orang semakin terbiasa melakukan transaksi memanfaatkan jaringan internet. Dari membeli buku, memesan tiket, membeli peralatan elektronik dan aktivitas lainnya. Ketika ingin membeli sesuatu, *browsing* melalui internet, memilih barang dan langsung klik. Cepat, efisien dan langsung ke pihak pertama. Potensi pertumbuhan bisnis *e-commerce* di Indonesia diperkirakan cukup besar seiring dengan lonjakan pengguna internet yang pesat.

Indonesia merupakan negara berkembang dimana masyarakatnya sangat terbuka dengan teknologi baru. Jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat sangat pesat. Menjamurnya *smartphone* dengan fasilitas internet yang menawarkan fitur sosial media *online*, semakin meningkatkan jumlah masyarakat yang mengerti dan teredukasi mengenai perdagangan via internet. Hal ini merupakan tantangan sekaligus kesempatan yang besar bagi perusahaan *e-commerce* untuk dapat berkembang di Indonesia.

Di Indonesia, *m-commerce* memang belum tumbuh secepat negara Asia lainnya. Akan tetapi, dalam hal konsumsi, penggunaan perangkat mobile tumbuh kian cepat. Secara infrastruktur, koneksi Internet melalui jaringan seluler dan layanan *wireless broadband* semakin baik, bisa mencapai kecepatan >1 Mbps meskipun belum selalu stabil di semua tempat. Selain itu tingginya penetrasi penggunaan telepon seluler membuat berbagai layanan *e-commerce* yang menasar konsumen Indonesia akan tertinggal jika tidak mengakomodasi solusi di ranah *mobile*.

Perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia melesat dalam lima tahun terakhir. Data *Indonesia's eCommerce Lanscape 2014* memperlihatkan bahwa jumlah *online shopper* 7,4 juta orang di tahun 2015 dan diprediksi akan mengalami kenaikan menjadi 8,7 juta orang di tahun 2016. Nilai transaksi *e-commerce* juga diperkirakan akan terus meningkat dari US\$3.56 milyar di tahun 2015 menjadi US\$4.89 milyar di tahun 2016. Potensi ini dibarengi dengan jumlah pengguna internet yang mencapai angka 93,4 juta orang atau sekitar 30 persen dari total penduduk di Indonesia.



Gambar 1. Prospek Bisnis E-Commerce di Indonesia

Sumber: Kominfo

Cara baru berbisnis menggunakan *m-commerce* diyakini kini sedang tumbuh dan terus berkembang di Indonesia. Hal ini terlihat jelas dengan terus bermunculannya berbagai inovasi *m-commerce* di dunia bisnis Indonesia. Inovasi *m-commerce* itu dipandang sebagai peluang-peluang bisnis baru atau sumber pendapatan baru, baik disaat sekarang maupun di masa depan. Contohnya, *m-commerce* yang digunakan pada bank berupa *m-banking*. Tidak hanya berupa informasi saldo, mutasi rekening, atau transfer antar rekening, tetapi juga sudah bisa untuk melakukan pembayaran tagihan kartu kredit, pembelian *voucher* kartu Prabayar telepon selular serta pembelian lewat telepon selular untuk order barang lewat internet. Berdasarkan data APJII, penetrasi internet Indonesia secara nasional pada tahun 2013 sekitar 32,5%. Penetrasi internet ini tak lepas dari perkembangan teknologi *mobile cellular*. Semakin banyak perangkat selular pintar (*smartphone*) yang terkoneksi dengan internet. Hal ini membawa banyak peluang tumbuh berkembangnya *m-commerce* di Indonesia.

Growth in Number of Online Shoppers in Indonesia



Gambar 2. Pertumbuhan jumlah *online shopper* di Indonesia

Sumber: Indonesia's eCommerce Landscape 2014

Untuk melihat bagaimana pemanfaatan mekanisme transaksi *m-commerce* oleh masyarakat dilakukan survei terhadap 100 orang reponden yang dipilih secara acak di wilayah DKI Jakarta. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa kuesioner yang terdiri atas sekumpulan pernyataan untuk mengukur variabel yang telah ditentukan. Pada penelitian ini *m-commerce* dibatasi untuk kegiatan/transaksi di antaranya;

- pertukaran informasi (*email/chatting/BBM*) yang mengarah pada terjadinya transaksi *online* dengan menggunakan perangkat *mobile* (perangkat telekomunikasi yang dapat dibawa kemana-mana contohnya *smartphone, tablet*)
- transaksi layanan perbankan (misalnya *M-Banking, Rekening Ponsel, dan sebagainya*) dengan menggunakan perangkat *mobile*
- transaksi jual/beli barang/jasa melalui internet dengan menggunakan perangkat *mobile*.

M-Commerce: Definisi Dan Aplikasi

Mobile commerce (m-commerce) adalah bagian dari *e-commerce* yang dilakukan melalui ponsel. Hal ini memungkinkan orang untuk melakukan transaksi melalui ponsel. Setiap orang memiliki pilihan untuk berbelanja dari mana saja dan kapan saja (Niranjanamurthy M, et.al, 2013). *M-commerce* merupakan pengembangan lebih lanjut dari *e-commerce* dengan prinsip yang berbeda pada mobilitas. *E-commerce* didefinisikan sebagai pertukaran informasi elektronik, barang, jasa dan pembayaran melalui internet (Schulze & Baumgartner, 2001; Efraim et al., 2004). *M-commerce* menurut Ericsson adalah jasa transaksi terpercaya melalui perangkat *mobile* untuk pertukaran barang dan jasa antara konsumen, pedagang, dan institusi finansial. Jadi selama terjadi transaksi atau perpindahan uang dan perantaraan perangkat *mobile* maka dapat dikategorikan *mobile commerce*.

Dari beberapa definisi yang diutarakan di atas, dapat disimpulkan bahwa *mobile commerce* menjalankan bisnis utamanya seperti bisnis yang dijalankan pada *e-commerce*, yaitu jual beli barang atau jasa melalui internet. Walaupun banyak memiliki kesamaan, terdapat beberapa perbedaan antara *e-commerce* dengan *m-commerce* (Niranjanamurthy M, et.al, 2013) di antaranya:

- Di era *mobile shopping*, konsumen dapat mengakses jutaan produk di genggaman tangan mereka dan penjual dapat meningkatkan target capaian penjualan mereka.
- Dapat lebih mengoptimalkan pemanfaatan fitur internet *mobile* menggunakan ponsel ataupun perangkat *mobile* generasi terkini lainnya dibandingkan dengan penggunaan komputer.
- Aplikasi *mobile* baru yang lebih canggih memiliki karakteristik akses berkecepatan tinggi dari perangkat di mana saja, kapan saja.
- Cakupan wilayah lebih luas
- Mengurangi biaya transaksi
- Harga lebih kompetitif
- Mengurangi waktu pemesanan

Menurut Siau, Lim, dan Shen (2003) *m-commerce* berbeda dengan *e-commerce* karena *m-commerce* memiliki karakteristik-karakteristik unik, yaitu:

1. *Ubiquity*, yang berarti bahwa para pengguna *m-commerce* dapat memperoleh berbagai informasi yang mereka inginkan kapanpun tanpa dibatasi oleh lokasi.
2. *Reachability*, yang berarti bahwa melalui *mobile devices*, entitas bisnis dapat menjangkau para *customer* dimanapun kapanpun.
3. *Personalization*, yang berarti bahwa aplikasi-aplikasi *mobile commerce* dapat dibuat sesuai kebutuhan untuk menyediakan informasi atau layanan secara tepat bagi pengguna.
4. *Dissemination*, yang berarti bahwa dengan infrastruktur nirkabel yang dimiliki *m-commerce* memungkinkan penyebaran informasi kepada pengguna dengan jumlah yang besar.

Dalam industri perdagangan saat ini, *m-commerce* telah masuk ke dalam sektor keuangan, jasa, retail, telekomunikasi dan layanan teknologi informasi. *M-commerce* tidak hanya menjadi lebih diterima oleh khalayak tetapi juga lebih dimanfaatkan sebagai cara bisnis/perdagangan yang populer (Niranjanamurthy M, et.al, 2013). Menurut Niranjanamurthy M., et.al, ada beberapa bentuk umum aplikasi *m-commerce*, yakni:

- *Mobile ticketing*
- *Mobile vouchers, coupons and loyalty cards*
- *Content purchase and delivery*
- *Location-based services*
- *Information services*
- *Mobile Banking*
- *Mobile brokerage*
- *Auctions*
- *Mobile purchase*
- *Mobile marketing and advertising*

Coursaris dan Hassanein dalam K. Hameed, et.al. (2010) meneliti empat bidang yang berbeda dari aplikasi bisnis dalam *mobile commerce*. Keempat area aplikasi termasuk Komunikasi, Informasi, Hiburan dan Perdagangan. Menurut penelitian mereka, mereka menemukan bahwa aplikasi *mobile commerce* memiliki perhatian yang khusus karena kebutuhan aplikasi spesifik menargetkan spektrum kebutuhan pengguna yang berbeda.

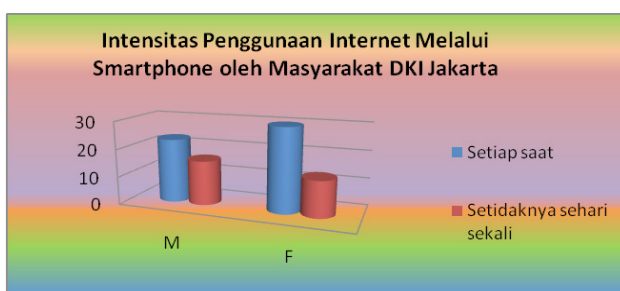
Pemanfaatan M-Commerce

The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology (dalam Surya: 2002) menggolongkan pengguna internet menjadi tiga kategori dengan berdasarkan pemanfaatan intensitas internet:

1. *Heavy user* adalah pengguna internet yang menghabiskan waktu lebih dari 40 jam per bulan. Jenis pengguna internet ini adalah salah satu ciri-ciri pengguna internet yang *addicted*.

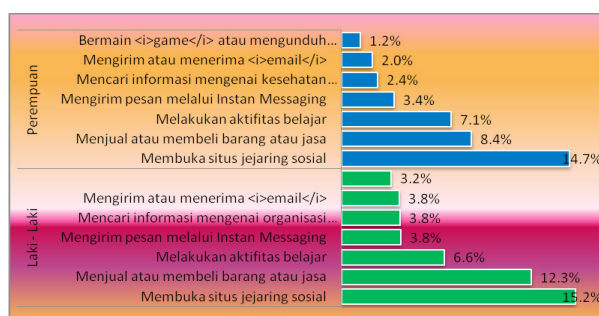
2. *Medium users* adalah pengguna internet yang menghabiskan waktu antara 10 sampai 40 jam per bulan.
3. *Light users* adalah pengguna internet yang menghabiskan waktu kurang dari 10 jam per bulan.

Pada gambar 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden baik laki-laki maupun perempuan menggunakan perangkat *mobile* untuk mengakses internet setiap saat. Ini mengindikasikan gaya hidup masyarakat di wilayah DKI Jakarta dalam memanfaatkan perangkat *mobile* dan akses internet termasuk dalam golongan *heavy user*. Hal ini juga didukung oleh hasil survei penggunaan internet pada individu dan rumah tangga di Indonesia tahun 2014 yang dilakukan oleh Badan Litbang SDM Kominfo. Pada gambar 4 menunjukkan hasil survei yang mengukur aktivitas penggunaan internet oleh individu berdasarkan jenis kelamin.



Gambar 3. Intensitas Penggunaan Internet Melalui Smartphone oleh Masyarakat DKI Jakarta

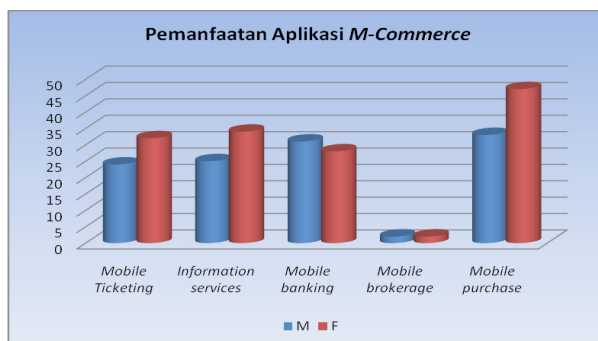
Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua kelompok pada setiap aktivitasnya. Terdapat kecenderungan kedua kelompok melakukan aktivitas yang paling dominan adalah membuka situs jejaring sosial, di mana pada perempuan lebih tinggi yaitu sebesar 71,05% dan laki-laki sebesar 65,16%. Aktivitas kedua tertinggi pada laki-laki adalah mengirim dan menerima email, yaitu sebesar 39,36%, sedangkan untuk perempuan aktivitas tertinggi kedua adalah melakukan aktifitas belajar yaitu sebesar 43,33% .



Gambar 4. Aktivitas Penggunaan Internet oleh Individu Berdasarkan Jenis Kelamin

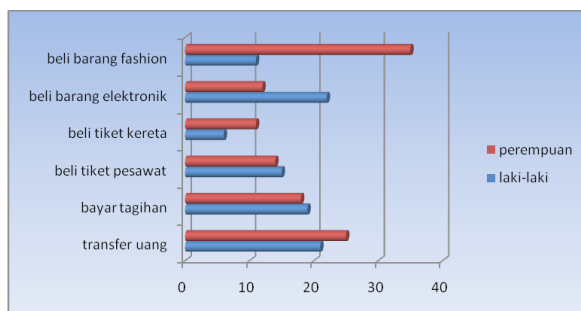
Sumber: Buku Indikator Kominfo 2014

Mengenai aplikasi *m-commerce* apa saja yang dimanfaatkan oleh masyarakat, diperoleh data bahwa baik laki-laki maupun perempuan telah banyak memanfaatkan aplikasi *m-commerce*. Mulai dari *mobile ticketing*, *information services*, *mobile banking*, *mobile purchase* bahkan *mobile brokerage*. Namun demikian terdapat kecenderungan bahwa laki-laki lebih unggul dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*, sementara perempuan lebih unggul menggunakan aplikasi *mobile purchase*.



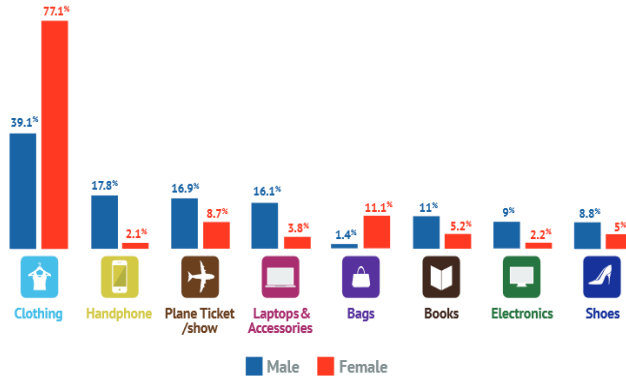
Gambar 5. Pemanfaatan Aplikasi M-Commerce

Jika dilihat dari jenis transaksi yang dilakukan, laki-laki cenderung lebih banyak melakukan pembelian barang elektronik sedangkan perempuan mayoritas melakukan *m-commerce* untuk membeli barang-barang *fashion*. Meskipun demikian baik laki-laki maupun perempuan juga banyak melakukan transaksi seperti transfer uang ataupun pembayaran tagihan. Kecenderungan hasil yang demikian mengindikasikan adanya perubahan tren pola transaksi masyarakat yang tidak lagi hanya mengandalkan transaksi manual tetapi mulai merambah ke media *online*.



Gambar 6. Transaksi M-Commerce Yang Sering Dilakukan

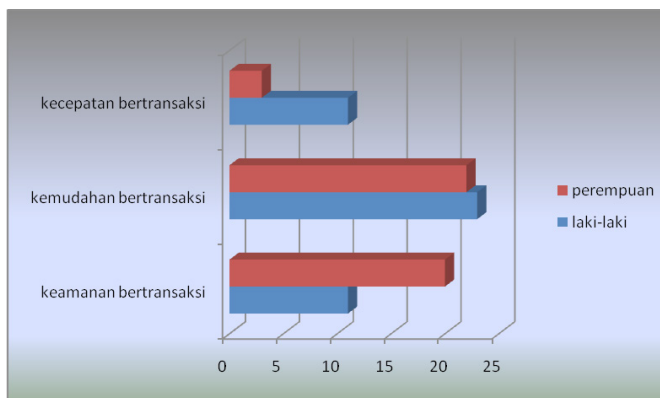
Hasil survei ini juga selaras dengan data APJII di mana perempuan lebih mendominasi pada transaksi pembelian produk pakaian sebesar 77,1% dan produk tas sebesar 11,1%. Sementara laki-laki lebih banyak melakukan pembelian *handphone* sebesar 14,8%; pembelian laptop dan aksesorisnya sebesar 16,1% dan barang elektronik sebesar 9%. Namun demikian, yang paling menonjol dalam transaksi online adalah pembelian pakaian. Kondisi ini didukung oleh hasil penelitian Habuchi et al, 2005, di mana perempuan lebih banyak memanfaatkan *mobile internet* dibandingkan laki-laki. Terlihat dari lebih banyak konten *mobile internet* yang mengakomodasi apa yang perempuan inginkan dan butuhkan.



Gambar 7. Top Buyers & Products

Sumber: APJII

Transaksi *m-commerce* merupakan cara baru dalam bertransaksi dengan menggunakan perangkat *mobile* yang tujuannya untuk lebih memudahkan konsumen dalam bertransaksi. Tidak lagi terhalang tempat dan waktu, setiap saat dapat langsung bertransaksi. Dari hasil survei diketahui bahwa baik laki-laki maupun perempuan mempertimbangkan aspek kemudahan bertransaksi saat memutuskan untuk melakukan transaksi *m-commerce*. Sedangkan untuk aspek kecepatan bertransaksi, mayoritas menjadi pertimbangan laki-laki, sementara perempuan lebih mempertimbangkan aspek keamanan bertransaksi.



Gambar 8. Aspek Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Memutuskan Bertransaksi Menggunakan *M-Commerce*

Melihat kecenderungan hasil survei, mengindikasikan bahwa orang mempertimbangkan aspek kemudahan dalam bertransaksi *m-commerce*. Namun demikian, aspek keamanan juga menjadi perhatian mereka mengingat dalam *m-commerce* pihak penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung.

Penutup

Saat ini secara luas diyakini bahwa *mobile commerce* adalah teknologi yang menjanjikan untuk mengendalikan gelombang kedua *e-commerce*. Banyak aplikasi yang sedang dikembangkan atau yang dimasukkan ke dalam proses bisnis. Agar sebuah aplikasi untuk dapat sukses, salah satu kebutuhan untuk mengevaluasinya tidak hanya kesesuaian antara fungsi dan teknologi tetapi juga kelangsungan hidup organisasi atau unit bisnis.

Oleh karena itu, bagi penyedia layanan *m-commerce* harus membuat aplikasi yang lebih sederhana sehingga dapat mudah dimanfaatkan oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, perlu dibuat aturan yang dapat meningkatkan rasa aman baik pihak penyedia ataupun pengguna *m-commerce* sehingga meningkatkan *trust* masyarakat dalam bertransaksi *m-commerce*.

Daftar Pustaka

- Efraim T., David K., Jae L., Merrill W., Michael CH. (2004). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective (6th Ed.)*. US: Prentice Hall.
- K. Hameed, et.al. (2010). *Mobile Commerce and Applications: An Exploratory Study and Review*. Journal of Computing, Vol. 2, Issue 4, April 2010.
- Nabhani, I., et al. (2015). *M-commerce adoption and performance improvement: proposing a conceptual framework*. International Journal of Economics, Commerce and Management Vol. III, Issue 4, April 2015. United Kingdom.
- Niranjnamurthy M, et.al (2013). *Analysis of E-Commerce and M-Commerce: Advantages, Limitations and Security issues*. International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering Vol. 2, Issue 6, June 2013. ISSN (Online) : 2278-1021.
- Schulze, C. & Baumgartner, J. (2001). *Don't Panic, Do E-Commerce, A Beginner's Guide to European Law Affecting E-Commerce*. European Commission's Electronic Commerce Team.

PETISI *ONLINE* DI INDONESIA: MENGUBAH DESENTRALISASI DARI DUNIA MAYA KE DEMOKRATISASI PADA KEHIDUPAN NYATA

(Studi Kasus pada Pengguna www.change.org Indonesia)

Alip Kunandar dan Yani Tri Wijayanti

-Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta –

Pendahuluan

Tahun 1986, Everret M. Rogers sudah meramalkan bahwa, pada suatu ketika, teknologi komunikasi yang pesat akan mendorong terjadinya desentralisasi informasi. Menurut Rogers, desentralisasi adalah sejauh mana sistem sosial ditandai dengan pembagian kekuasaan dan kontrol di antara anggota sistem tersebut. Hal tersebut berbeda dari sistem desentralisasi/terpusat, yang merupakan salah satu di mana keputusan kunci dibuat oleh pejabat tinggi dan/atau ahlinya. Setiap orang dalam sistem komunikasi dapat berkomunikasi dengan orang lain. Apakah sifat desentralisasi teknologi interaktif terjadi tidak tergantung pada teknologi, tetapi pada faktor-faktor sosial, politik, dan ekonomi yang melekat dalam konteks aplikasi yang spesifik pada teknologi ini. Jadi dampak sosial dari teknologi komunikasi baru sering sangat bergantung pada konteks penggunaannya.

Prediksi Rogers terbukti saat ini dengan hadirnya internet dan berbagai perangkat yang bisa mengaksesnya, mulai dari komputer pribadi, komputer portabel, *smartphone*, dan lain sebagainya. Perangkat-perangkat itu membuat orang bisa mengakses informasi dengan mudah. Bukan itu saja, berbagai media sosial yang hadir melalui layanan internet juga membuat arus informasi berubah, dari informasi satu arah (media *mainstream* ke khalayak), menjadi arus dua arah, di mana khalayak juga bisa mengirimkan informasi kepada khalayak lainnya. Tak jarang, sebuah informasi yang berasal dari masyarakat, kemudian digunakan sebagai informasi yang kemudian ditindaklanjuti dan dikembangkan oleh media arus utama (*mainstream*).

Dalam konteks perkembangan media massa saat ini, khalayak tidak lagi sekadar ditempatkan sebagai sasaran akhir informasi, tapi sebaliknya, khalayak juga bisa menjadi pemasok informasi kepada media untuk disampaikan kepada khalayak lainnya. Jurnalisme modern mengenal apa yang disebut dengan *citizen journalism*, yang pada dasarnya adalah pelibatan warga dalam sebuah laporan jurnalistik. Ketika saluran informasi terbuka menjadi dua arah, arus opini publik pun tak lagi selalu dari atas ke bawah, dari para *opinion leader* (termasuk para pengelola media), tetapi bisa berlaku sebaliknya, dari bawah ke atas.

Di sini, opini publik terbentuk dari publik itu sendiri dan kemudian mendesak ke atas, ikut mengarahkan arah kebijakan pemberitaan media dan kemudian mempengaruhi para pengambil kebijakan. Contoh mengenai hal ini bisa dilihat dalam beberapa kasus, seperti kasus perseteruan antara Prita Mulyasari dengan RS Omni Internasional, dan kasus perseteruan antara Polri dan KPK yang dikenal dengan sebutan 'Cicak vs Buaya.'

Kasus Prita Mulyasari terjadi sekitar tahun 2008, ketika ia menuliskan keluhan mengenai layanan RS Omni di Bintaro Tangerang melalui *customer_care@banksinarmas.com*, tempat ia bekerja. *e-mail* dengan judul “*Penipuan RS Omni Internasional Alam Sutra*” ini kemudian menyebar dengan cepat ke berbagai milis dan forum di dunia maya. Mulyasari juga mengirimkan keluhannya ke suara pembaca *Detik.com* berita pun menyebar cepat, dan kemudian ditanggapi pihak RS Omni melalui surat pembaca di harian *Kompas* dan *Media Indonesia*. RS Omni kemudian menggugat Mulyasari ke pengadilan. Tak berselang lama, Mulyasari dijebloskan ke dalam penjara. Kabar ini tercium media.

Pertengahan 2009 dukungan untuk pembebasan Prita. Di tengah desakan itu, pengadilan malah memutuskan Mulyasari bersalah dan diharuskan membayar denda Rp. 209 juta. Pengguna internet kembali bereaksi. Lalu muncullah gerakan ‘Koin Peduli Prita’ yang mulanya muncul di dunia maya, namun kemudian beralih menjadi gerakan nyata. Berbagai lapisan masyarakat menyisihkan uangnya hingga akhirnya terkumpul Rp. 825 juta di akhir tahun 2009. RS Omni kemudian mencabut gugatan, dan akhir tahun 2009, Pengadilan Negeri Tangerang membebaskan Mulyasari dari segala tuduhan (Yuniar dalam Phutut, 2010).

Nyaris serupa dengan kasus yang dialami Prita Mulyasari, kasus yang melibatkan dua pimpinan KPK, Bibit Samad Riyanto dan Chandra Hamzah juga mengundang dukungan dari para pengguna internet yang menggabungkan diri dalam ‘Gerakan 1.000.000 Facebookers Dukung Chandra Hamzah & Bibit Samad Riyanto’ yang dimulai pada Oktober 2009 dan kemudian melebihi angka satu juta sebulan kemudian. Gerakan yang sama juga dilakukan melalui blog dan twitter. Gerakan ini kemudian membuat Presiden Susilo Bambang Yudhoyono turun tangan dan meminta penghentian kasus kedua pimpinan KPK ini (Yuniar dalam Phutut, 2010).

Phutut EA (2010) menyebut dua gerakan di atas sebagai ‘oposisi dunia maya.’ Dalam konteks yang disebutkan oleh Rogers sebelumnya, ini adalah sebuah bentuk desentralisasi informasi, di mana opini publik terbentuk begitu kuat, sehingga media yang sebelumnya hanya memantik, kemudian ikut arus massa, dan mendorong para pengambil kebijakan mengubah haluan secara signifikan. Kondisi ini, bahkan mungkin tak pernah terbayangkan oleh Rogers yang wafat pada tahun 2004.

Perubahan alur informasi dari satu arah menjadi dua arah, bukan hanya menciptakan desentralisasi informasi. Dalam perpektif lain, hal ini juga ikut memperkuat demokrasi. Selama ini pers selalu disebut sebagai pilar keempat demokrasi, tetapi ketika alur informasi berubah, demokratisasi juga bisa didorong dari rakyat sebagai pilar utama demokrasi.

Ketika penggunaan media massa interaktif makin meluas dan partisipasi warga terwadahi dalam berbagai saluran, misalnya media sosial. Berbagai bentuk usaha demokrasi juga menemukan bentuk-bentuk barunya dengan menyesuaikan berbagai saluran yang ada. Jika sebelumnya saluran demokrasi formal adalah melalui saluran politik, saat ini, demokrasi juga menemukan bentuknya di dunia maya. Salah satu bentuk demokrasi yang menemukan bentuk barunya adalah petisi.

Petisi adalah pernyataan yang disampaikan kepada pemerintah untuk meminta agar pemerintah mengambil tindakan terhadap suatu hal. Hak petisi ada pada warga negara dan juga badan-badan pemerintahan, seperti, kabupaten, dan provinsi agar pemerintah pusat membela atau memperjuangkan kepentingan daerahnya. Selain itu, petisi juga berarti sebuah dokumen tertulis resmi yang disampaikan kepada pihak berwenang untuk mendapatkan persetujuan dari pihak

tersebut. Biasanya, hal ini ditandatangani oleh beberapa orang, menunjukkan bahwa sekelompok besar orang mendukung permintaan yang terdapat dalam dokumen. Di beberapa negara, hak masyarakat untuk mengajukan petisi dilindungi oleh hukum (wisegeek.com).

Warga negara Indonesia, memiliki ingatan buruk mengenai petisi. Tahun 1980 sejarah Indonesia mencatat pengajuan sebuah petisi yang kemudian dikenal dengan sebutan 'Petisi 50.' Petisi 50 adalah sebuah dokumen yang isinya memprotes penggunaan filsafat negara Pancasila oleh Presiden Soeharto terhadap lawan-lawan politiknya. Petisi ini diterbitkan pada 5 Mei 1980 di Jakarta sebagai sebuah "Ungkapan Keprihatinan" dan ditandatangani oleh 50 orang tokoh terkemuka Indonesia, termasuk mantan Kepala Staf Angkatan Bersenjata Jenderal Nasution, mantan Kapolri Hoengeng Imam Santoso, mantan Gubernur Jakarta Ali Sadikin, dan mantan Perdana Menteri Burhanuddin Harahap dan Mohammad Natsir.

Para penandatangan petisi ini menyatakan bahwa Presiden telah menganggap dirinya sebagai pengejawantahan Pancasila; bahwa Soeharto menganggap setiap kritik terhadap dirinya sebagai kritik terhadap ideologi negara Pancasila; Soeharto menggunakan Pancasila 'sebagai alat untuk mengancam musuh-musuh politiknya'; Soeharto menyetujui tindakan-tindakan yang tidak terhormat oleh militer; sumpah prajurit diletakkan di atas konstitusi; dan bahwa prajurit dianjurkan untuk 'memilih teman dan lawan berdasarkan semata-mata pada pertimbangan Soeharto.' Meskipun sempat dibacakan di DPR, petisi itu ditolak Soeharto, bahkan Soeharto melakukan berbagai pelarangan terhadap para penandatangan petisi itu, salah satunya adalah melarang media untuk mengutip segala pernyataan mereka, hingga melarang bank untuk memberi mereka pinjaman (Siswoyo, 1983).

Hingga akhir kekuasaan Orde Baru, kata 'petisi' nyaris tak pernah terdengar lagi. Istilah ini, baru kembali populer setelah tahun 2010. Petisi yang muncul, justru bukan dalam bentuk lama –sebuah dokumen tertulis yang ditandatangani langsung, melainkan petisi *online*. Sebuah bentuk petisi yang dilakukan dan 'ditandatangani' melalui situs *online*. Salah satu situs yang memfasilitasi pengajuan petisi ini adalah situs www.change.org (selanjutnya akan disebut *Change.org*).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis dan penuh makna dan hubungan gejala bersifat interaktif (*reciprocal*) (Sugiyono, 2014). Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif, dengan metode studi kasus. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati (Bogdan & Taylor, 1998). Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti, kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka.

Menurut Yin (2002), studi kasus adalah suatu enkuiri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas, dan di mana bukti multisumber dimanfaatkan. Studi kasus lebih banyak berkutat pada atau berupaya menjawab pertanyaan 'how' (bagaimana) dan 'why' (mengapa), serta pada tingkatan tertentu juga menjawab pertanyaan 'what' (apa), dalam kegiatan penelitian.

Objek penelitiannya adalah objek yang alamiah yang berkembang apa adanya, dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah penggunaan petisi *online* sebagai cara baru

dalam demokrasi. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam pada sejumlah informan yang telah dipilih dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposif dan juga dari sumber data yang lainnya. Analisis data bersifat induktif yang menekankan makna berdasarkan fakta-fakta di lapangan.

Tentang Change.org

Change.org merupakan *platform* petisi terbesar di dunia, memberdayakan orang-orang untuk membuat perubahan yang ingin mereka lihat. Sampai dengan tahun 2015, ada lebih dari 85 juta pengguna di 196 negara (termasuk Indonesia), dan setiap hari orang menggunakannya untuk mengubah masyarakat-lokal, nasional dan global. Terdapat berbagai macam topik, apakah itu tentang seorang ibu berjuang atas intimidasi di sekolah putrinya, pelanggan menekan bank untuk menjerat biaya yang tidak adil, atau warga negara memegang pejabat yang korupsi untuk mempertanggungjawabkan, ribuan kampanye dimulai oleh orang-orang seperti Anda dapat memenangkan di *Change.org*—dan beberapa menang pada setiap minggunya.

Change.org didirikan oleh seorang mahasiswa Universitas Stanford, Amerika Serikat (AS), Ben Rattray. Sekarang media sosial ini sudah ada di banyak negara. Setiap penggunanya bisa memulai petisi tentang isu apa saja yang dianggap baik seperti penyelamatan hutan, penyelamatan satwa, anti korupsi, atau juga hak asasi manusia (HAM). Di Amerika sendiri, terdapat beberapa petisi yang berhasil dengan menggunakan situs ini, salah satunya adalah petisi yang berkaitan dengan kasus kematian lelaki kulit hitam Trayvon Martin yang berhasil mendapatkan satu juta dukungan untuk mengadili pelakunya. Petisi ini berhasil membuat Presiden Barack Obama ikut memberikan reaksinya.

Di Indonesia sendiri, *Change.org* hadir tahun 2012, dikelola oleh Usman Hamid (*Campaign Director*), Arief Aziz (*Communications Director*), Dhenok Pratiwi, dan Desmarita Murni. Sejak awal pendiriannya, *Change.org* mendapatkan respon yang cukup baik. Dari data House of infographics.com, pada awal tahun 2012 pengguna *Change.org* Indonesia hanya 800 orang saja, kemudian naik tajam di tahun 2014 menjadi 900.000 anggota. Pada dasarnya, menurut pengelola *Change.org*, situs ini adalah sebuah situs jejaring sosial yang mempunyai fokus sebagai wadah aspirasi para penggunanya. Aspirasi yang disampaikan di *Change.org* akan dibentuk menjadi sebuah petisi *online* yang nantinya bisa di dukung oleh siapa saja yang merasa isi dari petisi tersebut tepat dan layak diperjuangkan. Tercatat beberapa petisi populer yang akhirnya berhasil yakni seperti 'Stop Acara YKS Trans TV', 'Blusukan Asap Jokowi di Riau,' 'Penyelamatan Hutan di Kepulauan Aru,' dan banyak lainnya (maxmanroe.com). Tabel 1 berikut ini menunjukkan beberapa petisi yang diajukan melalui *Change.org* Indonesia.

Tabel 1. Petisi dari Januari s.d April 2015

No.	Pengaju	Yang Dituju	Tanggal	Judul
1.	John Muhammad	Presiden RI dan Kapolri	23 Januari 2015	Pak Jokowi, Hentikan Kriminalisasi KPK! #SayaKPK
2.	Rahma Wati	Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Walikota Samarinda	23 Januari 2015	Tutup dan Hukum Perusahaan Pemilik Lubang Tambang Batubara Samarinda yang Membunuh Anak-anak
3.	Rahyang Nusantara	Presiden RI, Gubernur DKI Jakarta, Ketua Asosiasi Pemerintahan Kota Seluruh Indonesia	6 Februari 2015	Presiden dan Gubernur, Buatlah Peraturan Diet Kantong Plastik!
4.	Perkumpulan Pedagang Pasar Santa, Jakarta Selatan	Gubernur DKI Jakarta, Pemerintah Kota Jakarta	17 Februari 2015	Lindungi Pedangan Pasar Santa
5.	Ardy Pratama	Presiden RI, Menteri Perhubungan, Rusdi Kirana (Lion Air)	20 Februari 2015	Investigasi Menyeluruh Kasus "Delay" Lion Air!
6.	Melani Subono	Gubernur Jawa Tengah, Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan	2 Maret 2015	Hentikan Operasi Pabrik Semen yang Menggusur Warga di Pegunungan Kendeng, Rembang, Jawa Tengah!
7.	Ruli Manurung	Presiden RI	26 April 2015	Presiden, aku memilihmu untuk HAM. Tolong jangan bunuh korban perdagangan manusia. Selamatkan#MaryJane!
8.	Upi Asmaradhana	Kapolri	28 April 2015	Hentikan Kriminalisasi Ketua KPK Non Aktif Abraham Samad

Sumber: Olahan Peneliti

Perspektif *Change.org*

Dalam wawancara yang dilakukan oleh perspektif baru (www.perspektifbaru.com) pada bulan November 2013, dua pengelola situs *Change.org* Indonesia, Usman Hamid dan Arif Azis memberikan beberapa penjelasan mengenai *Change.org*. Menurut pendapat Azis, *Change.org* merupakan senjata baru dalam demokratisasi, yang tidak menggantikan cara lama demokrasi, tetapi menambahkan cara baru. Pada dasarnya, *Change.org* hanya memfasilitasi keluhan yang tersebar dalam berbagai media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan lain sebagainya. "Namun keluhan-keluhan itu tidak tersampaikan dengan baik sehingga tidak efektif. Keluhan-keluhan ini sebenarnya bagian dari demokrasi, semacam gerakan tagih janji untuk orang-orang yang telah kita pilih dalam pemerintahan," kata Azis.

"Petisi di *Change.org* lebih efektif karena suara-suara itu dijadikan satu, dibagi-bagi dalam masing-masing isu, kemudian di alamatkan kepada orang-orang yang tepat," kata Azis. "Kenyataannya, dalam waktu 1,5 tahun sejak ada di Indonesia, banyak petisi melalui *Change.org* berhasil." Hamid menambahkan, "Ada tiga hal yang biasanya menjadi standar pembuatan petisi. Pertama, siapa yang ingin Anda petisi? Apakah itu pemerintah atau perusahaan? Biasanya kita selalu menyarankan agar petisi ditujukan untuk individu. Jika ditujukan ke pemerintah, misalnya gubernur, sebut saja nama gubernurnya. Kedua, tuntutan harus disebutkan dengan rumusan yang jelas dan spesifik agar bisa dimenangkan. Lalu, *timeline* yang terukur, berapa lama dia harus berkampanye. Terkadang, masyarakat merasa lelah karena dibawa ke dalam arus kampanye yang

tidak ada ukuran waktunya. Bertahun-tahun memperjuangkan sesuatu yang dianggap positif tapi tidak mendatangkan perubahan.”

Hamid menambahkan, “Semua orang bisa membuat petisi dengan tema apa saja. Masyarakat dapat memberikan dukungan dalam bentuk apa pun, seperti dengan memberikan pandangannya kenapa ia mendukung petisi ini. Misalnya, dalam kasus penolakan topeng monyet di Jakarta. Masyarakat yang menandatangani petisi tersebut dapat memaparkan pengalamannya melihat bagaimana monyet-monyet tersebut dipaksa berdiri dengan keadaan diikat lehernya, atau dipaksa beratraksi naik motor, dan seterusnya. Atau, masyarakat juga bisa memberikan partisipasinya ketika pembuat petisi mengundang untuk bertemu dengan target, seperti dalam kasus KPK. Pembuat petisi mengundang relawan untuk ikut serta bertemu ketua KPK dengan membawa seluruh tanda tangan petisi, termasuk pendapat-pendapat dari para penandatangan.”

Azis menambahkan, “Sekarang, kita berada di era yang amat sangat menarik karena banyak sekali tantangan, namun di lain pihak kita memiliki banyak kesempatan untuk mengubahnya. Kita sudah 15 tahun menjalankan demokrasi, dan kita memiliki beragam cara untuk bersuara serta melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Cara-cara tersebut tidaklah mahal, bahkan gratis. Banyak petisi dalam *Change.org* yang berhasil tanpa mengeluarkan uang sepeser pun. Semoga makin banyak orang yang sadar bahwa kita bisa mengubah Indonesia dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang saat ini.”

Perspektif Pemohon Petisi

Upi Asmaradhana seorang wartawan senior di Makassar, Sulawesi Selatan. April 2015, ia menambahkan sebuah petisi *online* melalui *Change.org* untuk menyelamatkan mantan Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) Abraham Samad dari kriminalisasi. Asmaradhana tergerak untuk mengajukan petisi dengan judul “Hentikan Kriminalisasi Ketua KPK Non Aktif Abraham Samad” ini karena melihat adanya ketidakadilan. Ia menganggap, Abraham Samad yang dinonaktifkan dari jabatannya sebagai Ketua KPK oleh Presiden Joko Widodo, adalah korban kriminalisasi. Samad sudah dua kali diperiksa oleh Polda Sulsel atas kasus yang menurut Asmaradhana ganjil; kasus pemalsuan data pada kartu keluarga!

Dalam deskripsinya mengenai alasan pengajuan petisi, Asmaradhana menuliskan kedekatannya dengan Samad, ia pernah dibela Samad ketika dirinya sebagai jurnalis dikriminalisasi oleh Kapolda Sulselbar Inspektur Jenderal Sisno Adiwino. Asmaradhana yakin, Samad adalah sosok yang bersih yang ingin berjuang untuk menegakkan hukum. Ketika perjuangan Samad menegakkan hukum sebagai Ketua KPK dihalang-halangi, kemudian Samad dikriminalisasi, Asmaradhana merasa perlu untuk membela balik sahabatnya itu. Asmaradhana menulis:

“Waktu berjalan, tekad AS meluruskan cita-cita Indonesia bersih tak sepenuhnya mulus. Ia menemui banyak rintangan. Belum lama ini, ketika kasus kriminalisasi pimpinan KPK mencuat untuk kali pertama saya mendatanginya di kantor KPK. Saya merasa perlu menemuinya gara-gara saya melihat Ia menangis saat koleganya Bambang Widjojanto ditangkap. Saya sempat protes kenapa harus menangis. AS menjawab, “saya sedih saja.” Selama ini kita sudah memberikan semuanya ke negara ini buat penegakan anti korupsi. Tetapi negara kok tidak ada di saat kami dan KPK membutuhkannya. Akhir-akhir ini saya akhirnya memahami airmata AS. Wajar dia menangis. Kita adalah bangsa yang mudah melupakan jasa baik seseorang.”

Tentang alasan memilih *Change.org*, Asmaradhana menyatakan, *Change.org* hanyalah sebuah media untuk menyampaikan kegelisahannya. Ia mengaku terinspirasi dari beberapa petisi yang berhasil melalui *Change.org* tetapi baginya, itu bukan tujuan utamanya. Di akhir deskripsinya, Asmaradhana menulis:

“Saya percaya masih banyak di antara kita yang peduli pada sahabat saya ini. Setidaknya membelanya dari segala tuduhan yang sengaja dibuat untuk menghentikannya melawan korupsi di negara ini. Saya sendiri tahu AS tidak takut dipenjara karena kasus yg dituduhkan kepadanya. Tapi saya sebagai sahabat tidak ingin AS dipenjara oleh negara yang ia justru bela selama ini. Tidak adil rasanya melihat dia diperlakukan seperti saat ini.”

Sampai tanggal 15 Mei 2015, petisi yang diajukan Asmaradhana sudah ditandatangani oleh 6.800 orang dari 7.500 tandatangan yang diajukannya.

Perspektif Penandatanganan Petisi

Aulia Alim Ahmadi, sekarang tinggal di Ponorogo, Jawa Timur, mempunyai beberapa pengalaman mengenai petisi *online*. Dia menyatakan, bahwa telah dua kali menandatangani petisi *online* melalui *Change.org* ketika masih berstatus sebagai mahasiswa di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. “Saya tidak ingat tentang petisi tersebut, saya hanya menandatangani petisi karena memang diminta oleh dosen untuk masuk melalui *Facebook*, dan sekarang saya tidak tahu apakah petisi tersebut menang atau tidak.” Ahmadi menambahkan, dia tidak pernah membuka situs *Change.org* secara khusus, walaupun dia mengetahui tentang hal itu. “Saya lebih suka membuat status di *Facebook* atau *Twitter* kalau ada sesuatu yang saya rasa salah. Atau, kalau saya sedang rajin, saya akan menuliskan dan memuatnya di blog saya,” tambah Ahmadi yang aktif menulis dalam blog pribadinya, auiasupport.blogspot.com.

Selain Ahmadi, Setiowati Hutomo, dosen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia, adalah salah satu yang pernah ikut menandatangani petisi melalui *Change.org*. Pada mulanya, ia mengetahui petisi *online* ini melalui ajakan temannya lewat akun *Facebook*. Hingga saat ini, Hutomo pernah menandatangani beberapa petisi yang diajukan melalui *Change.org*, antara lain petisi yang berisi penolakan terhadap rencana pemakzulan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama (atau biasa dipanggil Ahok) yang diajukan oleh DPRD DKI. Ia juga ikut menandatangani petisi menolak rencana Ki Gendeng Pamungkas yang akan menyelenggarakan konser yang dinilai anti etnis Tiongkok di Jakarta.

Menurut Hutomo, “Saya ikut menandatangani petisi itu, karena saya benar-benar prihatin dengan keadaan. Saya setuju dengan apa yang diajukan dalam petisi itu...” Dia menambahkan, “menurut saya petisi *online* lebih efektif daripada petisi yang lama. Kita hanya membutuhkan klik, bagikan dan tunggu hasilnya. Mudah, tidak banyak menghabiskan waktu, tidak mengganggu aktivitas kita dan pada dasarnya kita sudah terlibat dalam kasus tersebut.” Dia merasa senang jika petisinya berhasil. “Seingat saya, saya pernah ikut menandatangani petisi soal KPK dan ada menang. Meski saya tidak tahu, apakah kemenangan itu karena petisi yang ditandatangani atau karena sebab lain.” Tapi baginya, itu bukan masalah. Ia mengakui, ada kepuasan tersendiri saat ikut menandatangani petisi dan petisi itu dinyatakan menang.

Change.org memberi kesempatan kepada pengaju petisi untuk menindaklanjuti petisinya dengan gerakan langsung. Hutomo menyatakan, ia pernah juga mengikutinya. “Saya terlibat dalam demonstrasi untuk ‘gerakan *save KPK*’ di Monas (Monumen Nasional, Jakarta), tapi itu melelahkan, pulang dari sana saya langsung sakit pinggang...” ungkap Hutomo. “Sejak saat itu, saya tidak ingin lagi terlibat dalam demonstrasi. Saya sudah terlalu tua untuk melakukan itu...” tambahnya. Menurut Hutomo, *Change.org* selalu mengirimkan pemberitahuan melalui *e-Mail*, mengenai hasil dari petisi yang telah ditandatanganinya. Dia juga secara berkala mengecek situs *Change.org* untuk melihat petisi-petisi lain yang menarik.

Menurut pendapatnya, petisi *online* adalah cara alternatif untuk mengekspresikan ketidaksetujuan atau juga dukungan terhadap berbagai situasi sosial yang terjadi. Ia tahu, di luar sana, banyak sekali orang yang sebetulnya peduli pada persoalan bangsa ini, tetapi tidak memiliki waktu untuk menggalang sebuah gerakan nyata seperti turun ke jalan. “Saya tidak bisa membayangkan ini bisa terjadi saat masih menjadi mahasiswa dulu. Tapi sekarang zaman sudah berubah, bahkan sebuah gerakan pun bisa dilakukan melalui dunia maya, dan terbukti ada hasilnya juga,” katanya. Ia menambahkan, “Menurut saya, ini adalah cara yang baik untuk belajar berdemokrasi, bukan hanya dalam hal dukung-mendukung, tetapi juga membuat kita lebih peka terhadap situasi di sekitar kita.” Akan tetapi, hingga saat ini, Hutomo mengaku, ia tidak pernah mencoba untuk mengajukan petisi sendiri. “Saya punya beberapa kegelisahan, tapi belum berani untuk mengajukan petisi apapun. Saya memilih untuk menandatangani saja, toh kadang apa yang saya pikirkan, seringkali sudah ada yang mengajukan petisinya.”

Demokrasi, dari Dunia Maya untuk Dunia Nyata

Apa yang dikatakan oleh Hutomo menunjukkan bahwa, apa yang dilakukannya, dengan menandatangani sebuah petisi, adalah bentuk keterlibatannya sebagai masyarakat dalam sebuah sistem yang demokratis. Menurutnya, tinggal dibutuhkan kepekaan mereka yang diberi petisi untuk mau mendengar apa yang diinginkan oleh masyarakat. “Saya melihat, banyak pejabat kita sekarang yang punya niat baik, setidaknya mereka memberi respon pada petisi yang disampaikan. Kadang hasilnya memang tidak atau belum seperti yang diharapkan masyarakat, tapi itu sudah lumayan ketimbang mereka tidak mendengar sama sekali!”

Bagi Asmaradhana, tujuan akhir berupa kemenangan petisi memang penting, akan tetapi baginya, hal yang jauh lebih penting adalah, ketika ia mengajukan sebuah petisi, ternyata banyak orang yang mendukungnya. Baginya, itu menunjukkan bahwa, ia tidak sendirian saat merasakan sesuatu yang salah itu. “Paling tidak, kita tahu, bahwa masih banyak orang yang peduli dengan masalah yang ada di sekitar kita. Lega juga rasanya jika pihak yang kita petisi mendengar, lalu mau mempertimbangkan petisi kita. Syukur-syukur kalau mau mengikuti apa yang kita harapkan!”

Baik pendapat Hutomo maupun Asmaradhana menunjukkan kesamaan pandangan bahwa, proses demokratisasi di Indonesia harus terus didorong, dengan berbagai cara, termasuk salah satunya melalui petisi *online*. Dalam hal ini, sesuai dengan apa yang disampaikan Azis dan Hamid, *Change.org* sebagai sebuah saluran petisi berperan sebagai sebuah jembatan antara masyarakat dengan para pembuat kebijakan publik.

Sebagai sebuah media, *Change.org*, sejalan dengan apa yang dikatakan Marshal McLuhan (1964), bahwa *medium is the message*. Lepas dari apa pesannya, kehadiran petisi itu sudah

menjadi pesan tersendiri, bahwa para pejabat itu harus bekerja dengan baik, karena masyarakat mengawasinya. Petisi yang disampaikan, berhasil atau tidak, menjadi semacam gaung untuk mengingatkan para pejabat publik itu, bahwa mereka diawasi, jadi jangan membuat kebijakan yang melukai hati rakyat. Ini sejalan dengan apa yang dikatakan Azis, "Jika sebuah petisi mendapatkan 1.000 dukungan, maka otomatis, target dari petisi itu akan mendapatkan 1.000 *e-mail*. Jadi dia akan langsung mengetahuinya." Belum lagi, 'di luar' sana, selain 1.000 orang yang ikut menandatangani petisi itu, ada ribuan lainnya yang mengetahui, bahwa pihak itu mendapatkan petisi. Perhitungan sederhananya, jika satu orang penandatanganan mempublish dukungannya terhadap petisi itu di Facebook misalnya, dan ada 5 orang saja yang melihatnya, maka ada 5.000 orang lainnya yang mengetahui.

Secara psikologis, petisi *online* juga membuka ruang bagi masyarakat untuk ikut bersikap tanpa perlu takut pada apapun. Hal ini berbeda dengan petisi langsung, apalagi jika dilakukan pada masa Orde Baru dulu, banyak risiko yang dihadapi oleh seseorang ketika menyampaikan pendapat, apalagi yang berhubungan dengan penguasa. Dengan bersikap melalui petisi *online*, baik mengajukan atau sekadar menandatangani, para penandatanganan petisi merasakan dirinya menjadi lebih bermakna karena sudah ikut bersikap mendukung atau menentang sesuatu, dan ia merasakan adanya kebersamaan dengan para penandatanganan petisi lainnya.

Menurut Erich Fromm, seorang teoritis kepribadian Marxian, pada dasarnya, ada dua cara untuk memperoleh makna dan kebersamaan dalam kehidupan. *Pertama*, mencapai kebebasan positif yakni berusaha menyatu dengan orang lain, tanpa mengorbankan kebebasan dan integritas pribadi. Ini adalah pendekatan yang optimistik dan altruistik, yang menghubungkan diri dengan orang lain melalui kerja dan cinta –melalui perasaan dan kemampuan intelektual yang tulus dan terbuka. Fromm menyebutnya sebagai pendekatan humanistik, yang membuat orang tidak merasa kesepian dan tertekan, karena semua menjadi saudara dari yang lain. *Kedua*, memperoleh rasa aman dengan meninggalkan kebebasan dan menyerahkan bulat-bulat individualitas dan integritas diri kepada sesuatu (bisa orang atau lembaga) yang dapat memberi rasa aman. Solusi semacam ini ini dapat menghilangkan kecemasan karena kesendirian dan keyidakberdayaan. Cara ini menurut Fromm disebut sebagai mekanisme pelarian (Alwisol, 2002).

Seperti pengakuan Hutomo, ketika ia ikut menandatangani sebuah petisi, ia merasakan adanya kebersamaan dengan orang-orang lain yang sebetulnya tidak ia kenal, tetapi memiliki perasaan atau sikap yang sama terhadap sebuah kasus. Dengan menandatangani petisi, Hutomo merasa, ia telah ikut berbuat sesuatu (menunjukkan sikap atau menuntut sesuatu), tanpa mengorbankan kebebasannya karena tak ada waktu yang terbuang. Ia juga tidak perlu merasa malu saat menandatangani sebuah petisi, berbeda jika ia mengikuti sebuah aksi langsung, "Waktu ikut demo KPK, rasanya aneh waktu ada mahasiswa saya yang melihat. Mungkin pikirnya, sudah tua masih kurang kerjaan. Tapi kalau *online*, perasaan itu tidak ada, setuju dengan petisi tinggal tandatangan, kalau tidak ya sudah, tinggalkan saja!" tambahnya.

Dengan menandatangani petisi *online*, jika ia merasa pilihannya untuk menandatangani sedikit meragukan, ia bisa memilih untuk tidak mempublikasikan apa yang dilakukannya. "Saya hanya mem-*publish* petisi yang saya tandatangani jika saya merasa yakin dengan sikap saya," katanya. Jika tidak terlalu yakin, Hutomo memilih tidak mempublikasikan atau mengajak orang lain, atau tidak meninggalkan komentar di dalam petisi itu. "Kadang, saya memiliki sikap tertentu

yang berbeda dengan kawan-kawan saya. Jika saya mem-*publish* dukungan pada petisi itu, saya merasa tidak enak pada teman-teman saya. Kalau sudah begitu, saya akan memilih untuk tetap mengisi petisi dengan diam-diam (tidak mempublikasikan dan mengajak teman).”

Berdasarkan penjelasan Fromm tentang tiga bentuk pelarian diri, yakni *authoritarianism*, *destructiveness*, and *conformity*, sikap Hutomo bisa dimasukkan dalam golongan pertama, *authoritarianism*, yakni kecenderungan untuk menyerahkan kemandirian diri dan menggabungkannya dengan seseorang atau sesuatu di luar dirinya, untuk memperoleh kekuatan yang dirasakan tidak dimilikinya. “Iya, merasa bebas saja. Setuju klik, tidak setuju tinggalkan. Kalau sudah *nge-klik* kan itu bukan urusan saya lagi, yang penting saya ikut berpartisipasi..” jawabnya.

Lain Hutomo, lain Ahmadi. Ia justru merasa, apa yang dilakukannya dengan menandatangani petisi, bukanlah sikap dari dirinya yang sesungguhnya. Kadang, ia ikut mengklik (menandatangani petisi) tanpa mengetahui esensi dari petisi itu, begitu pula dengan apa yang dituntutnya. Ia ikut menandatangani lebih karena permintaan dari dosennya yang memintanya. Sikap Ahmadi, sejalan dengan bentuk pelarian ketiga, *conformity*, yakni pelarian dari perasaan kesepian dan isolasi penyerahan individualitas dan menjadi apa saja seperti yang diinginkan kekuatan dari luar. Orang menjadi robot, mereaksi sesuatu persis seperti apa yang direncanakan dan mekanis menuruti kemauan orang lain. Komformis tidak pernah mengekspresikan opini dirinya, menyerahkan diri kepada standar tingkah laku yang diharapkan orang lain, dan sering tampil diam dan mekanis. Mereka biasanya berusaha menyesuaikan diri terhadap apa yang terjadi di sekitarnya (Alwisol, 2002).

Apapun sikap dan latar belakang seseorang menandatangani sebuah petisi, baik orang seperti Hutomo maupun Ahmadi, keduanya telah berada dalam sistem desentralisasi di dunia maya yang disadari atau tidak, gerakan yang dilakukannya bisa membawa dampak dalam kehidupan dalam demokrasi yang nyata. Hal inilah yang disadari oleh Asmaradhana ketika ia mengajukan petisi melalui *Change.org*. Desentralisasi yang dimediasi melalui sosial media seperti *Change.org* bisa dimanfaatkan untuk menggalang dukungan yang lebih mudah didapatkan ketimbang menggalang dukungan di dunia nyata. Menurut Asmaradhana, “Mengajak 1.000 orang untuk demo itu bukan persoalan mudah. Tapi dengan membuat petisi *online*, semua orang gampang tergerak untuk ikut.” Barangkali, apa yang dikatakan Asmaradhana benar, bahkan orang yang tidak memiliki motif kuat seperti Ahmadi pun bisa memberikan dukungan, apalagi orang seperti Hutomo yang memiliki alasan yang lebih kuat. Tapi, menurut Asmaradhana, tetap ada yang kurang dari petisi *online*, “Orang yang menandatangani belum tentu orang-orang yang memiliki keinginan kuat yang sama, bisa jadi hanya iseng. Beda dengan demonstrasi langsung turun ke jalan, tak mungkin orang iseng mau turun berpanas-panas ke jalan untuk sesuatu yang tak ia pahami, kecuali dibayar!”

Bagi Hutomo, Ahmadi, dan juga Asmaradhana, kemenangan dalam petisi itu bukanlah tujuan utama. Bagi mereka yang terpenting mereka bisa ikut menggaungkan suara mereka, baik dengan cara mengajukan petisi, atau sekadar menandatangani, dengan sepenuh hati maupun tidak. “Bagi saya, kemenangan itu tidak terlalu penting. Setidaknya dengan mengajukan petisi, kita bisa melihat, seberapa banyak orang yang satu suara dengan kita,” kata Asmaradhana.

Buktinya, banyak juga petisi yang menang, bukan hanya mencapai angka yang diinginkan, tetapi juga menghasilkan tindakan nyata dari pihak yang diberi petisi. Tabel 2 berikut menunjukkan beberapa petisi yang menang sampai April 2015.

Tabel 2. Petisi Kemenangan 2015

No.	Pengaju	Yang Dituju	Tanggal	Judul	Hasil Kemenangan
1.	Perludem (Perkumpulan Untuk Pemilu dan Demokrasi)	DPR RI, Menteri Dalam Negeri, Presiden PKS, Ketua PKB, Ketua PDIP, Ketua Umum Partai Golkar, Ketua Partai Gerindra, Ketua Umum Partai Demokrat, Sekretariat Komisi II DPR RI, dll	Oktober 2014	Pilkada Langsung, Berlanjut! Selamatkan Rakyat Indonesia	Tanggal 20 Januari 2015, DPR RI akhirnya menyetujui Perpu Pilkada Langsung menjadi Undang-undang.
2.	Emirson Yuntho	Presiden RI	Januari 2015	Jokowi, Jangan "Menutup Mata", Batalkan Pencalonan Tersangka Korupsi sebagai Kapolri!	Tanggal 18 Februari 2015 Joko Widodo akhirnya memutuskan BG batal dilantik
3.	Pecinta Sepak Bola Indonesia	Presiden RI dan Menpora	Desember 2014	Menpora, #Bekukan PSSI dan Lakukan Restrukturisasi untuk Selamatkan Sepak Bola Indonesia	Tanggal 18 April 2015, Menpora Imam Nahrawi resmi membekukan PSSI melalui Surat Keputusan Menteri Pemuda dan Olahraga RI Nomor 01307 Tahun 2015

Sumber: Olahan Peneliti

Dari beberapa kasus kemenangan petisi via *Change.org*, kita bisa melihat bahwa demokrasi yang dijalankan melalui dunia maya, bisa dibawa ke dunia nyata dengan hasil yang nyata pula. Hal ini menunjukkan bahwa, penggunaan teknologi komunikasi dalam bentuk sosial media seperti *Change.org* ini ikut memberi sumbangan pada proses demokratisasi. Orang sekarang sudah lelah berteriak-teriak dan berpanas-panasan untuk mengajukan sebuah tuntutan di depan gedung DPR, karena hasilnya kadang tidak seperti yang diharapkan, bahkan didengar pun tidak.

Bersuara melalui petisi *online*, bukan hanya mengurangi kegiatan fisik yang melelahkan, tapi juga memperkuat tekanan pada pihak yang diberi petisi. Sumbatan demokrasi di Indonesia yang sebelumnya sangat besar, tembok-tembok penghalang yang begitu tinggi, justru bisa dilompati dengan cara yang lebih mudah dan lebih elegan, dengan hasil yang memuaskan. Keuntungan lain yang ditawarkan adalah, petisi *online* menghindarkan masyarakat untuk berkonflik secara horizontal dengan masyarakat lain yang berbeda pendapat, karena pada dasarnya kedua pihak bisa mengajukan petisi yang sama, tinggal bagaimana masyarakat meresponsnya.

Kesimpulan

Petisi *online*, seperti yang diwadahi oleh *Change.org* adalah sebuah bukti nyata ramalan Rogers mengenai desentralisasi informasi yang kemudian ikut mempengaruhi dan memperkuat demokrasi. Kebebasan menyampaikan pendapat melalui dunia maya yang di mediasi pesatnya teknologi komunikasi, kemudian bisa diwujudkan di dalam kehidupan nyata. Ada beberapa contoh petisi melalui *Change.org* yang bukan hanya menang karena mencapai target tandatangan yang diharapkan, tapi juga dalam bentuk tindakan nyata.

Bagi para penggunanya, baik pengaju petisi maupun penandatanganan, keterlibatan mereka dalam petisi *online* adalah bentuk partisipasi dalam demokrasi di Indonesia yang sedang memasuki babak baru. Bagi mereka, hasil bukanlah yang utama, tetapi prosesnya yang jauh lebih penting, terlepas dari motif masing-masing pengguna yang beragam, dari tujuan yang sangat serius, membela teman yang teraniaya, hingga sekadar ikut-ikutan saja. Akan tetapi, pada akhirnya kita bisa menyaksikan, sebuah proses demokrasi yang sedang bertumbuh di negeri ini, mungkin masih belajar, tertatih-tatih, tetapi setidaknya, memberikan secerca harapan.

Saran

Petisi *online* melalui *Change.org* adalah sebuah terobosan baru yang bisa digunakan dalam menunjang perkembangan demokrasi di Indonesia. Dalam hal ini kita bisa melihat peran nyata teknologi komunikasi dalam salah satu bidang kehidupan manusia saat ini. Sebagai sebuah inovasi baru, petisi *online* seperti yang disalurkan melalui *Change.org* adalah sesuatu hal yang baru yang menarik dan bisa dikaji dari berbagai disiplin ilmu, baik itu politik, komunikasi, teknologi komunikasi, psikologi, sosiologi, dan sebagainya.

Sementara bagi khalayak, petisi *online* bisa digunakan sebagai sarana untuk pembelajaran demokrasi yang lebih sehat dan santun. Hanya saja, perlu diingat bahwa, posisi apapun yang diambil, baik sebagai pengaju petisi maupun penandatanganan petisi, khalayak perlu belajar untuk lebih jeli dalam menentukan masalah yang akan dipetisi dan yang akan didukung, karena banyak petisi yang diajukan sebetulnya lebih mengarah pada kepentingan tertentu dari seseorang atau segelintir orang yang memiliki tujuan tertentu yang tidak terkait dengan kepentingan publik.

Sementara bagi pengelola *Change.org*, pembuatan sistem seleksi untuk petisi yang diajukan harus diperhatikan, karena dalam pantauan peneliti, banyak topik-topik petisi yang dibuat secara sembarangan dan tidak memiliki tujuan yang jelas, atau tidak terlihat manfaatnya bagi kepentingan publik.

Daftar Pustaka

- Alwisol. (2002). *Psikologi Kepribadian*. Malan : UMM Press.
- Bogdan, Robert & Taylor, Steven J. (1998). *Introduction to Qulitative Research Methods*, 3rd Edition. New York. Wiley.
- McLuhan, Marshall. (1964). *Understanding Media: The Extentions of Man*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology Press.
- Phutut EA, ed. (2010). *Oposisi Dunia Maya*. Yogyakarta: Insist Press.
- Rogers, Everett, M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.
- Siswoyo, Bambang P. (1983). *Sekitar Petisi 50, 61, 360*. Solo: CV Mayasari.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Yin, Robert K. (2002). *Case Study Research, Design and Methods*. 3rd Edition. Applied Social Research Method Series Volume 5. California: Sage Publications.

Referensi Pendukung

- www.change.org
- www.maxmonroe.com/change-org-media-petisi-online-terbesar-di-dunia.html diakses pada 15 Mei 2015
- www.perspektifbaru.com/wawancara/920
- www.wisegeek.com/what-is-a-petition.htm diakses pada 15 Mei 2015
- Ahmadi, Aulia Alim. Wawancara via Facebook tanggal 15 Mei 2015
- Asmaradhana, Upi. Wawancara via Facebook tanggal 20 Mei 2015
- Hutomo, Endang Setyowati. Wawancara via Facebook tanggal 14 Mei 2015

KEBIJAKAN POS DAN PERSAINGAN USAHA

Siti Wahyuningsih

-Peneliti Puslitbang PPI Kementerian Kominfo-

Pendahuluan

Di era berkembangnya teknologi komunikasi dan informatika, jasa di bidang perposan turut andil dalam peningkatan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Mengingat jasa perposan termasuk jasa di bidang komunikasi dan informatika yang mempunyai *core* bisnis pada jasa pengiriman surat dan paket serta logistik. Dalam era perekonomian global, pertumbuhan sektor bisnis dan komunikasi dalam lingkungan pemerintahan maupun antar negara akan berkembang, yang secara otomatis akan disertai pula dengan meningkatnya lalu lintas komunikasi bisnis melalui surat bahkan logistik. Demikian halnya, kondisi perbankan dan lembaga keuangan, akan mengalami pertumbuhan. Perkembangan sektor-sektor tersebut, berdampak pula terhadap meningkatnya jasa layanan untuk pengiriman surat maupun logistik yang disebut jasa perposan. Dengan berkembangnya permintaan jasa layanan untuk pengiriman surat, memotivasi perusahaan yang menyelenggarakan jasa kiriman surat berusaha untuk memberikan layanan terbaiknya melalui inovasi layanan.

Dengan tidak dilaksanakannya Undang-Undang No. 38 Tahun 2009 tentang Pos dan kemudian diperkuat dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No. 15 Tahun 2013 tentang pelaksanaan undang-undang tersebut, menjadikan paradigma baru bagi perkembangan penyelenggaraan pos di Indonesia. Saat ini layanan pos mencakup layanan komunikasi tertulis dan surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos. Sedangkan penyelenggara pos di Indonesia, dapat dilakukan oleh badan usaha yang berbadan hukum, baik Badan usaha milik negara (BUMN), maupun badan usaha milik daerah (BUMD) atau badan usaha milik swasta (BUMS), bahkan juga koperasi.

Jika merujuk ke aturan terdahulu, yaitu UU No. 6/1984, swasta hanya diizinkan melayani pengiriman dokumen dan paket dengan berat di atas 2.000 gram. Di bawah itu, pengiriman harus melalui jasa PT Pos. Praktiknya di lapangan selama ini, banyak perusahaan yang mengabaikan batasan ini. Dengan Undang-Undang No 38 Tahun 2009 tentang Pos itu maka segala bentuk badan usaha bisa masuk ke bisnis pos tanpa pembatasan berat. Hal ini membuat para pengusaha jasa kurir menjadi senang. Mereka yang bisa masuk adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), pihak swasta, ataupun koperasi.

Perbedaan UU No. 6 / 1984 tentang Pos dengan UU No. 38 / 2009 tentang Pos

UU No. 6 / 1984 tentang Pos	UU No. 38 / 2009 tentang Pos
Negara menjamin layanan pos atas pengiriman surat, warkatpos, serta kartupos melalui Perum Pos dan Giro dengan memungut biaya.	Negara menjamin Layanan Pos Universal, melalui sistem subsidi, yang mencakup : a. Surat, kartupos, barang cetakan, dan bungkusan kecil sampai dengan 2 (dua) Kg; b. Sekogram s.d. 7 Kg; c. Barang cetakan yang dikirim dalam kantong khusus yang ditujukan untuk penerima dengan alamat yang sama, dengan berat s.d. 30 (tiga puluh) Kg; dan d. Paket pos dengan berat s.d. 20 (dua puluh) Kg.
Hanya mengatur pos dinas militer.	Mengatur pos dinas militer dan pos dinas lainnya.

Sumber: Direktorat Pos, Dirjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika, tahun 2015

Tabel 1. Perbedaan Undang-Undang Tentang Pos

UU pos yang baru tersebut, berpengaruh pada semakin maraknya pertumbuhan usaha industri yang menekuni bidang perposan. Sementara yang sudah terdata saat ini, Menurut penelitian Sri Wahyuni (2012) adalah BUMN yaitu PT. Pos Indonesia (Persero) dan BUMS yang antara lain adalah PT. KGP, PT. TIKI, JNE. Sedangkan BUMD dan Koperasi sementara ini belum terdata.

Sebagai upaya penertiban terhadap sektor industri perposan, Pemerintah (dalam hal ini Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kem Kominfo) telah mewajibkan PT Pos Indonesia dan penyelenggara Jasa Titipan (PJT) untuk melakukan penyesuaian Izin Penyelenggaraan Jasa Titipan menjadi Izin Penyelenggaraan Pos. Menurut Kalamullah Ramli (2015) selaku Dirjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika, perubahan istilah tersebut sesuai dengan Peraturan Menteri Kominfo Nomor 32/2014 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pemberian Izin Penyelenggaraan Pos sebagai peraturan pelaksanaan dari UU Nomor 38/2009 tentang Pos, Peraturan Pemerintah Nomor 15/2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor 38/2009 tentang Pos, maka istilah Penyelenggara Jasa Titipan telah diubah menjadi Penyelenggaraan Pos. Kalamullah juga menegaskan bahwa, pada saat peraturan menteri ini mulai berlaku, penyelenggara pos yang telah memiliki izin Penyelenggaraan Jasa Titipan tetap dapat menjalankan kegiatannya dengan ketentuan paling lama dua tahun sejak Permen ini berlaku wajib menyesuaikan atas Permen tersebut. Penyesuaian tersebut dilaksanakan sampai dengan batas waktu akhir 22 September 2016, dan apabila sampai batas akhir tersebut BUMN, BUMD, BUMS, Koperasi dan Badan Usaha Perseorangan (CV, PO) yang tidak melakukan penyesuaian izin, maka izin penyelenggaraan akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Dikeluarkannya Undang-undang perposan yang baru dengan dukungan peraturan tentunya tidak lepas dari adanya tujuan-tujuan yang ingin dicapai Pemerintah sebagai regulator terhadap sektor perposan. Seperti dikemukakan Satriyo, Kepala Dishubkominfo Provinsi Jawa Tengah saat membuka resmi pelaksanaan Bimbingan Teknis Penyelenggaraan Pos di Provinsi

Jawa Tengah Tahun pada 23 Februari 2015, dengan terbitnya Permenkominfo No. 32 Tahun 2014 seharusnya disikapi secara positif sebagai upaya pemerintah untuk memajukan industri perposan yang lebih efektif, efisien serta mampu bersaing di pasar internasional". Karena berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi di lapangan, masih banyak ditemukan para penyelenggara pos yang belum paham dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang penyelenggaraan pos. Hal ini menjadi tugas kita bersama untuk memberikan pemahaman tentang penyelenggaraan pos dengan kegiatan pengawasan dan pengendalian sesuai dengan ketentuan dan porsi kewenangan masing-masing.

Dengan adanya payung hukum ini, diharapkan sektor perposan di Indonesia dapat lebih berkembang dan dapat menjalin persatuan, serta kesatuan masyarakat di seluruh pelosok tanah air Indonesia. Permasalahannya adalah, apakah liberalisasi di sektor perposan ini akan berdampak terhadap adanya perbaikan layanan di sektor perposan. Lantas, bagaimana masyarakat khususnya bagi para penyelenggara industri bidang perposan menyikapi berlakunya regulasi bidang perposan, terutama yang menyangkut masalah perizinan. Sejauh mana masyarakat khususnya pelaku bisnis atau penyelenggara perposan memahami regulasinya, sehingga dapat melakukan kewajibannya sesuai peraturan yang telah ditetapkan. Hal ini merupakan reaksi masyarakat penyelenggara terhadap diterbitkannya kebijakan pos yang baru, di mana Undang-undang Perposan yang baru ini merupakan langkah yang tepat untuk meningkatkan layanan publik di sektor perposan atau sebaliknya masyarakat justru akan mendapatkan layanan yang lebih buruk.

Tentunya sangat diperlukan suatu studi atau penelitian guna mengkaji sejauh mana kebijakan pos saat ini berdampak pada penyelenggaraan pos dan perkembangannya. Dengan analisa deskriptif, sehingga diperoleh gambaran umum tentang penyelenggaraan layanan pos di Indonesia, berdasarkan analisa peran layanan pos sebagai jasa publik, analisa lingkungan eksternal, dan analisa aspek kelembagaan dalam penyelenggaraan layanan pos. Selain itu, dalam analisa industri layanan pos dibahas struktur industri dan perilaku persaingan serta performansi layanan pos nasional. Hasil penelitian nantinya, diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai bahan masukan bagi pembuat kebijakan (*stakeholders*) terkait regulasi pos khususnya dan penyelenggara yang menekuni usaha bidang pos, serta implementasinya di Indonesia.

Konsep Kebijakan dalam Penyelenggaraan Pos

Definisi kebijakan pemerintah pada prinsipnya dibuat atau atas dasar kebijakan yang bersifat luas. Menurut Werf (1997) yang dimaksud dengan kebijakan adalah usaha mencapai tujuan tertentu dengan sasaran tertentu dan dalam urutan tertentu. Sedangkan kebijakan pemerintah mempunyai pengertian baku yaitu suatu keputusan yang dibuat secara sistematis oleh pemerintah dengan maksud dan tujuan tertentu yang menyangkut kepentingan umum (Anonymous, 1992). Pengertian kebijakan pemerintah, prinsipnya sama dengan kebijaksanaan berbagai bentuk seperti misalnya, jika dilakukan oleh Pemerintah Pusat berupa Peraturan Pemerintah (PP), Keputusan Menteri (Kepmen) dan lain-lain. Sedangkan jika kebijakan pemerintah tersebut dibuat oleh Pemerintah Daerah akan melahirkan Surat Keputusan (SK), Peraturan Daerah (Perda) dan lain-lain. Jadi dalam hal ini, penelitian fokus membahas Kebijakan Pemerintah Pusat yang berkaitan dengan penyelenggaraan pos yaitu Peraturan Menteri Kominfo Nomor 32/2014 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pemberian Izin Penyelenggaraan Pos sebagai peraturan pelaksanaan dari UU Nomor 38/2009 tentang Pos, dan Peraturan Pemerintah Nomor 15/2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor

38/2009 tentang Pos atas perubahan istilah Penyelenggara Jasa Titipan menjadi Penyelenggaraan Pos. Amara Raksasatya dalam Islamy (2002:17) mengemukakan bahwa kebijaksanaan adalah suatu taktik atau strategi tertentu dalam mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu suatu kebijaksanaan memuat 3 (tiga) elemen, yaitu 1) Identifikasi dari tujuan yang ingin dicapai; 2) Taktik atau strategi dari berbagai langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan; dan 3) Penyediaan berbagai input untuk memungkinkan pelaksanaan secara nyata dari taktik atau strategi. Pendapat tersebut dipertegas oleh Patton dan Savicky dalam Nugroho (2004:84) yang menjelaskan bahwa: "Analisa kebijakan adalah tindakan yang diperlukan untuk dibuatnya sebuah kebijakan, baik kebijakan yang baru sama sekali, atau kebijakan yang baru sebagai konsekuensi dari kebijakan yang sudah ada."

Dalam analisis kebijaksanaan, terdapat beberapa prosedur umum yang harus dilalui oleh seorang analis. Dunn dalam Darwin (2003:34) mengemukakan prosedur umum tersebut:

1. Peliputan (deskripsi), memungkinkan kita menghasilkan informasi mengenai sebab dan akibat kebijaksanaan di masa lalu;
2. Peramalan (prediksi), memungkinkan kita menghasilkan informasi mengenai akibat kebijaksanaan di masa mendatang;
3. Evaluasi (evaluasi), adalah pembuatan informasi mengenai nilai atau harga dari kebijaksanaan di masa lalu dan di masa mendatang;
4. Rekomendasi (preskripsi), memungkinkan kita menghasilkan informasi mengenai kemungkinan bahwa arah tindakan di masa mendatang akan menimbulkan akibat-akibat yang bernilai.

Sedangkan menurut Smith, terdapat empat variabel yang perlu diperhatikan dalam proses kebijakan antara lain adalah: 1) *idealized policy* ialah pola interaksi yang secara ideal mendorong, memengaruhi, dan juga merangsang target grup dalam pelaksanaannya; 2) *target group*, ialah bagian dari *policy stakeholders* yang diharapkan sebagai perumus kebijakan yang dapat menyesuaikan suatu pola perilaku dengan kebijakan yang telah dirumuskan; dan 3) *implementing organization* ialah badan pelaksana atau pun unit birokrasi pemerintah yang bertanggung jawab dalam suatu kebijakan; serta 4) *environmenental factors*, ialah unsur-unsur dalam lingkungan yang dapat memengaruhi kebijakan (seperti aspek budaya, sosial, ekonomi, serta politik).

Beberapa kebijakan yang mendukung penyelenggaraan pos di Indonesia di antaranya adalah Peraturan Menteri Kominfo Nomor 32/2014 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pemberian Izin Penyelenggaraan Pos sebagai peraturan pelaksanaan dari UU Nomor 38/2009 tentang Pos, Peraturan Pemerintah Nomor 15/2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor 38/2009 tentang Pos atas perubahan istilah Penyelenggara Jasa Titipan menjadi Penyelenggaraan Pos. Dalam konteks perizinan, di mana hal ini merupakan kewajiban bagi setiap penyelenggara pos sebagaimana yang tercantum dalam Surat Edaran yang dikeluarkan Dirjen PPI menyebutkan jenis penyelenggaraan pos terdiri dari Izin Penyelenggaraan Pos Nasional, Izin Penyelenggaraan Pos Provinsi dan Izin Penyelenggaraan Pos Kabupaten/Kota. Adapun Jenis izin tersebut dapat melakukan layanan penyelenggaraan pos yaitu layanan komunikasi tertulis atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan dan layanan keagenan pos. (<http://infopublik.id>).

Mengacu pada kebijakan pos (UU Pos No. 38/2009), konsep layanan pos mencakup bisnis jasa pengiriman dokumen dan bahkan penyelenggara jasa layanan baik swasta dan pihak lain juga

bisa melayani jasa layanan surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos. Ditinjau dari aspek pemasaran, berlakunya UU tentang pos ini menjadikan liberalisasi bagi para penyelenggara yang menekuni usaha perposan (*postal business*). Seiring dengan perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini, para penyelenggara bisnis perposan semakin mengembangkan kualitas pelayanannya sesuai dengan kebutuhan dan loyalitas konsumen atau pelanggan dengan berbagai bentuk penawaran yang menarik. Promosi produk dan layanan jasa pos tidak saja hanya menggunakan media periklanan, akan tetapi bisa melalui sarana teknologi telekomunikasi seperti SMS dan surat elektronik (*e-mail*) yang saat ini telah menurunkan pasar surat individu bahkan *corporate mail*.

Sesuai dengan permasalahan penelitian, konsep pelayanan di sini identik dengan jasa. Pemahaman jasa (*service*) sebagaimana yang dikemukakan Kotler (2000), sebagai “*A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It's production may or may not be tied to a physical product*” (kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik).

Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner mengemukakan definisi jasa sebagai “*include all economic activities whose output is not physical product or construction is generally consumed at the time it's produced and provided added value in forms (such as convenience, amusement, timeliness, comfort or health) that are essentially intangible concerns of it's first purchaser*”. (Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya).

Jasa memang tidak bisa disimpan, untuk kemudian dijual atau digunakan. Akan tetapi jasa itu langsung dapat dikonsumsi pada saat diberikan. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah jika permintaan selalu ada dan bila permintaan menurun maka masalah yang sulit akan segera muncul. Sedangkan pelayanan jasa cenderung dibedakan berdasarkan orang (*people based*) dan peralatan (*equipment based*). Dengan karakteristik jasa seperti di atas maka bagi konsumen akan menimbulkan kesulitan yang lebih besar dalam mengevaluasi kualitas jasa (*service quality*) dibanding kualitas barang (*good quality*).

Pelayanan jasa (*service*) lebih sulit diukur dibandingkan pelayanan barang (*goods*). Maka sebagai alat ukur khusus untuk mengukur kualitas suatu pelayanan jasa (*service*), mengacu pada cara atau model *Servqual* (*Service Quality*) yang dikembangkan Parasuraman, Valerie Zeithaml dan Leonard Barry melalui berbagai riset industri jasa Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dengan cara menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut, menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*empathy*). Kriteria yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa/pelayanan menjadi lebih sulit dipahami oleh bagi pemasar (*marketer*). Pemberian suatu kualitas jasa/pelayanan tertentu akan menimbulkan penilaian yang berbeda dari setiap konsumen, karena tergantung dari bagaimana konsumen mengharapkan kualitas jasa/pelayanan tersebut. Dalam hal melayani publik, terdapat standar pelayanan yang harus dipenuhi oleh pemberi pelayanan publik. Standar pelayanan adalah

ukuran-ukuran yang berlaku terhadap berbagai aktivitas di dalam proses pelayanan (terutama dalam pelayanan *high contact*, namun di *low contact* juga ada meskipun sedikit).

Standar pelayanan minimum, merupakan jumlah atau kualitas minimum yang terukur dari sebuah pelayanan publik yang harus diterima oleh masyarakat. Ditetapkan oleh pemerintah untuk masing-masing sektor di bidang pelayanan. Sedangkan organisasi atau penyelenggara pelayanan publik adalah setiap institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik. (UU No 25/ 2009 Pasal 1 butir 2).

Konsep Persaingan Dalam Usaha

Persaingan identik dengan daya saing. Daya saing adalah kemampuan perusahaan mengatasi perubahan dan persaingan pasar dalam memperbesar dan mempertahankan keuntungan (profitabilitas), pangsa pasar, dan atau ukuran bisnisnya (skala usahanya). (Noer Soetrisno, 2009). Daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar. Kemampuan ini sangat ditentukan oleh faktor suplai yang tepat waktu dan harga yang kompetitif. Daya saing global pada dasarnya berhubungan dengan biaya sehingga yang memenangkan kompetisi adalah yang mampu memasarkan produk dengan harga paling rendah atau kualitas terbaik. Berdasarkan definisi tersebut dapat dipahami bahwa, daya saing adalah kemampuan bersaing menghadapi kompetisi dalam mempertahankan keuntungan dan mempertahankan pangsa pasar secara terus menerus. Karenanya, persaingan dalam usaha memang tidak dapat dihindari. Oleh sebab itu daya saing yang harus pula ditanamkan pada setiap penyelenggara pos di Indonesia, termasuk paradigmanya. Terlebih di era persaingan saat ini, selayaknya mampu berkompetisi dengan memanfaatkan infrastruktur yang tersedia. (Arief Rahmana, 2009).

Terdapat lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri yang dapat dipakai sebagai acuan oleh industri pos, (lihat Gambar 1): Ancaman dari pendatang baru, ancaman dari produk atau jasa pengganti, kekuatan tawar menawar dari pemasok, kekuatan tawar menawar dari pembeli dan persaingan kompetitif di antara anggota industri. (Michael E.Porter dalam Warren J Keegan, 1996:322). Diskripsi kekuatan yang mempengaruhi persaingan di suatu industri sebagai berikut:



Gambar 1. Kekuatan yang mempengaruhi Persaingan di suatu Industri

Sumber: Warren J Keegan, Manajemen Pemasaran Global, Prenhallindo, Jakarta

Penelitian Bidang Pos

Penelitian yang berkaitan dengan pos salah satunya adalah penelitian tentang Kebutuhan Reformasi Layanan Pos Dan Kebijakan Publik Dalam Meningkatkan Kinerja Layanan Pos Di Era Pasar Bebas oleh Syahril dari Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. pada tahun 1998. Dengan pendekatan analisis ekonometrik dan pendekatan analisis deskriptif ekonomi industri, digunakan untuk menganalisa dan merekomendasikan kebijakan dalam bidang jasa pos, serta berkaitan dengan upaya peningkatan kinerja layanan pos nasional dalam menghadapi era globalisasi. Konsep pemikiran teoritis yang mendukung penelitian ini adalah implementasi konsep reformasi regulasi sistem perposan nasional. Konsep reformasi peran pemerintah dalam bidang bisnis yang dikembangkan oleh World Bank yang didasarkan pada pengalaman empiris di banyak negara berkembang, ikut diserap dalam penelitiannya.

Kajian diawali dengan analisa deskriptif sistem industri pos di Indonesia untuk mendapatkan gambaran umum yang menyeluruh tentang penyelenggaraan layanan pos di Indonesia, yang meliputi analisa peran layanan pos sebagai jasa publik, analisa lingkungan eksternal, dan analisa aspek kelembagaan dalam penyelenggaraan layanan pos. Dalam analisa industri layanan pos dibahas struktur industri dan perilaku persaingan serta performansi layanan pos nasional. Peran PT Pos Indonesia serta perkembangan peran pemerintah dalam penyelenggaraan layanan pos di Indonesia dibahas secara terpisah dalam bagian ini.

Berdasarkan analisis diketahui bahwa sistem pembinaan pos yang bersifat multi departemental belum berfungsi dengan baik, disamping itu peran pendukung yang dibebankan kepada beberapa institusi pemerintah juga belum optimal, terutama dalam bidang transportasi. Permasalahan dalam bidang penyelenggaraan layanan berkaitan dengan struktur pasar dan

perilaku produsen yang berakibat mekanisme pasar belum berfungsi dengan baik. Peran swasta lokal masih rendah dan perkembangannya yang lambat menyebabkan kontribusinya masih relatif kecil. Disisi lain PT Pos Indonesia masih berhadapan dengan berbagai permasalahan efisiensi kerja yang rendah, jangkauan pelayanan yang belum berfungsi efektif serta mutu layanan yang rendah yang menyebabkan layanan suratpos sebagai komoditi inferior dengan citra yang kurang baik.

Hasil penelitian Syahrial juga merekomendasikan kebijakan strategis diantaranya adalah, melakukan reformasi peran pemerintah dalam penyelenggaraan layanan pos dengan mengurangi keterlibatan langsung, serta meningkatkan fungsi pengawasan mutu layanan dan fungsi pendukung; Memfokuskan upaya peningkatan kinerja layanan melalui peningkatan mutu layanan dengan melakukan reformasi kebijakan yang terkait dengan mutu layanan. Reformasi kebijakan khususnya ditujukan untuk mendorong peran swasta dalam pengembangan titik pelayanan pos, meningkatkan mutu manajemen transportasi pos sehingga ketergantungan kepada ketentuan wajib angkut pos bisa diminimumkan dengan tetap berpegang pada prinsip efektivitas dan efisiensi kerja melalui penerapan sistem kerja sama sinergis atas dasar kesepakatan bisnis yang saling menguntungkan dengan perusahaan angkutan, dan menggiatkan upaya pemasyarakatan sampul standar dan kode pos untuk mendukung efektivitas dan efisiensi kerja pos; Melakukan penyesuaian tingkat tarif melalui penyederhanaan produk dengan menggabungkan layanan surat biasa dengan layanan surat kilat, dengan tingkat tarif baru yang mengacu kepada kriteria layanan publik; antara lain, efektivitas, efisiensi, adekuasi yang merata, tanggung jawab dan kepatutan; dan· Melanjutkan implementasi sistem manajemen mutu terpadu dengan mengadopsi sistem manajemen mutu ISO 9000 diseluruh lini aktivitas perusahaan; serta perlu dilakukan pengkajian yang lebih mendalam tentang berbagai upaya yang dapat ditempuh untuk meningkatkan profesionalisme PT Pos Indonesia dalam menyelenggarakan layanan pos menuju era layanan pos kelas dunia, salah satu di antaranya adalah langkah privatisasi.

Mengacu pada penelitian Syahrial (1998), penelitian tentang kebijakan pos dan persaingan usaha secara kuantitas turut memperkaya diskripsi data dan informasi tentang pos. Dengan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan di Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan pada bulan Mei tahun 2015 secara observasi, *focus group discussion* (FGD), dan wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap penyelenggara pos. Secara purposif, Kota Banjarmasin dipilih sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan, karena kota Banjarmasin merupakan salah satu kota yang berpotensi terhadap perkembangan industri bidang perposan dengan wilayah yang mudah dijangkau sesuai ketersediaan dana penelitian (DIPA Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika Tahun Anggaran 2015).

Berdasarkan analisis deskriptif dengan bantuan *collecting data* yang diperoleh dari pengumpulan data melalui FGD dan *Indepth Interview*, diperoleh gambaran sebagai berikut:

Peran Layanan Pos Sebagai Jasa Publik

Sebagai perusahaan jasa titipan yang memiliki *performance* yang cukup sukses, pada prinsipnya, sejak berdirinya penyelenggaraan jasa pos di TIKI mematuhi peraturan dan menjalankan sesuai kebijakan yang berlaku saat ini. Dengan kebijakan yang saat ini yaitu UU No. 38 tahun 2009, melakukan pengembangan layanan dengan mendirikan beberapa gerai yang tersebar di seluruh kabupaten di Kalimantan Selatan, termasuk di Kota Banjarmasin ini. Tentu saja, kebijakan

perusahaan (TIKI) adalah lebih mengutamakan pelayanan, selain menyiapkan juga sumber daya atau SDM yang sesuai dengan tingkat kemajuan teknologi modern saat ini. (Neneng Supriantini, TIKI Banjarmasin).

Mengalami kesuksesan yang sama, perusahaan jasa titipan JNE juga menyatakan bahwa, dari masalah informasi, JNE sedang membangun sistem di 2016 ini secara *online system*. Kami bekerjasama dengan Telkomsel. Kita di jasa titipan ini tidak terlepas dari kurir yg setiap harinya berada di lapangan. Di lain itu, JNE dengan layanan *e-commerce* namanya Pesona Nusantara, lebih ke makanan. Jenis makanan apapun dan dari daerah manapun bisa dipesan lewat sini. JNE bisa bantu *support* dengan mengumpulkan para pelaku *e-commerce* di Kalimantan Selatan. Untuk pembukaan agen JNE, minimal harus deposit 5 jt, dan harus punya NPWP. (Depi Hariyanto)

Terlebih lagi PT. Pos Indonesia sebagai perusahaan milik Negara (BUMN), penyelenggaraan pos modern telah dilakukan sejak PT. Pos Indonesia masih berstatus hukum perusahaan jawatan sejak pemerintahan Kolonial Belanda yang secara bertahap berubah status hukum menjadi perusahaan Negara, dan sejak 1995 berubah menjadi perusahaan terbatas. Selain pelayanan yang dilakukan PT. Pos Indonesia, keberadaan pelayanan pos yang dikelola sektor swasta juga penting untuk diperhatikan. Keikutsertaan perusahaan swasta dalam penyelenggaraan jasa bidang pos dimulai sejak 17 Juni 1982, dengan berdirinya Himpunan Perusahaan Pengiriman Dan Pengantaran Barang Lewat Udara Dalam Negeri (HIPPARI) merupakan wadah /himpunan dari Perusahaan-perusahaan nasional yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang dan dokumen, baik yang bergerak di sektor kurir maupun kargo. Sedangkan Asosiasi Perusahaan Nasional Pengiriman Dan Pengantaran Barang Indonesia (Asperindo) merupakan wadah dari perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang maupun dokumen yang diresmikan pada 26 Maret 1986 dengan dua alasan yaitu: (1) Keinginan untuk secara khusus menghimpun perusahaan-perusahaan yang hanya bergerak di bidang jasa per- kuriran. (Pelayanan terfokus kepada layanan pintu ke pintu); dan (2) Memenuhi persyaratan untuk bergabung dalam organisasi KADIN (kamar Dagang Dan Industri) yang mensyaratkan bentuk organisasi adalah "Asosiasi" dan bukan "Himpunan". (Direktorat Pengendalian Pos dan Telekomunikasi, 2013).

Sampai saat ini produk layanan pos pada PT.Pos Indonesia antara lain Kiriman Internasional, Filateli, Hybrid Mail, Ritel, Logistik, Keuangan, Paket Pos dan Surat Pos, yang dalam visi akan membentuk *Integrated mail, logistic & financial services infrastructure* di masa yang akan datang.

Sebagai referensi, hasil penelitian Sri Wahyuningsih (2009) tentang Peningkatan Daya Saing Jasa Pos Menghadapi Persaingan Global menunjukkan, selain menyelenggarakan layanan pos konvensional, seperti layanan surat dan paket, PT.Pos Indonesia melakukan pengembangan bisnis, antara lain melalui *Strategic Business Unit (SBU) Real Property* PT Pos Indonesia yaitu unit bisnis di bawah PT Pos Indonesia (Persero) yang dikelola secara fokus dan mandiri dalam menyelenggarakan usaha *Real Property Management. Sasaran SBU Real Property* dari PT. Pos Indonesia adalah, pemanfaatan properti yang tersebar di 3.039 lokasi diseluruh Indonesia, melalui upaya optimalisasi produktivitas dan utilitas properti Perusahaan yang dikelola secara profesional dan fokus. mengembangkan jaringan usahanya melalui sinergi usaha yang saling menguntungkan. Dengan memanfaatkan jaringan PT. Pos Indonesia. Karakteristik properti Pos

Indonesia memiliki lokasi yang strategis, terletak di *'premium area'* dan merupakan kawasan komersial, bahkan tidak sedikit yang berada di area "Titik Nol" kota. Maka melalui SBU *Real Property* PT Pos Indonesia dapat menjalin kerjasama guna mewujudkan sinergi usaha yang saling menguntungkan.

Memasuki era globalisasi terutama dalam menghadapi persaingan global, PT. Pos Indonesia memperkuat daya saing melalui pos logistik yaitu: *pertama* membangun *ware house management system (WMS)* yakni mempersiapkan SBU *Post Logistics* untuk melengkapi diri dengan infrastruktur ICT. Pengembangan *Warehouse* ini dilakukan di 11 kota yaitu Medan, Batam, Palembang, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Denpasar, Balikpapan, Makasar dan Jayapura¹ dan Pembinaan yang *kedua*, membangun *freight management system (FMS)* yang memusatkan perhatian kepada pembangunan sistem transportasi modern dan terpadu yang didukung oleh sarana transportasi berbasis teknologi informasi (IT). Dari Layanan Logistik antara lain *warehousing, customs clearans, management inventory*, layanan kargo Pos (paket pos optima)². Untuk jasa keuangan disamping wesel dan sejenisnya, juga mengembangkan *System Online Payment Point (SOPP)* yaitu menerima pembayaran tagihan rekening telepon, seluler, asuransi, kredit, penerimaan pajak dan isi ulang pulsa. (Sri, 2009). Penyelenggara pos di Kota Banjarmasin yang dapat dikunjungi antara lain: Kantor Pos Besar PT. Pos Indonesia (Persero) yang beralamat di Jl. Lambung Mangkurat No. 19 Banjarmasin 70111, kemudian TIKI (kantor Cabang) di Jln. A. Yani Km 4,5 No. 43 Banjarmasin Telp. 0511- 327 3333 (Hunting), dan Expedisi Pandu Logistics Banjarmasin: Jl. Yos Sudarso Rt.34 No. 32 Telp. 0511- 3365809 (Hunting), Fax 0511 - 3351131; serta PT. JNE di Jl. A. Yani KM 6 No.140 Banjarmasin telp. 0511 - 3265251.

Analisa Aspek Kelembagaan Dalam Penyelenggaraan Layanan Pos

Dalam UU Pos nomor: 38 Tahun 2009 (pasal 4 ayat 1) disebutkan, penyelenggaraan pos dilakukan oleh badan usaha yang berbadan hukum Indonesia, yang terdiri atas Badan Usaha Milik Negara; Badan Usaha Milik Daerah; Badan Usaha Milik Swasta; dan Koperasi. Selanjutnya, dalam Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2013 sebagai pelaksanaan dari undang-undang tersebut disebutkan bahwa penyelenggaraan pos yang telah menjalankan usahanya tetap dapat menjalankan kegiatannya dengan ketentuan paling lama 2 (dua) tahun sejak Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku wajib menyesuaikan dengan peraturan pemerintah ini, yaitu pada bulan Maret 2015.

Dengan adanya klasifikasi dalam penyelenggaraan jasa pos seperti yang dinyatakan pada pasal 4 tersebut, maka peluang untuk menjadi penyelenggara pos semakin terbuka bebas. Hal ini merupakan salah satu ancaman yang masuk kategori pendatang baru. Sebelumnya penyelenggara hanya terbagi dua yaitu PT. Pos Indonesia (BUMN) dan Perjastip (BUMS). Namun, dengan adanya kebijakan baru (UU No. 38/2008), memungkinkan munculnya pendatang baru dalam bisnis jasa pos. Otomatis harus bias menyikapi ketentuan dengan memperhitungkan kemungkinan terhadap munculnya pesaing baru.

Selanjutnya dalam Pasal 5 (ayat 1) dinyatakan bahwa, Badan usaha sebagaimana dimaksud dalam pasal 4 ayat 1 dapat melakukan kegiatan:

¹<http://surabayawebs.com/index.php/2009/07/08/pos-indonesia-modernisasi-bisnis-logistik/Julijuli2009>

²http://www.posindonesia.co.id/produk_detail.php?id=19

- a. Layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik;
- b. Layanan paket;
- c. Layanan logistik
- d. Layanan transaksi keuangan; dan
- e. Layanan keagenan pos.

Yang dimaksud dengan layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik adalah, Layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik merupakan kegiatan pengumpulan, pemrosesan, pengangkutan dan penyampaian informasi berupa surat, warkat pos, kartu pos, barang cetakan, dokumen dan/atau sekogram. Dalam undang-undang, Layanan Logistik, dalam penjelasannya adalah berupa kegiatan perencanaan, penanganan dan pengendalian terhadap pengiriman dan penyimpanan barang, termasuk informasi, jasa pengurusan dan administrasi terkait yang dilaksanakan oleh Penyelenggara Pos.

Memasuki era global, pesaing akan datang dari dalam negeri dan luar negeri dengan membawa kelebihan masing-masing untuk menarik pelanggan. Produk mail, logistik dan keuangan merupakan produk dengan tingkat permintaan tinggi, dari berbagai kalangan. Persaingan di antara penyelenggara ketiga produk jasa tersebut sangat ketat dan kuat. PT. Pos Indonesia dalam menyelenggarakan mail, akan berhadapan dengan perusahaan swasta, kurir, atau penyelenggara asing yang kerjasama dengan perusahaan Indonesia dan saat ini mail sudah banyak dilakukan melalui teknologi telekomunikasi.

Sampai dengan 2013, Direktorat Pos Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama DPP Asperindo mencatat total 817 perusahaan dengan izin pusat dan lebih dari sekitar 8000 cabang, agen dan gerai dari beberapa perusahaan jasa titipan di seluruh Indonesia. Namun posisi sampai pada 31 Desember 2013, komposisi penyelenggara jasa titipan berdasarkan bentuk perusahaan, yang masih beroperasi sebanyak 633 penyelenggara yang didominasi oleh Perseroan Terbatas (PT) sebesar 97% dan berbentuk CV (2%), serta Koperasi sedikitnya hanya 1%.

Menurut sumber Asperindo Kota Banjarmasin, dalam undang-undang pos yang baru, penyelenggara pos bukan hanya surat-surat lagi, tetapi juga barang-barang. Asperindo punya moto bersaing dan bersanding dalam menghadapi ekonomi ASEAN. perusahaan Jasa Titipan di Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan seluruhnya 55 perusahaan. Maka untuk memelihara ketertiban dalam penyelenggaraan pos, terutama dalam hal perizinan, berharap pemerintah (Kementerian yang menangani pos) dapat bersinergi dengan Asperindo. Mengingat, perusahaan jasa titipan yang tidak mematuhi peraturan cukup tinggi di Indonesia termasuk di Kalimantan Selatan. Hal ini memerlukan tindakan untuk melakukan pembinaan terhadap para penyelenggara yang berinisiatif menjalankan usaha di bidang perposan. (Suharto, 2015).

Berkaitan dengan perizinan, Direktur perusahaan jasa titipan Kerta Gaya Pusaka (Suratman, dalam wawancara, 2015) juga menyadari bahwa memang sudah terprogram dan berharap agar di Kalsel dapat terlaksana dengan baik. Terkait dengan penegakan hukum, bahwa rekan-rekan yang berkaitan dengan industri pos ini, diharapkan dapat meningkatkan performanya. Sehingga, masyarakat terutama di kota Banjarmasin yang membutuhkan jasa pos termasuk logistik dapat terpenuhi dengan sebaiknya. Dalam posisi menghadapi keadaan seperti sekarang ini, Handoko berpendapat bahwa, PT. Pos Indonesia Banjarmasin punya

dua tugas besar, yaitu bahwa, *pertama* dalam pos internasional, kami dapat tugas layanan pos universal (LPU) yang memberikan amanat kepada PT. Pos Indonesia untuk dapat bergerak ke wilayah-wilayah Indonesia sampai pada wilayah-wilayah yang sukar dijangkau. Layanan pos mewajibkan kita untuk sampai ke sana. Pemerintah masih memberikan penugasan kepada PT. Pos terkait hal itu. Kemudian yang *kedua*: adalah melakukan pelayanan komersial secara bersinergi dengan penyelenggara pos yang lain, dan di sisi lain harus berkompetisi. Sebagaimana tabel 1 LPU yang telah dilaksanakan PT. Pos Indonesia selama Tahun 2003 sampai dengan 2014 berikut ini:

Tabel 1. Pelaksanaan LPU Tahun 2005 - 2014

2005	2306	161,80	113,00	129,27	16,27	Audited
2006	2341	200,00	115,00	140,66	25,66	Audited
2007	2341	150,00	125,00	163,00	38,00	Audited
2008	2350	179,67	118,75	204,84	86,09	Realisasi
2009	2350	250,56	175,00	256,42	81,42	Realisasi
2010	2363	255,36	175,00	253,30	78,30	Realisasi
2011	2278	282,00	257,00	300,46	43,46	Realisasi
2012	2298	340,07	272,47	301,49	29,02	Realisasi
2013	2320	407,03	209,20	331,24	122,07	Realisasi
2014	2325	439,34	322,69	325,20*	2,51**	APBN
Jumlah			2.078,18	2.616,06	537,88**	

Sumber: PT. Pos Indonesia tahun 2014

Tabel 2. Terminasi Dini Kewajiban PSO (infrastruktur)

AREA / WILAYAH KERJA		JUMLAH KPRK	JUMLAH KPC LPU
1		2	3
I	NAD, SUMUT	19	221
II	SUMBAR, RIAU, KEPRI	15	136
III	BENGKULU, JAMBI, SUMSEL, LAMPUNG, BABEL	16	198
IV	BANTEN, BOGOR, BEKASI	9	56
V	JAWA BARAT TANPA BOGOR, BEKASI	17	234
VI	JAWA TENGAH, DIY	33	478
VII	JAWA TIMUR	26	420
VIII	BALI, NTB, NTT	14	134
IX	KALIMANTAN	20	220
X	SULAWESI, MALUKU	16	205
	PAPUA	7	23
	JUMLAH NASIONAL	192	2.325

Sumber: PT. Pos Indonesia 2014

Dari jumlah KPC LPU masing-masing memerlukan dana perbaikan/pembangunan sebesar @ Rp 500 juta, sehingga total dana yang diperlukan:

$$1.325 \times 500.000.000 = \text{Rp } 1.162.500.000.000.$$

Perusahaan jasa titipan lainnya seperti JNE, saat ini berharap besar kepada Asperindo terkait jasa titipan. Di Kalsel, lebih dari 100 jasa titipan, namun yg tercatat di Asperindo hanya 55. Berarti sisanya *illegal*. Dengan kata lain, yang resmi mungkin dapat kita sebut sebagai penyelenggara pos, sisanya adalah jasa titipan yang tidak resmi. (Depi Hariyanto, 2015).

Analisa Peluang dan Persaingan Usaha Layanan Pos Nasional

Peta usaha Pos di Indonesia sejak tahun 1984 sampai terbitnya UU No. 38 tahun 2009 tentang Pos, meliputi:

- a. Pos dalam era tahun 1984 seperti yang tercantum dalam PP No. 37 tahun 1985 tentang penyelenggaraan pos, Pasal 3 ayat 1 bahwa pos diselenggarakan oleh negara dan ditugaskan kepada Perum (PT Pos pada saat itu).
- b. Pada Pasal 2 disebutkan negara membolehkan masyarakat menyelenggarakan paket, dokumen dan transaksi keuangan yang disebut Jastip.
- c. Ada perusahaan yang mempunyai izin infrastruktur dari Kementerian Perhubungan yang mengajukan izin jastip (di antaranya TIKI, JNE, PDx, dan lain-lain).

Kebijakan pos pada era sebelum UU Pos yang baru terbit bukan saja mengatur layanan pos universal tapi layanan yang bersifat komersial lebih dahulu negara telah melaksanakan yang pada saat itu dijalankan oleh perum pos dan giro dan pada tahun 1995 berubah menjadi PT. Pos Indonesia. (Irawan, 2015). Kebijakan pos yang baru (Undang-Undang Nomor: 38/2009 tentang Pos), tentunya memberikan peluang yang sama bagi penyelenggara pos baik itu BUMN maupun swasta (BUMS), bahkan kepada pemerintah daerah untuk memberikan dukungan dalam bidang perposan di wilayahnya. Secara normatif, seharusnya untuk pelayanan yang termasuk kategori *reserved services* tidak ada kompetisi. Pada dasarnya beberapa isu persaingan dalam sektor pos merupakan konteks integrasi vertikal, akses terhadap jaringan pos (melalui interkoneksi) serta penetapan tarif yang *unfair (predatory)*. (Direktorat Pengendalian Pos dan Telekomunikasi, 2013).

Pemberian *reserved services* kepada operator pos sering dianggap sebagai pemberian hak eksklusif atau bahkan ada yang menyebutnya sebagai monopoli pos. (Pos Indonesia, 2004). Dalam praktek, pada umumnya *reserved services* diberikan pemerintah kepada operator pos negara. Polemik yang senantiasa muncul tentang konteks, konten dan parameter penerapan *reserved services*, tidak terkecuali di Indonesia PT. Pos Indonesia (sebagai operator pos Negara) di satu sisi memosisikan dirinya sebagai pihak yang menganggap bahwa Indonesia masih memerlukan kebijakan *reserved services* dengan segala alasan pendukungnya, Asperindo di lain pihak berpendapat bahwa sudah waktunya pelayanan pos dihilangkan dari adanya kebijakan *reserved services*. Dalam hal ini, kepentingan Negara akan pelayanan masyarakat di bidang pelayanan pos hendaklah menjadi parameter utama untuk menentukan arah kebijakan pemerintah tentang *reserved services* ini. (Direktorat Pengendalian Pos dan Telekomunikasi, 2013: 42).

KPPU (2007) mencatat bahwa, terhadap produk/ jasa pos seperti *express mail* dan jasa pos premium lainnya merupakan produk/jasa bernilai tambah yang termasuk ke dalam wilayah

komersial dan dapat dilakukan secara kompetitif, baik dari segi pelayanan maupun tarif, berdasarkan mekanisme pasar yang wajar. Dalam perkembangan mutakhir, dengan berlakunya Undang-Undang Nomor: 38/2009 tentang Pos, situasi kompetisi penyelenggaraan pos diatur dalam dua segmen yakni kerjasama dan antar interkoneksi penyelenggara pos maupun antar penyelenggara pos dengan badan hukum yang tidak khusus membidangi penyelenggaraan pos terkait dengan penyelenggaraan pos, seperti keagenan maupun jasa keuangan. (Direktorat Pengendalian Pos dan Telekomunikasi, 2013: 54-56).

Pada hakikatnya, setiap penyelenggara jasa pos baik BUMN ataupun BUMS di Kalimantan Selatan khususnya Kota Banjarmasin, tetap eksis melaksanakan tugas dan fungsinya dalam memberikan pelayanan pos kepada masyarakat mematuhi peraturan antara lain Undang-Undang Nomor 38 tahun 2009 tentang pos dan PP lainnya seperti Pemerintah No. 15 Tahun 2013, serta Permenkominfo No. 32 Tahun 2014 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pemberian Izin Penyelenggaraan Pos. Penyelenggaraan Pos *Eksisting* saat berlakunya Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos, peluang usahanya meliputi:

- a. Komunikasi Tertulis dan/atau Surat Elektronik
- b. Paket
- c. Logistik
- d. Transaksi Keuangan
- e. Keagenan Pos
- f. Layanan Pos Universal (penyelenggaranya melalui lelang)

Sedangkan penyelenggara pos di masa mendatang, melaksanakan bisnis pos berupa:

- a. Layanan Pos Universal
- b. Penyelenggaraan yang meliputi, Layanan Komunikasi Tertulis dan/atau Surat Elektronik, Layanan Paket, Layanan Logistik, Layanan Transaksi Keuangan, dan Layanan Keagenan Pos.
- c. Logistik

Berdasarkan kebijakan pos (UU Pos No. 38/2009), persaingan usaha justru tergantung dari kebijakan (regulasi) pos untuk membuka peluang usaha bagi penyelenggara pos (ex jastip). Untuk tipe B (TIKI dan JNE) telah lebih dahulu sudah dapat bersaing. Sehingga kompetisinya sebenarnya ada pada ex jastip untuk bisa menyelenggarakan layanan pos komersial yang lebih dahulu dilakukan oleh PT POS. Begitu pula dengan Pemanfaatan TIK, karena dari dahulu Negara menguasai pos tentu saja penggunaan teknologi komunikasi telah digunakan (layanan virtual/ penggunaan jasa telekomunikasi). Oleh karena itu kebijakan pos harus dibuat untuk membuka peluang usaha bagi penyelenggara pos (ex jastip).

Visi pelayanan bagi penyelenggara jasa pos di Kota Banjarmasin adalah mengutamakan kepentingan pelanggan (konsumen) sesuai dengan standar mutu pelayanan. Kebutuhan konsumen di Banjarmasin dalam menggunakan jasa pos, cenderung mengutamakan kepuasan diantaranya ketepatan waktu dan keamanan (perlindungan konsumen). Mengingat banyak dialami kerusakan dalam hal *package* barang dan keterlambatan pengiriman. Karena mayoritas penduduk di Kota Banjarmasin adalah petani kebun dan petani ikan atau nelayan dan secara geografis, Kota

Banjarmasin dikelilingi oleh banyak sungai di antaranya, sungai Barito, dan sunga Martapura. Penggunaan jasa pos umumnya menggunakan JNE untuk pengiriman paket dan barang. Sedangkan untuk mengambil pensiun, atau pembayaran listrik, telepon dan lainnya mengunakan jasa layanan dari PT. Pos Indonesia.

Penutup

Secara filosofis, Undang-Undang No. 38 tahun 2009 tentang pos merupakan kebijakan bagi penyelenggara pos di Indonesia yang mencakup berbagai kepentingan dalam berbagai bidang penyelenggaraan pos. Sehingga tidak hanya badan usaha milik Negara sebagai satu-satunya penyelenggara pos, akan tetapi mencakup juga badan usaha milik swasta dan koperasi dapat dengan leluasa dalam lingkup usaha pos yang melayani pengiriman surat, distribusi barang dan logistik, jasa pengiriman uang, surat elektronik, serta keagenan.

Meskipun UU Pos ini menjadi kebijakan yang memberi peluang bagi pertumbuhan penyelenggaraan pos termasuk di Kota Banjarmasin, namun implikasinya masih perlu ditingkatkan performa dari masing-masing penyelenggara terutama kualitas pelayanan, mengingat tuntutan kepuasan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan yang tepat waktu dan tarif yang terjangkau belum terpenuhi secara optimal. Selain itu, yang perlu menjadi perhatian pemerintah khususnya Pemda setempat adalah dalam hal perizinan penyelenggaraan. Mengingat masih ada indikasi bahwa masih ada pihak yang memicu ketidakjelasan dalam proses perizinan. Sehingga banyak juga penyelenggara pos terutama Jasa Titipan yang tidak menjalankan proses perizinan dengan cara yang tidak semestinya. Untuk menyikapi hal ini, Pemerintah terutama pemerintah daerah setempat perlu bersinergi untuk meningkatkan monitoring dan evaluasi khususnya dalam hal izin penyelenggaraan pos. Ada baiknya koordinasi lebih ditingkatkan lagi, terutama dari Pemerintah Daerah masing-masing kota di Provinsi untuk senantiasa menjalin koordinasi yang baik dengan lembaga asosiasi tertentu dalam rangka meningkatkan pembinaan terhadap penyelenggara pos di daerah. Untuk menghadapi persaingan global, penyelenggara pos di Indonesia terus berupaya melakukan restrukturisasi terhadap peningkatan produktivitas dan peningkatan layanan dan menentukan skala prioritas untuk meningkatkan daya saing dengan menguatkan dan meningkatkan daya saing di pasar domestik.

Daftar Pustaka

- Arief Rahman. (2009). *Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009), Yogyakarta.
- Noer Soetrisno. (2009). *International conference & workshop on cluster development*, Solo.
- Permen Kominfo No 32 tahun 2014 tentang Persyaratan Dan Tata Cara Pemberian Izin Penyelenggaraan Pos.
- Peraturan Pemerintah No 15 tahun 2013 Tentang. Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009
- Syahrial, (1998). Kebutuhan reformasi layanan pos dan kebijakan publik dalam meningkatkan kinerja layanan pos di era pasar bebas, Universitas Indonesia. Fakultas Ekonomi, UI - Tesis, Jakarta
- Undang-Undang No 38 Tahun 2009 tentang Pos.
- Zeithaml, VA; Parasuraman, AA& Berry, L.L. (1990), *Delivering Service Quality: Balancing Customer Perception and Expectation*, New York: The Free Press.

Media online:

- Dahwan, Ibnu, 2009. Liberalisasi sektor perposan, dikutip 29 April 2014 dari <http://ibnublog.blogspot.com/2009/10/liberalisasi-sektor-perposan.html>.
- Hidayat, Satriyo, 2015. Bimtek Penyelenggaraan pos di provinsi Jateng. Dikutip 30 Maret 2015 dari <http://www.jatengprov.go.id/id/berita-skpd/bintek-penyelenggaraan-pos-di-prov-jateng>.
- Kalamullah Ramli (2015) Ramli, Kalamullah, 2015. Kemkominfo Wajibkan PT Pos Dan PJT Sesuaikan Izin, dikutip pada 29 Maret 2015 dari <http://infopublik.id/read/98083/kemkominfo-wajibkan-pt-pos-dan-pjt-sesuaikan-izin.html>
- Direktorat Pengendalian Pos dan Informatika, Ditjen PPI Kemen Kominfo, Perjalanan Kebijakan Pos di Indonesia, 2013.
- Direktorat Pengendalian Pos dan Informatika, Ditjen PPI Kemen Kominfo Data Penyelenggaraan Pos dan Informatika Tahun 2013

Internet Browsing:

- <http://pkpds.wordpress.com/2008/12/17/konsep-dan-pemahaman-tentang-daya-saing>, Diakses pada Januari 2013.
- <http://www.pmo.gov.il/SiteCollectionDocuments/mimshal/Regulatory%20Impact%20Assessment.pdf>. Diakses pada 2 November 2015
- <https://id.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100102015917AAKlgMW>.
- www.posindonesia.co.id. Diakses pada 3 Juni 2015
- <http://surabayawebs.com/index.php/2009/07/08/pos-indonesia-modernisasi-bisnis-logistik/> Juli 2009

IMPLEMENTASI *UNIVERSAL SERVICE OBLIGATION* (USO) DI INDONESIA: KONSEP TATA KELOLA DAN PENGEMBANGANNYA

Anton Susanto

-Peneliti Puslitbang PPI Kementerian Kominfo-

Pendahuluan

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi telah memberikan perubahan dalam penyelenggaraan telekomunikasi dari iklim monopoli menjadi kompetisi. Tujuannya adalah untuk mendorong tercapainya keterjangkauan akses dan biaya telekomunikasi bagi masyarakat. Namun demikian, persoalan akses masih terkendala adanya disparitas perkotaan dan pedesaan. Hal ini terjadi karena penyelenggaraan jaringan telekomunikasi oleh operator masih memiliki sudut pandang bisnis sebagai dasar/orientasi pengembangannya. Hal ini terlihat dari penghasilan terbesar operator telekomunikasi masih berasal dari Jawa dan Sumatera, sedangkan pulau Kalimantan, Sulawesi, dan Papua serta pulau-pulau lainnya masih kurang menarik karena penduduknya yang jarang dan tingkat penghasilan yang rendah.

Sebagai upaya mengatasi disparitas tersebut, maka diwujudkan program *mandatory* dalam bentuk Kewajiban Pelayanan Universal (KPU) atau *Universal Service Obligation* (USO). Dana USO dalam undang-undang telekomunikasi merupakan bentuk kontribusi operator telekomunikasi dalam Kontribusi Kewajiban Pelayanan Universal (KKPU) yang dikelola oleh Regulator/Pemerintah. KKPU ini kemudian dikemas menjadi PNBPN yang diperkuat dengan UU Keuangan Negara dan UU Perbendaharaan sebagaimana dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2005 jo Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2009, maka bentuk kontribusi yang mengatur besaran tarif yang semula sebesar 0,75% kemudian sejak Tahun 2009 ditingkatkan menjadi 1,25% dari *annual gross revenue*.

Keberadaan USO ini secara filosofi memiliki tujuan strategi untuk menyeimbangkan gerak pendulum telekomunikasi, di mana pemerintah tetap mendorong pemerataan akses telekomunikasi sebagai hak dasar masyarakat. Untuk mengelola dana USO tersebut, Pemerintah membentuk Balai Telekomunikasi dan Informatika Perdesaan (BTIP) yang mempunyai wewenang untuk melakukan penarikan dan mengelola dana kontribusi pelayanan universal, mengimplementasikan evaluasi, pengawasan dan pengendalian penyediaan sarana dan prasarana telekomunikasi dan informatika perdesaan yang dilaksanakan oleh mitra usaha. Dalam perjalanannya BTIP berganti nama menjadi Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BPPPTI), yang merupakan sebuah unit yang beroperasi sebagai Badan Layanan Umum (BLU), dengan kewenangan menyelenggarakan jasa pengelolaan,

penyediaan, pembiayaan sarana dan prasarana telekomunikasi dan informatika pedesaan dan atau penyediaan layanan dan atau pembangunan, serta pengoperasian dan pemeliharaan melalui pihak ketiga.

Sejak tahun 2009 sampai dengan 2014, pemanfaatan dana USO digunakan untuk pembiayaan program sarana dan prasarana telekomunikasi berupa: Desa Dering, Desa Pinter, Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK), Mobile Pusat Layanan Internet Kecamatan (M-PLIK), Nusantara Internet Exchange (NIX), Internasional Internet Exchange (IIX), WiFi Kabupaten, PLIK Sentra Produktif, Upgrade Desa Dering dan Telinfo Tuntas dan Perangkat Radio (Desa Informasi). Di samping itu juga dalam kerangka upaya mewujudkan Indonesia *Broadband* sesuai *roadmap* TIK Indonesia, maka pagelaran pembangunan *backbone fiber optic* melalui program palapa ring yang bertujuan sebagai jaringan tulang punggung untuk menyediakan akses layanan telekomunikasi yang menjangkau seluruh wilayah dengan biaya terjangkau bagi seluruh penduduk.

Program ini terus diupayakan sekalipun pada tahun 2010 usaha membentuk konsorsium dengan melibatkan para penyelenggaran telekomunikasi mengalami kegagalan. Pembangunan infrastruktur *Broadband Palapa Ring* dengan *Fiber Optic* (FO) di wilayah Indonesia saat ini masih berlangsung, sejauh ini total panjang FO yang telah dibangun adalah 41.151,6 Km pada tahun 2012.

Di samping tanggung jawab dan permasalahan yang muncul, isu optimalisasi infrastruktur TIK menjadi bahasan yang menarik pemangku kepentingan, termasuk pemerintah sebagai regulator. Beberapa isu tersebut, seperti:

1. Tidak efisiennya jaringan infrastruktur TIK yaitu: terjadinya duplikasi jaringan, tower, galian dan lainnya. Potensi *sharing* infrastruktur tidak dilakukan dengan baik
2. Perlunya inventarisasi dan optimalisasi potensi infrastruktur dan jalur distribusi lain yang dapat ditumpangkan kabel serat optik seperti infrastruktur jalan tol, rel kereta api, listrik, gas, air minum dan lainnya.
3. Isu kompetisi di industri telekomunikasi yang belum optimal, seringkali terjadi keterbatasan akses infrastruktur bagi *competitor*.
4. Terjadi kelemahan koordinasi kebijakan dan regulasi antara pemerintah pusat, daerah dan sektorial seperti tidak sinkronnya kebijakan yang mendukung jaringan infrastruktur TIK di daerah.

Dalam kondisi adanya potensi dan tantangan yang muncul tersebut, maka nilai penting kebijakan dan implementasi USO di Indonesia menjadi menarik untuk dievaluasi. Disamping beberapa hal tersebut diatas, keberhasilan pembangunan ICT di daerah-daerah tertinggal/pedesaan maupun perbatasan masih berfokus pada permasalahan kesenjangan digital yang cukup tinggi. *ICT Development Index* (IDI) Indonesia pada tahun 2013 masih dirangking 106 dari 166 negara dengan nilai index 3,83 naik 0,13 poin dari tahun sebelumnya. Namun demikian dari sisi rangking subindex untuk *Access*, Indonesia masih berada pada tingkat 109 dari 166 negara yang disurvei. Hal ini menunjukkan pembangunan sarana *access* melalui infrastruktur ICT di daerah-daerah pedesaan/terpencil maupun terluar masih menjadi kewajiban pemerintah dalam pemerataan pembangunan ICT di Indonesia.

Kesenjangan digital di wilayah timur Indonesia juga tampak terlihat dari indeks ICT Pura yang melihat wilayah Maluku dan Papua masih paling rendah diukur dari *usability*, *capability*

maupun *readiness*. Hal ini menunjukkan pembangunan sarana *access* melalui infrastruktur ICT di daerah- daerah pedesaan/terpencil maupun terluar masih menjadi kewajiban pemerintah dalam pemerataan pembangunan ICT di Indonesia.

	SUMATERA	JAWA	BALI - NUSRA	KALIMANTAN	SULAWESI	MALUKU - PAPUA
IMPACT	2,67	3,16	2,43	2,74	2,56	2,38
USABILITY	1,82	2,56	1,85	1,88	1,64	1,52
CAPABILITY	2,45	3,16	2,48	2,58	2,40	2,25
READINESS	2,20	2,99	2,21	2,28	1,98	1,81

Tabel 1. Komponen Indeks Komposit ICT Pura per Wilayah

Sumber: Rencana Pitalebar Indonesia 2014 - 2019

Penyediaan layanan universal telekomunikasi disamping sebagai upaya pengurangan *digital divide* di masyarakat, juga merupakan usaha untuk meningkatkan efisiensi ekonomi dan *social benefit* dengan adanya jaringan telekomunikasi (Apperly, 2011). Untuk mewujudkan hal tersebut tentunya Dana USO yang berasal dari Kontribusi Penyelenggara Telekomunikasi perlu dilihat secara menyeluruh dari hulu sampai hilir, yaitu: dari mulai kedudukan *stakeholder* dan *resources* yang ada, model bisnis sampai dengan proses bisnis di dalamnya. Sangat menarik untuk melihat kembali implementasi USO di Indonesia dengan juga menggagas usulan tata kelola dan pengembangannya. Dengan begitu maka akan didapatkan hasil pemetaan implementasi USO yang telah dilakukan oleh BPPPTI sehingga kemudian dapat didefinisikan konsep ideal tata kelola dan pengembangan USO di Indonesia. Penelitian ini sangat bermanfaat dalam memberikan masukan terhadap proses *re-design* USO dalam rangka optimalisasi dana kontribusi yang menjadi amanah UU dalam kerangka perwujudan pemerataan akses dan layanan ICT serta pemberdayaannya.

Metode penelitian dilakukan secara kualitatif dengan paradigma kualitatif juga melalui diskusi dengan para *stakeholder* baik itu pemerintah sebagai regulator (Ditjen PPI, BRTI, LKPP dan Bappenas); pelaku usaha telekomunikasi (Operator Telco), Masyarakat Telematika (Mastel), Akademisi/Peneliti bidang ICTD (TIK untuk Pembangunan, dan masyarakat pengguna dan pemerhati telekomunikasi. Melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dan *Depth Interview* diharapkan didapatkan konsep pengembangan tata kelola USO dan juga strategi pencapaiannya.

Kebijakan Pembangunan TIK

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merupakan term yang mencakup dua aspek, yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. TIK diartikan secara luas sebagai segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, pemindahan informasi antar media. Istilah TIK muncul pada pertengahan abad ke-20 sebagai perpaduan teknologi komputer dan teknologi komunikasi. Pembangunan TIK di Indonesia merupakan amanah UUD 1945 pasal 28F yang menjadikan kewajiban pemerintah untuk melindungi hak setiap orang untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Amanah ini kemudian diperkuat dengan UU No. 17 Tahun 2007 tentang RPJPN 2005-2025 menetapkan terbentuknya masyarakat informasi Indonesia pada tahun 2015 dan dijadikannya TIK sebagai pilar konektivitas nasional dalam mendukung Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI). Dalam rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 difokuskan kepada pembangunan kompetitif perekonomian yang berbasis sumber daya alam yang tersedia, sumber daya manusia yang berkualitas, serta kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

TIK sebagai bagian dari pilar konektivitas nasional secara terintegrasi dengan elemen kebijakan nasional lainnya yaitu Sistem Logistik Nasional (Sislognas), Sistem Transportasi Nasional (Sistranas) dan Pengembangan Wilayah mempunyai arah dan tujuan sebagai berikut:

1. Menghubungkan pusat-pusat pertumbuhan ekonomi utama untuk memaksimalkan pertumbuhan berdasarkan prinsip keterpaduan, bukan keseragaman, melalui inter-modal *supply chains systems*.
2. Memperluas pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan aksesibilitas dari pusat-pusat pertumbuhan ekonomi ke wilayah belakangnya (*hinterland*).
3. Menyebarkan manfaat pembangunan secara luas (pertumbuhan yang inklusif dan berkeadilan) melalui peningkatan konektivitas dan pelayanan dasar ke daerah tertinggal, terpencil dan perbatasan dalam rangka pemerataan pembangunan.

TIK masih sangat diharapkan perannya dalam pembangunan nasional, studi literatur dan pengalaman internasional telah mengidentifikasi nilai strategis TIK dimaksud. Dalam Rencana Pita Lebar Indonesia/*Indonesia Broadband Plan (2014)* disebutkan beberapa referensi yang menguatkan keterkaitan *broadband* dengan ekonomi, seperti:

1. Penambahan 10% penetrasi pitalebar memicu pertumbuhan ekonomi sebesar 1,38% di negara berkembang dan 1,12% di negara maju (*the World Bank, 2010*),
2. Penambahan 10% akses pitalebar dalam setahun berkorelasi dengan peningkatan 1,5% produktivitas tenaga kerja dalam lima tahun (Booz & Company, 2009:6-7).
3. Untuk kondisi nasional menunjukkan bahwa peningkatan 1% penetrasi pitalebar rumah tangga mengurangi pertumbuhan pengangguran 8,61% poin (Katz et al, 2012:57);
4. pembangunan pitalebar akses bergerak di pita 700 MHz diperkirakan akan meningkatkan produktivitas sebesar 0,4% di industri jasa dan 0,2% di kegiatan manufaktur (GSMA, Boston Consulting, 2010).

Secara sektoral, hasil evaluasi pembangunan TIK oleh Bappenas dapat dilihat pada gambar

1. Dari hasil evaluasi pembangunan sektoral menunjukkan bahwa pembangunan sektor TIK secara fisik hampir terpenuhi mencapai 100%, namun demikian pembangunan TIK ini masih jauh menyentuh aspek pemanfaatan dan juga masih menunggunya konsep USO dalam membantu pembangunan TIK nasional. Sinergi antar lembaga dan pengembangan masterplan secara nasional belum terpenuhi salah satunya adalah *masterplan* pembangunan *e-government* di Indonesia.

	2009	2013	2014	Keterangan
MENGURANGI <i>BLANK SPOTS</i>				
<ul style="list-style-type: none"> Jangkauan layanan telekomunikasi dan internet di wilayah USO Jangkauan siaran LPP terhadap populasi (TVRI dan RRI) 	78% (USO telepon) 2% (USO internet)	99,2% (Desa Dering), 103,6% (PLIK)	100%	Secara fisik terpenuhi, manfaat?
	62% (TVRI)* 83% (RRI)*	68% (TVRI) 70% (RRI)	88%	Perlu revitalisasi LPP secara menyeluruh termasuk kelembagaan dan pendanaan
INFRASTRUKTUR MODERN				
<ul style="list-style-type: none"> Jumlah pulau besar yang terhubung jaringan tulang punggung nasional serat optik Jumlah kab/kota dilayani <i>broadband</i> Tingkat penetrasi TV digital 	2 pulau belum terjangkau	2 pulau belum terjangkau	100%	Bertumpu pada PT Telkom. Pembangunan oleh Pemerintah (Kominfo) menunggu redesign USO
	63% *	72%	88%	
	0%	60%	35%	Belum operasional secara luas, menunggu RUU Penyiaran?
INFORMASI PUBLIK <i>ONLINE</i>				
<ul style="list-style-type: none"> Indeks <i>e-Government</i> 	1,9 (kurang)	2,6-2,7 (kurang)	3,4 (baik)	

K/L: 2,67
 Prov: 2,59
 Kab/kota: 2,69

(Sumber: Paparan Mira Tayyiba dalam FGD 3 Oktober 2014)

Gambar 1. Evaluasi Pembangunan Sektor TIK

Dorongan Internasional Terhadap *Universal Service*

Masyarakat internasional mengungkap isu mengenai adanya 'kesenjangan informasi' (informasi gap) dan 'kesenjangan digital' (digital divide) didalam sebuah forum yang disebut Konferensi Tingkat Tinggi Dunia tentang Masyarakat Informasi (World Summit on the Information Society/WSIS) yang merupakan inisiatif lembaga Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dan memberikan mandat untuk penyelenggaraannya kepada International Telecommunication Union (ITU).

Melalui dokumen *Declaration of Principles* tertanggal 12 Desember 2003, para wakil negara dari seluruh dunia kembali memperbaharui komitmen mereka terhadap pembangunan masyarakat informasi (*information society*). Bahkan isu pembangunan masyarakat informasi telah dijadikan sebagai tantangan global dalam menyongsong milenium baru. Deklarasi ini juga menekankan peranan penting *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai salah satu pilar utama menuju masyarakat informasi. ICT dalam bahasa Indonesia dikenal juga dengan istilah Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang didefinisikan sebagai konvergensi teknologi informasi, telekomunikasi, multimedia dan penyiaran.

Untuk mengungkap visi memujudkan masyarakat informasi dan mengatasi kesenjangan digital, forum WSIS pertama pada bulan Desember 2003 di Jenewa telah menghasilkan:

- Declaration of Principles*, yaitu deklarasi yang menyatakan keinginan dan komitmen Pemerintah berbagai negara untuk membangun masyarakat informasi secara menyeluruh. Prinsip dasar yang dideklarasikan dalam WSIS untuk mewujudkan masyarakat informasi antara lain diperlukannya peran pemerintah dalam mempromosikan pembangunan TIK dan pentingnya infrastruktur TIK.
- Plan of Action*, yaitu deklarasi yang menerjemahkan dan mewujudkan keinginan bersama untuk mengembangkan TIK dalam rangka mengatasi kesenjangan digital. Kesamaan

visi dan misi yang juga sejalan dengan *milenium declaration* itu kemudian dituangkan ke dalam penentuan *Action Plans*. Beberapa hal yang telah disepakati untuk jangka menengah dan sudah harus tercapai pada tahun 2015 adalah menghubungkan seluruh desa dan menyediakan akses bagi seluruh masyarakat dan memastikan bahwa lebih dari setengah penduduk dunia mempunyai akses Internet.

Sementara itu, WSIS kedua pada bulan November 2005 di Tunisia menghasilkan:

- a. *Tunis Commitment*, yaitu payung komitmen politik kepala negara dalam mewujudkan masyarakat informasi;
- b. *Tunis Agenda for Action*, yaitu pedoman operasional untuk mewujudkan masyarakat informasi.

Kedua butir rencana aksi WSIS tersebut diterjemahkan dalam bentuk penyediaan akses telepon, internet, televisi dan radio untuk komunitas yang dapat disediakan melalui sekolah-sekolah, perpustakaan umum, pusat kesehatan, dan lain-lain. Praktek implementasi USO di beberapa negara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Praktik USO di Beberapa Negara

No	Uraian	Negara				
		India	Malaysia	Thailand	Chile	Uganda
1	Kelembagaan	Di bawah Departemen Telekomunikasi yang memiliki wewenang penuh dalam hal penggunaan dana dan mengadakan kontrak dengan pihak penyedia layanan telekomunikasi.	Malaysian Communications and Multimedia Commission (MCMC) sebagai pembuat kebijakan sekaligus pelenggara	National Telecommunication Commission (NTC) di bentuk sesuai UU Telekomunikasi Bisnis tahun 2001.	Dibentuk berdasarkan UU dan dijalankan oleh Dewan yang ditunjuk oleh Presiden dengan beranggotakan perwakilan dari Kementerian (Menteri Transportasi dan Telekomunikasi, Menteri Ekonomi, Menteri Perencanaan) dan 3 Ahli di bidang telekomunikasi yang ditunjuk langsung oleh Presiden.	Dibentuk berdasarkan UU dan terdiri atas perwakilan the Uganda Postal sector, Uganda Consumer Protection Association, Uganda Institution of Professional Engineers, the Uganda Institute of Bankers dan Kementerian Komunikasi dan Teknologi Informasi.
2	Kontribusi	Sumbangan (Universal Access Levy -UAL) sebesar 5% dari penghasilan bersih sebelum pajak; hibah dan pinjaman dari pemerintah	Penyelenggara jaringan tetap dan mobile memberikan 6% dari pendapatan sebelum pajak.	Penyedia Layanan mengajukan proposal dan melakukan investasi langsung atau memberikan sumbangan 4% dari pendapatan mereka.	Semua dana berasal dari APBN	1% dari pendapatan sebelum pajak/pendapatan bersih dari biaya interkoneksi dari semua operator, termasuk penyedia jasa pos dan ISP dan mendapat pembiayaan dari Parlemen, dan juga donasi, hadiah, pinjaman dan hibah dari pihak ketiga.
3	Layanan USO	Pengoperasian dan pemeliharaan, pembangunan dan pengembangan sarana dan infrastruktur telekomunikasi di pedesaan.	Layanan teleponi dasar dan internet termasuk peyiaran dan teknologi informasi umum pedesaan.	Layanan telekomunikasi dasar untuk : wilayah pedesaan, wilayah yang secara ekonomis tidak menguntungkan, institusi pendidikan, agama, medis, sosial, kaum difabel, penduduk usia lanjut, penduduk dengan keterbatasan akses.	Target awal : telepon umum, talu diarahkan untuk menyokong proyek <i>tele-centers, backbone broadband</i> , perluasan jaringan <i>mobile</i> dan proyek perluasan <i>broadband</i> .	Di daerah yang tidak memiliki akses dan tidak mungkin ada penyedia layanan yang akan berinvestasi kecuali diberikan subsidi, termasuk : nomor darurat, layanan operator pusat informasi nasional, layanan untuk kaum difabel, layanan Pos dasar, akses ke telepon umum.
4	Alokasi Dana USO	Diberikan kepada peserta lelang dengan pengajuan subsidi terendah	Merencanakan, mengatur dan menginvestasikan dana sesuai rencana Pemerintah Pusat	Pelelangan terbuka	Pemberian subsidi	Pelelangan terbuka, biasanya dengan sistem <i>negative auction</i> . Untuk proyek tertentu, berupa kerjasama sektor pemerintah-swasta
5	Keterlibatan Industri	Aktif dalam perencanaan dan rencana alokasi dana	Seluruh operator dapat mengajukan proposal untuk ikut serta dalam pendanaan dan pengerjaan proyek	Perwakilan-perwakilan dari pihak Penyedia Layanan merupakan staf ahli di <i>Fund Management Committee</i>	Pihak industri hanya dapat memberi masukan mengenai <i>best practices</i>	Memberikan opini untuk dijadikan pertimbangan dalam menentukan program KPU

Sumber: OECD, 2006

Lahirnya Program USO di Indonesia

Lahirnya Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi telah memberikan perubahan dalam penyelenggaraan telekomunikasi dari iklim monopoli menjadi kompetisi. Penyelenggaraan telekomunikasi terfokus pada daerah komersial, sedangkan daerah non komersial kurang diperhatikan, walaupun penyelenggara telekomunikasi masih memiliki kewajiban untuk memberikan kontribusi pelayanan universal dalam bentuk penyediaan sarana dan prasarana telekomunikasi di daerah non komersial.

Untuk mengatasi kendala ini, pemerintah Indonesia telah memiliki program yang sejalan dan mendukung komitmen WSIS yaitu program *Universal Service Obligation*/Kewajiban Pelayanan Universal, yang bertujuan menyediakan akses telekomunikasi bagi daerah utamanya perdesaan. Program tersebut adalah Program Kewajiban Pelayanan Universal (KPU)/*Universal Service Obligation* (USO). Program KPU/USO dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia antara lain untuk mengatasi rendahnya pemerataan pembangunan dan akses komunikasi dan informasi khususnya untuk daerah tertinggal, terpencil, perbatasan dan tidak layak secara ekonomi menjadikan suatu daerah tertinggal jauh dari kemajuan teknologi komunikasi dan informasi berakibat pada terjadinya kesenjangan digital pada daerah tersebut.

Dari sisi operasional penyediaan KPU/USO telah diatur berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 32/PER/M.KOMINFO/10/2008 tentang Kewajiban Pelayanan Universal Telekomunikasi, khususnya Pasal 4, dalam bentuk antara lain: Penyediaan jasa akses internet dilaksanakan agar desa Wilayah Pelayanan Universal Telekomunikasi (WPUT) siap dengan kemampuan internet (desa pintar) guna mengatasi kesenjangan digital yang akan didorong dengan percepatan penyediaan jasa akses internet dimulai dari tingkat kecamatan WPUT.

Bahwa Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 32/PER/M.KOMINFO/10/2008 menggantikan Peraturan Menteri sebelumnya yaitu Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 11/PER/M.KOMINFO/04/2007 tentang Kewajiban Pelayanan Universal sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 38/PER/M.KOMINFO/09/2007. WPUT adalah wilayah yang belum terjangkau fasilitas jaringan dan atau jasa telekomunikasi seperti daerah tertinggal, daerah terpencil, daerah perintisan atau daerah perbatasan serta daerah yang tidak layak secara ekonomis.

Program penyediaan jasa akses telekomunikasi dan informatika perdesaan KPU/USO tersebut sesuai dengan Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yaitu tujuan yang akan dicapai dalam kurun waktu 2010-2014 di bidang Infrastruktur Informasi dan Komunikasi adalah tersedianya sarana, prasarana, dan layanan komunikasi dan informatika di seluruh desa, daerah perbatasan negara, pulau terluar, daerah terpencil, dan wilayah non komersial lain untuk mengurangi daerah *blank spot* dengan salah satu indikator dampak dan target pencapaian pada tahun 2014 yakni jangkauan layanan akses telekomunikasi universal dan internet mencapai 100 persen di Wilayah Pelayanan Umum Telekomunikasi (USO).

Program USO pada dasarnya adalah akselerasi pembangunan infrastruktur telekomunikasi di perdesaan yang belum terjangkau akses telekomunikasi dan informatika. Sebagaimana program USO yang pernah dikembangkan sebelumnya, pada program USO Tahun 2009 orientasi utama program adalah penyediaan akses telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan komunikasi komunal atau kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu ketersediaan akses telekomunikasi menjadi

sasaran utama pemerintah pada program ini. Dalam hal ini, pemerintah menetapkan pada masing-masing desa USO minimal memiliki satu akses telekomunikasi (satu desa satu akses). Selain akses telekomunikasi minimal satu akses untuk setiap desa, Pemerintah melanjutkan Program Penyediaan Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) sehingga, pemenang tender diwajibkan menyediakan akses untuk layanan internet beserta fasilitas pendukungnya seperti komputer dan server pada setiap lokasi Ibukota Kecamatan.

Wilayah Pelayanan Universal Telekomunikasi adalah wilayah yang belum terjangkau fasilitas jaringan dan atau jasa telekomunikasi seperti daerah tertinggal, daerah terpencil, daerah perintisan atau daerah perbatasan serta daerah yang tidak layak secara ekonomis. Target pelaksanaan program USO sampai akhir tahun 2013 mencakup Desa Dering 33.185 SSL, 5.748 Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK), 1.907 Mobile PLIK, 1 Paket Sistem Informasi Manajemen dan Monitoring Nusantara Internet Exchange (SIMM-NIX), tersedianya Nusantara Internet Exchange di 33 Ibukota Provinsi, Internasional Internet Exchange (IIX) di 4 Ibukota Propinsi, 286 BTS melalui Telinfo-TUntas), 745 Pop Wifi Kabupaten, 1.235 PLIK Sentra Produktif dan 1.330 SSL Upgrade Desa Pinter.

Pendanaan USO sebuah konsep ICT FUND

Pada awalnya program KUP/USO adalah murni program Pemerintah Pusat yang seluruhnya dibiayai dari dana APBN. Pemerintah menyadari sepenuhnya, bahwa pembebanan pembangunan USO melalui APBN seperti yang pernah berlangsung pada tahun 2003 dan 2004 tersebut di atas tidak dapat diteruskan. Hal ini karena dana APBN semakin terbatas. Sebagai konsekuensinya, jumlah kumulatif desa yang dapat memperoleh pembangunan fasilitas USO dengan dana APBN juga sangat terbatas jumlahnya, sehingga harapan agar seluruh desa yang masih terkendala akses telekomunikasi tidak dapat segera memperoleh akses tersebut.

Itulah sebabnya, satu-satunya alternatif yang kemudian diputuskan oleh pemerintah adalah melalui penarikan kontribusi USO telekomunikasi dari para penyelenggara telekomunikasi sebagai ganti dari kewajiban membangun bagi operator telekomunikasi di daerah perdesaan/tidak menguntungkan/layanan umum. Dengan berlipatnya jumlah dana kontribusi ini, diharapkan pula jumlah desa yang segera dapat terakses telekomunikasi dapat segera terealisasi secara bertahap namun dengan tingkat akselerasi yang cukup tinggi. Besaran tarif Kontribusi Kewajiban Pelayanan Universal Telekomunikasi/ Universal Service Obligation tersebut kemudian ditetapkan dalam PP 28 Tahun 2005 yaitu per tahun buku adalah sebesar 0,75% dari pendapatan kotor penyelenggara telekomunikasi. Pada tahun 2009, besaran tarif tersebut kemudian diubah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 2009 menjadi sebesar 1,25% dari pendapatan kotor penyelenggara telekomunikasi. Bahkan dalam Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2005 ditegaskan bahwa Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berasal dari kontribusi Kewajiban Pelayanan Universal (Universal Service Obligation/USO) hanya dapat digunakan untuk membiayai pelaksanaan pembangunan, pengoperasian, dan pemeliharaan penyelenggaraan telekomunikasi di wilayah pelayanan universal.

Dengan demikian, dana KPU/USO yang dikelola oleh BPPPTI bukan berasal dari APBN Murni, melainkan keseluruhannya berasal dari dana para kontributor yang disetorkan sebagai PNPB (Penerimaan Negara Bukan Pajak) dan di-earmark khusus untuk kepentingan USO. Dana-

dana tersebut juga bukan ditempatkan di rekening kas negara, melainkan, atas persetujuan dari Menteri Keuangan, dana-dana tersebut ditempatkan di rekening-rekening bank pemerintah atas nama BPPPTI. Dari penempatan dana tersebut, BPPPTI mendapatkan tambahan penerimaan berupa Bunga Jasa Giro dan Bunga Deposito.

Sekalipun dana USO ini cukup banyak namun demikian peruntukannya sebenarnya dapat dikembangkan ke dalam konsep *ICT Fund*, dimana dana USO dapat dimanfaatkan lebih luas tidak hanya untuk penyediaan akses wilayah tertinggal/pedesaan melalui pembangunan infrastruktur, tapi juga dapat digunakan untuk pengembangan konten aplikasi serta meliputi juga *community development* daerah tersebut. Penggunaan dana USO dalam pembangunan TIK dalam melalui pilihan skema, seperti: subsidi untuk penyediaan akses dan layanan universal telekomunikasi, pengembangan konten aplikasi dan pengembangan kawasan berbasis komunitas dan pinjaman atau penyertaan modal, sehingga dana USO nantinya akan kembali dalam bentuk cicilan atau deviden.

Karena dana USO ini merupakan dana kontribusi dengan mandat UU, maka ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan dana USO sebagai *ICT Fund*, yaitu:

- a. Dana USO sifatnya abadi, karena untuk konteks indonesia kesenjangan digital akan selalu ada dan menjadi kewajiban pemerintah untuk mengatasinya.
- b. *Exit Strategy*, artinya bahwa pendanaan ICT melalui USO harus memiliki ukuran yang tepat dalam menentukan keberhasilan sebuah pendanaan.

Permasalahan Implementasi USO

Permasalahan dalam implementasi USO di Indonesia, secara sederhana dapat dibagi menjadi 2 aspek, yaitu: Aspek Sustainability (Keberlangsungan) program, yang meliputi: Pendanaan USO, Kelembagaan & SDM, Sistem Pengadaan, *Contract Management* & Verifikasi dan *Backlog* Permasalahan Pembayaran serta Kasus-Kasus Arbitrase. Aspek Pemanfaatan yaitu bagaimana program USO ini sesuai tujuannya yang tidak hanya berfokus pada mengurangi kesenjangan digital di daerah-daerah *non comersial*, tetapi lebih jauh lagi yaitu membangun *adaptive capacity* masyarakat pengguna TIK sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup dan aspek sosial ekonomi lainnya.

Aspek Sustainability (Keberlangsungan)

Management BPPPTI: Kelembagaan & SDM

Dalam pelaksanaan selama ini, BPPPTI terkesan belum dapat melaksanakan fungsinya sebagaimana diamanahkan dalam Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika 18/PER/M. KOMINFO/11/2010 (lihat paragraf 17 di atas). Sebagai BLU, seharusnya BPPPTI bisa lebih fleksibel dalam beroperasi, termasuk menetapkan strategi bisnisnya maupun dalam hal merekrut staf-stafnya. Pada kenyataannya, BPPPTI lebih banyak hanya berfungsi sebagai "*procurement agent*" bagi Kementerian Kominfo. *Operation manual* juga belum dikembangkan secara baik, sehingga BPPPTI masih terjebak dalam ketentuan-ketentuan birokrasi dibandingkan sebagai sebuah lembaga katalis untuk mempercepat pembangunan USO sebagaimana dimandatkan.

Sebagai lembaga yang mengelola dana USO yang relatif sangat besar, maka BPPPTI diharapkan dapat lebih membangun sistem kelembagaan internalnya, dengan memperbaiki operation manualnya untuk lebih menunjang sistem *good governance* maupun *quality assurance* yang memadai, sehingga BPPPTI dapat menjalankan fungsinya bagi katalisator pembangunan USO. Sistem perekrutan, *reward-punishment* dan juga sistem operasional dan prosedur internalnya perlu diperbaiki untuk lebih menunjang pelaksanaan BLU yang lebih efektif dan efisien.

Masalah dalam Implementasi Pengadaan

Pelaksanaan pengadaan selama ini dilakukan dengan mengacu kepada Perpres 54/2010. Namun dalam setiap paket kontraknya, terdapat ketidakjelasan jenis pengadaan yang dilakukan. Tujuan awal dari kontrak-kontrak yang selama ini ada di BPPPTI terkesan akan dilakukannya kontrak sewa jasa, namun pada kenyataannya adanya uang muka dan ketentuan-ketentuan berkaitan dengan transfer aset membuat jenis kontrak ini menjadi rancu, apakah itu sewa jasa atau sebetulnya itu adalah jenis kontrak BOT. Evaluasi penawaran yang dilakukan pun terlihat sangat *complicated* dengan tidak memberikan perhatian besar kepada unsur kualitas maupun kapabilitas dari penyedia jasa. Sistem eligibilitas juga perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut, mengingat seluruh penyedia jasa adalah para kontributor dari dana USO itu sendiri, yang dananya jelas-jelas sudah di-*ear mark* yang hanya dapat dipakai untuk kepentingan USO.

Hal inilah yang menimbulkan pertanyaan dari sisi *governance*, karena pada kenyataannya para penyedia jasa tersebut adalah “pemilik” dari dana USO itu sendiri. Hal ini membutuhkan kajian yang lebih dalam bagaimana menentukan sistem pengadaan yang terbaik yang hanya melibatkan para kontributor dana USO, dan ini berbeda karakteristiknya dengan sistem pengadaan yang dibangun oleh Perpres 54/2010. Sebagai BLU seharusnya BPPPTI dapat menetapkan sistem pengadaan sendiri yang lebih cocok untuk merespons kebutuhan-kebutuhannya, yang mana hal ini bisa juga dilaksanakan dalam bentuk simplifikasi-simplifikasi dari operasionalisasi Perpres 54/2010 (sekarang sudah diamandemen dengan Perpres 70/2012).

Contract Management & Verifikasi

Kontrak yang terjadi di proyek USO ini sangat *complicated*, dengan perhitungan prestasi pekerjaan yang juga sangat *complicated*. BPPPTI pun kewalahan dalam melakukan verifikasinya karena ketiadaan alat dan kelengkapan untuk melakukan verifikasi kontrak tersebut. Terdapat perbedaan interpretasi yang mendasar dari pelaksanaan kontrak ini, yaitu apakah pembayaran dilakukan berdasarkan fakta bahwa fasilitas yang harus dibangun tersebut dapat beroperasi dengan baik sesuai dengan *service level agreement*nya, atukah berdasarkan jumlah pemakaian dari fasilitas tersebut. Kedua konsep ini akan menimbulkan dampak yang sangat berbeda terhadap *business case* yang sedang dibangun. Pasal-pasal kontrak yang dibangun, kurang memberikan kesetaraan antara pemberi pekerjaan dan penyedia jasa sehingga kontrak masih dibuat dalam bentuk untung-rugi dari masing-masing pihak. Kontrak terlalu mengedepankan konsep “menghindari terjadinya kerugian negara” daripada konsep “*value for money*”.

Tabel 2. Contoh Penilaian Teknis dalam Pengadaan di BPPPTI

NO	PARAMETER TEKNIS BERSIFAT KOMPETISI	SUB BOBOT	BOBOT
			25%
1.	PENGALAMAN MEMBANGUN SISTEM YANG DIPERSYARATKAN	10%	
2	BANYAKNYA KONTRAKTOR LOKAL YANG DILIBATKAN	5.0%	
3	RENCANA SDM	5.0%	
4	MEKANISME PENGAWASAN	5.0%	
			40%
1.	POLA PENGOPERASIAN SISTEM	2.0%	
2.	RENCANA SDM	5.0%	
3	MEKANISME PENGAWASAN	6.0%	
4	BILLING SYSTEM	2.0%	
5	FUNGSI TRACKING	15.0%	
6	OPEN SOURCE	5.0%	
7	MEKANISME PELAYANAN	5.0%	
			20.0%
1.	METODE PEMELIHARAAN	7.0%	
2	TARGET PENYELESAIAN GANGGUAN	8.0%	
3	MEKANISME PENGAWASAN	5.0%	
			15.0%
1.	BESARAN TARIF	10.0%	
2.	RENCANA PEMBEBANAN	2.5%	
3	TREND PENURUNAN TARIF	2.5%	
TOTAL			100%

Sumber: Dokumen pengadaan BPPPTI

Metode evaluasi penawaran dilakukan dengan Sistem Nilai (*Merit Point*) yaitu 30% nilai teknis, dan 70% nilai biaya, sedangkan untuk pembayaran kontrak dilakukan dengan mekanisme 15% uang muka; 3 bulanan installment berdasarkan output layanan dan *equipment* terpasang serta transfer aset ke Pemda/mitra setelah selesainya program USO. Berkaitan dengan MPLIK, maka beberapa butir penting dari mekanisme kerjasama dan pengoperasian MPLIK adalah sebagai berikut:

- a. Pengoperasian dan Pemeliharaan MPLIK menjadi tanggung jawab Penyedia Jasa dengan mitranya;
- b. Pemda memberikan kemudahan terkait proses pengoperasian MPLIK antara lain:
 1. Perizinan ; izin tempat beroperasinya MPLIK, izin reklame dan perizinan terkait lainnya
 2. Proses KIR dan Kendaraan MPLIK;
 3. Membantu proses penyuluhan dan operasi;
 4. Membantu publikasi jadwal rute dan frekuensi dari pergerakan MPLIK di wilayah layanannya.
- c. Pergerakan MPLIK (rute dan frekuensi) adalah kewenangan Penyedia jasa disesuaikan dengan rasio jumlah MPLIK dan jumlah kecamatan di wilayah tersebut.
- d. Jadwal rute dan frekuensi pergerakan MPLIK disusun oleh Penyedia Jasa melalui media elektronik, selebaran, web penyedia jasa dan atau lainnya.
- e. Tindak lanjut pasca selesainya Program MPLIK, Penyedia Jasa dapat menyerahkan semua aset MPLIK kepada Pemda/UKM yang mengajukan permohonan.

- f. Apabila Pemda menolak aset MPLIK, penyedia jasa dapat mengusulkan perpanjangan kontrak.
- g. Keterlibatan Pemda serta masyarakat/UKM dilakukan berdasarkan PKS secara tertulis
- h. Tindak lanjut pasca selesainya Program MPLIK, penyedia jasa dapat menyerahkan semua aset MPLIK kepada Pemda/UKM yang mengajukan permohonan.
- i. Apabila Pemda menolak aset MPLIK, penyedia jasa dapat mengusulkan perpanjangan kontrak.
- j. Keterlibatan Pemda serta masyarakat/UKM dilakukan berdasarkan PKS secara tertulis.

Backlog permasalahan pembayaran kepada Penyedia Jasa dan Kasus-kasus Arbitrase

BPPPTI juga direpotkan oleh berbagai kasus gugatan dari para penyedia jasa yang dilayangkan ke BANI. Kebanyakan permasalahan yang terjadi adalah akibat dari ketidakmampuan BPPPTI untuk melakukan verifikasi yang sesuai dengan pasal-pasal kontrak, ataupun perbedaan interpretasi dari pasal-pasal kontrak terhadap unsur-unsur yang menjadi pokok dilakukannya pembayaran dan pemberlakuan denda pekerjaan. Perselisihan ini berakibat kepada tidak dibayarkannya prestasi pekerjaan dari para penyedia jasa untuk jangka waktu yang cukup panjang, bahkan ada yang sampai hampir 24 bulan. Pelaksanaan USO ke depannya dan reputasi dari BPPPTI akan mendapatkan tantangan yang sangat besar jika perselisihan dengan penyedia jasa ini (termasuk kasus-kasus yang sudah diproses di BANI) tidak dapat diselesaikan dengan baik.

Pengembangan Produk BPPTI dan Persepsi BPPPTI Sebagai *Cost Center*

Dalam pelaksanaan USO dan operasionalisasi BPPPTI selama ini, BPPPTI hanya dianggap sebagai *cost center*, sehingga selalu ada opini untuk menghabiskan dana USO yang tersedia tanpa memberikan dokumentasi yang cukup terhadap output dan dampak/*benefit* dari sebuah pelaksanaan kontrak/aktivitas USO. Persepsi umum menyatakan seolah-olah dana USO hanya bisa dipakai untuk pekerjaan-pekerjaan tertentu saja, dan jenis kontraknya pun tertentu saja yang sifatnya “tidak merugikan negara”. Padahal seperti sudah diuraikan di atas, justru dana-dana USO sangat diperlukan untuk memberikan insentif yang tepat agar pembangunan ICT tetap dapat dilakukan untuk memenuhi hak masyarakat untuk mendapatkan informasi, termasuk di daerah-daerah terpencil. Oleh karena itu berbagai macam skema seharusnya bisa dieksplor oleh USO maupun BPPPTI untuk bisa memenuhi tuntutan ini.

Aspek Pemanfaatan

Permasalahan pada aspek ini sebenarnya berujung pada tidak terpenuhi kebutuhan sebenarnya dari penyediaan akses dan sarana TIK. Hal ini bisa disebabkan oleh:

- a. Permasalahan dan kebutuhan di tiap daerah berbeda-beda sehingga diperlukan pendekatan *bottom up* dalam hal pemetaan kebutuhan daerah baik pemda, masyarakat, maupun komunitas agar pendaan USO tepat guna.
- b. Kebutuhan tiap daerah diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Tingkat penetrasi TIK yang rendah di daerah sehingga diperlukan analisis terhadap *latent demand* di daerah tersebut
2. Daerah dengan *supply* tinggi tetapi *demand*-nya rendah sehingga yang dibutuhkan adalah pengembangan aplikasi
3. Daerah dengan *supply* rendah tetapi *demand* TIK tinggi, seperti kebutuhan *backbone* dan *backhaul*
4. Adopsi ICT masyarakat desa yang masih rendah, yang bisa dipengaruhi oleh faktor pendidikan dan pemahaman masyarakat terhadap manfaat TIK bagi kehidupan mereka.

Tantangan Dan Usulan Perbaikan

Sesuai dengan analisis dan studi yang berkembang, maka dana-dana USO ke depannya lebih diutamakan untuk pembangunan sebagai berikut:

- a. *Digital divide*: Memperluas *coverage* (akses) layanan telekomunikasi untuk mengurangi *blankspot*.
- b. Mendukung industri: Menyediakan sarana kompetisi bagi industri, misalnya: *backbone*, *backhaul*, menara, *ducting*, maupun ekosistem *broadband*.

Untuk dapat melaksanakan hal-hal tersebut di atas, maka diperlukan perubahan yang sangat mendasar dari BPPPTI dalam hal mengelola dan memonitor dana USO ini.

Kelembagaan dan SDM (*Good Corporate Governance*)

BPPPTI perlu mengembangkan konsep *good corporate governance* dalam tata kelola sehari-harinya. Hal ini termasuk perlunya memperbaiki produk-produk bisnis yang ada sehingga tidak menjadikan BPPPTI hanya sebagai *cost center* dalam pembangunan IT, tetapi juga menunjang fungsi pemerintah dalam pembangunan kewajiban universal tersebut. Dalam organisasi BPPPTI juga perlu dibentuk semacam *Fund Allocation Committee*, yang bertugas untuk memutuskan pengalokasian dana-dana yang dikelola oleh BPPPTI agar sesuai dengan tujuan dan manfaat dari pembangunan USO.

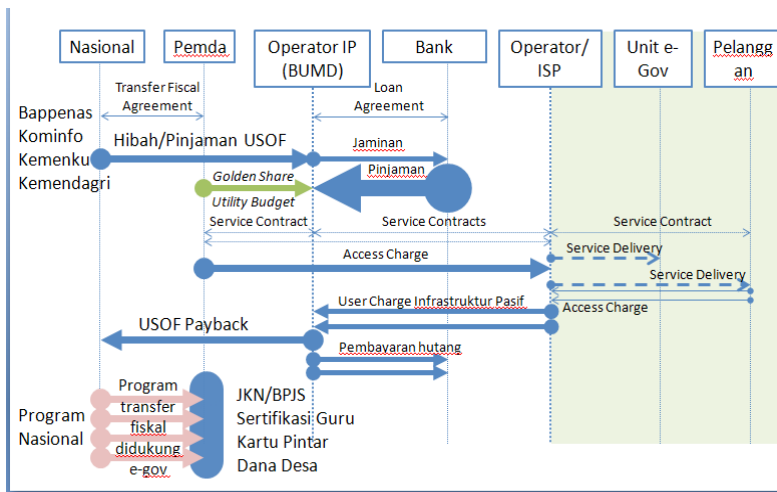
Perbaikan Sistem SDM menjadi tantangan mengingat bahwa diperlukan kecepatan dan efisiensi dari BPPPTI dalam merespons kebutuhan. Hal ini juga mengingat BPPPTI sebagai BLU, dan juga USO ini sebagai *line business* yang baru juga, sehingga membutuhkan pertanggungjawaban yang baik kepada seluruh *stakeholders*, maka dalam hal ini diperlukannya perbaikan sistem rekrutmen dan pengembangan SDM yang lebih baik. Jika diperlukan, rekrutmen dari luar PNS sebaiknya dilakukan untuk posisi-posisi tertentu yang memang belum bisa diisi oleh PNS.

Pilihan Pendanaan dan Diversifikasi Produk

BPPPTI juga perlu melakukan analisis dan appraisal yang tepat untuk melakukan diversifikasi produk-produknya dari apa yang sudah dilakukan selama ini, sehingga dapat menjadi alur bisnis yang menguntungkan juga bagi BPPPTI dan bagi *stakeholders*, misalnya mengembangkan hal-hal sebagai berikut: *fund* (penyediaan dana hibah ataupun pinjaman non bank untuk masyarakat, *corporate*, LSM, Pemda, dan lain-lain), pembangunan fasilitas umum, subsidi, *technical assistance*/

studi, dan *asset management*. Saat ini adalah momentum yang tepat untuk BPPPTI untuk mencoba melakukan review terhadap keseluruhan produk bisnisnya, termasuk dalam menentukan output dan dampak/*benefit* dari produk-produk yang dihasilkan tersebut.

Berbagai macam bentuk pendanaan pun sebaiknya diolah dan dioperasionalkan sebagai salah satu bentuk produk bisnis dari BPPPTI, misalnya grant kepada pihak-pihak tertentu, insentif untuk percepatan pembangunan ICT, dan lain sebagainya. Jenis-jenis kontrak dan pengadaan pun perlu dilakukan analisis dan penyesuaian untuk lebih bisa mendukung konsep “*value for money*”. Ruang untuk BPPPTI melakukan investasi maupun transaksi *treasury* juga perlu ditelaah lebih lanjut, sehingga bisa memanfaatkan dana yang terkumpul menjadi lebih efisien. Pembuatan operation manual juga diperlukan untuk lebih mendetailkan produk-produk bisnis tersebut, dan bagaimana operasionalisasinya.



(Sumber: Puslitbang PPI, 2015)

Gambar 2. Pilihan Pemanfaatan Dana USO BPPPTI

Sistem Pengadaan dan Kontrak

Sistem pengadaan dan *contract management* harus lebih mengedepankan konsep “*value for money*” dibandingkan konsep “untung rugi” untuk lebih “*user friendly*” dalam mendukung produk-produk yang dikembangkan oleh BPPPTI. Bentuk-bentuk pengadaan yang biasanya berlaku di *international business practice* bisa juga untuk diadopsi untuk merespon tujuan-tujuan tertentu, misalnya konsep-konsep kemitraan, BTO, ataupun konsep kontrak *maintenance-operation*. Perbaikan dan simplifikasi sistem verifikasi juga harus dilakukan untuk memberikan jaminan *governance* dalam memonitor *performance* maupun *asset*. Mekanisme transfer *asset* juga diperlukan terutama jika kedepannya BPPPTI akan mengembangkan banyak bentuk kemitraan dalam pengembangan bisnisnya.

Bentuk kemitraan sektor publik dan swasta (*Public Private Partnership/PPP*) pada dasarnya terdiri dari dua model, yaitu konsesi operasi dan konsesi investasi. Dalam konsesi operasi, sektor

publik memegang kepemilikan aset publik yang digunakan dalam penyampaian layanan, sedangkan dalam konsesi investasi, swasta bertanggung jawab untuk pendanaan dan pengoperasian aset. Bentuk kontrak PPP dikelompokkan menjadi kontrak *work for service*; kontrak manajemen dan perawatan; konsesi operasi dan pemeliharaan; konsesi *Build operate transfer (BOT)*, *build own operate (BOO)* dan *build own operate transfer (BOOT)*.

Tabel 3. Persyaratan PPP yang berhasil

Options	Stakeholder support and political commitment	Cost-recovering tariffs	Good information about the system	Developed regulatory framework	Good country credit rating	Potential benefits of the option
Service Contract	Unimportant	Not necessary in the short term	Possible to proceed with only limited information	Minimal monitoring capacity needed	Not necessary	<p>Low</p> <p>High</p>
Management Contract	Low to moderate levels needed	Preferred but not necessary in the short term	Sufficient information required to set incentives	Moderate monitoring capacity needed	Not necessary	
Operating Lease	Moderate to high levels needed	Necessary	Good information required	Strong capacity for regulation and coordination needed	Not necessary	
Rehabilitate-Operate-Maintain	Moderate to high levels needed	Preferred	Good information required	Strong capacity for regulation and coordination needed	Higher rating will reduce costs	
Concession	High levels needed	Necessary	Good information required	Strong regulatory capacity needed	Higher rating will reduce costs	
Full Privatisation	High levels needed	Necessary	Good information required	Strong regulatory capacity needed	Higher rating will reduce costs	

Sumber: UN-APCICT, 2009

Skema *Public Private Partnership* (PPP) atau Kerjasama Pemerintah Swasta (KPS) merupakan bentuk alternatif bagi Pemerintah dalam rangka memberikan pelayanan publik. KPS adalah bentuk hubungan kemitraan jangka panjang antara Pemerintah (atau sektor publik) dengan swasta untuk memberikan pelayanan publik dengan memberikan keterlibatan yang lebih luas kepada swasta. KPS adalah salah satu bentuk alternatif bentuk pengadaan/"*sourcing*" untuk efisiensi dan "*value for money*", dengan mengoptimalkan penggunaan keahlian, sumber daya, dan inovasi/teknologi yang dimiliki oleh sektor publik maupun swasta untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan dari publik secara efektif dan efisien. Secara hukum pelaksanaan KPS di Indonesia didasarkan pada:

- Perpres 67/2005 sebagaimana diubah pertama kali dengan Perpres 13/2010 dan diubah kedua kali dengan Perpres 56/2011
- Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Bappenas Nomor 3 Tahun 2012 tentang Pedoman Umum Pelaksanaan Kerjasama Pemerintah dengan Badan Usaha dalam Penyediaan Infrastruktur (Permen PPN 3/2012)

Infrastruktur TIK merupakan bagian yang layak untuk didanai dengan skema KPS. Berbagai jenis infrastruktur yang *eligible* untuk konsep Kerjasama Pemerintah Swasta atau *Public Private Partnership* (PPP), yaitu:

- Infrastruktur transportasi, meliputi pelayanan jasa kebandarudaraan, penyediaan dan/atau pelayanan jasa kepelabuhan, sarana dan prasarana perkeretaapian;
- Infrastruktur jalan, meliputi jalan tol dan jembatan tol;
- Infrastruktur pengairan, meliputi saluran pembawa air baku;
- Infrastruktur air minum yang meliputi bangunan pengambilan air baku, jaringan transmisi, jaringan distribusi, instalasi pengolahan air minum;
- Infrastruktur sanitasi yang meliputi instalasi pengolah air limbah, jaringan pengumpul dan jaringan utama, dan sarana persampahan yang meliputi pengangkut dan tempat pembuangan;
- Infrastruktur telekomunikasi dan informatika, meliputi jaringan telekomunikasi dan infrastruktur *e-government*;
- Infrastruktur ketenagalistrikan, meliputi pembangkit, termasuk pengembangan tenaga listrik yang berasal dari panas bumi, transmisi atau distribusi tenaga listrik; dan
- Infrastruktur minyak dan gas bumi, meliputi transmisi dan/atau distribusi minyak dan gas bumi.

Alternatif skema KPS ini menjadi menarik karena terdapat keuntungan yang didapatkan oleh masing-masing baik itu pemerintah maupun swasta. Bagi pemerintah skema KPS memberikan keuntungan sebagai berikut:

- a. KPS memberikan kesempatan kepada Pemerintah untuk memakai keahlian, inovasi, dan keuntungan kompetitif/*networking* yang dimiliki oleh sektor swasta untuk memberikan pelayanan kepada publik maupun mengoptimalkan pemakaian aset publik
- b. Efisiensi biaya melalui optimasi *lifecycle*, dengan mengkombinasikan fungsi *design*, *build*, *maintain*, dan *operate* di dalam satu kesatuan kontrak KPS
- c. Optimasi berbagi resiko

Sedangkan bagi swasta, KPS memberikan keuntungan sebagai berikut:

- a. KPS memberikan kesempatan bisnis yang lebih luas kepada sektor swasta "*full suite of services*" (yaitu: *design*, konstruksi, operasional dan pemeliharaan aset), yang secara tradisional biasanya dilakukan secara "*in house*" oleh Pemerintah/ sektor publik atau dikerjakan oleh berbagai perusahaan swasta.
- b. KPS memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk memperluas partisipasinya, dari sekedar memberikan layanan jasa sesuai dengan *design* yang sudah ada, menjadi sebuah peranan mendesain dan memberikan solusi-solusi yang inovatif.
- c. Sektor swasta juga dapat mempergunakan keahlian dan *networking*-nya untuk memaksimalkan penggunaan aset publik dan komersialisasi dari proyek.
- d. Memberikan kesempatan menambah pengalaman kepada sektor swasta untuk menambah daya saing di peta internasional.

Dengan memperhatikan BPPPTI sebagai BLU, maka bentuk pengadaan dan sistem kontrak yang memungkinkan untuk saat ini adalah:

- a. Tetap memakai BPPPTI sebagai BLU, dan penerimaan USO tetap dianggap sebagai PNB
- b. Perlu menyusun paket kontrak strategis
- c. Kontrak service dengan *performance specification/delivery*
- d. Skema BTO dengan subsidi.

Public Relation dan Hubungan Dengan Stakeholders

Perlu dilakukannya bentuk dan aktivitas yang efektif untuk membina hubungan dengan *stakeholders* maupun dalam hal menyuarakan kepada masyarakat luas (termasuk kalangan bisnis) terhadap pembangunan dan pencapaian USO maupun adanya *business opportunity* di dalamnya, termasuk didalam *penyelesaian backlog permasalahan pembayaran kepada penyedia jasa dan kasus-kasus arbitrase*.

Penyelesaian *backlog* ini adalah syarat utama untuk dapat melanjutkan program-program USO ke depannya, agar BPPPTI tidak terseret-seret dengan persoalan legal yang terjadi di masa lalu. Sebagai sebuah lembaga pengelola dana, BPPPTI harus senantiasa menjaga nama baik dan *trust* dari berbagai pihak dengan menunjukkan bersihnya kasus perselisihan legal yang melilitnya.

Kesimpulan

Kesimpulan dan rekomendasi untuk pengembangan tata kelola USO yang dilakukan BPPPTI adalah sebagai berikut:

1. Penguatan Kelembagaan BPPPTI sebagai BLU fungsional penuh dengan mengembangkan praktek *Good Corporate Governance* baik dari aspek pengelolaan SDM, manajemen proyek/pengadaan *contract management*, verifikasi aset/*performance*, sistem transfer aset dan juga *public relation* dengan *stakeholder*.
2. Pengembangan strategi bisnis BPPPTI melalui evaluasi terhadap potensi dan peluang produk/jasa dibidang pendanaan/*financing*, seperti model dana investasi dan skema pendanaan lainnya, termasuk *public private partnership*.
3. Pengembangan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana USO melalui sinergi dan keterlibatan *stakeholder* dari mulai perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program USO.
4. Pendekatan komprehensif diperlukan untuk mengembangkan program USO tidak hanya infrastruktur tetapi juga pembangunan ekosistem, melalui beberapa cara, yaitu: kombinasi *bottom up* dan *top down planning* dan *customisasi* produk/layanan, yang dimulai dengan pendekatan *clustering* atau semacam *pilot project* termasuk *exit strategy* yang diperlukan dari setiap program USO.

Ucapan Terima Kasih

Tulisan ini dibuat untuk memberikan data dan informasi dengan ringkas dan bersumber dari laporan penelitian di Puslitbang PPI, Badan Litbang SDM, Kominfo. Sehingga dalam tulisan ini disampaikan ucapan terima kasih atas kesempatan dan dukungan kepada seluruh pihak di Puslitbang PPI sehingga tulisan ini dapat terbit, dengan harapan semoga dapat memberikan informasi yang relevan terkait dengan implementasi USO di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Apperly, Thomas. 2011. *The Future of the Universal Service Obligation in the Convergent Environment*, Institute for a Broadband-Enabled Society (IBES) Agustus 2011.
- Balai Penyedia Dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi Dan Informatika (BP3TI) (2012). *Buku Pinter Penyediaan KPU-USO*.
- Ditjen PPI. 2010. Naskah Akademis (Draft Akhir) Dokumen Kebijakan Insentif Pembangunan Infrastruktur Jaringan Tulang Punggung Pita Lebar (*ICT Fund for Backbone Infrastructure*).
- Balai Penyedia Dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi Dan Informatika (BP3TI) (2012). *Buku Pinter Penyediaan KPU-USO*.
- International Telecommunication Union (ITU)*. 2013. *Measuring the Information Society* https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS). 2014, Rencana Pita Lebar Indonesia 2014-2019
- OECD .2006., "Rethinking universal service for a next generation network environment", *OECD Digital Economy Papers*, No. 113, OECD publishing, © OECD. doi:10.1787/231528858833
- Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI). 2015. Laporan Akhir Studi Pengembangan Model/Pola Kemitraan Pusat dan Daerah dalam Rangka Integrasi Infrastruktur Jalan dan Telekomunikasi.
- Study Group Regulasi Dittel PPI. 2011. *Uso Era Konvergensi*, Working Papers - Working Group
- UN-APCICT. 2009. Modul 8: Pilihan Pendanaan TIK untuk Pembangunan. Seri Modul Akademi Esensi Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pimpinan Pemerintahan. <http://www.unapcict.org> Hak

Referensi Pendukung

- UU No. 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi.
- Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 Tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi.
- Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2000 Tentang Penggunaan Spektrum Frekwensi Radio Dan Orbit Satelit.
- Permen Kominfo no.1/PER/M.Kominfo/01/2010 Tentang Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi.

DINAMIKA KONFLIK SOSIAL DAN MODEL RESOLUSI KOMUNIKASI DI KABUPATEN KUNINGAN PROVINSI JAWA BARAT

Ramon Kaban

-Peneliti Puslitbang PPI Kementerian Kominfo-

Pendahuluan

Konflik sosial yang bersifat horizontal (antara warga) dan vertikal (warga dengan penguasa) yang terjadi dalam kehidupan bernegara dan berbangsa di Indonesia, tampaknya menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji lebih komprehensif. NKRI dengan berbagai potensi perbedaan dalam hal beragama, keyakinan, suku, bahasa, serta ideologi politik, di satu sisi menjadi “kekayaan sosial” yang memerlukan pembinaan dan pendidikan untuk menjadi bangsa yang besar, namun di sisi lain, perbedaan tersebut seringkali menjadi sumber perpecahan dan atau konflik sosial yang anarkis di masyarakat. Berbagai referensi dan pengalaman telah membuktikan bahwa perbedaan yang berbasis SARA dan atau kepentingan politik dan ekonomi seringkali menghiasi relasi sosial dalam konstelasi hubungan warga dengan warga atau warga dengan penguasa.

Menurut catatan Ahmad Ubbe¹ (2011) beberapa contoh konkret masalah konflik yang cukup serius baik yang bersifat vertikal ataupun horizontal yang terjadi pada akhir-akhir ini antara lain: (1) Konflik yang bernuansa separatisme: konflik di NAD, Maluku, dan Papua; (2) Konflik yang bernuansa etnis: konflik di Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, dan Ambon; (3) Konflik yang bernuansa ideologis: isu faham komunis, faham radikal; (4) Konflik yang bernuansa politis: konflik akibat isu kecurangan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), isu pemekaran wilayah di beberapa wilayah yang berakibat penyerangan dan pengrusakan; (5) Konflik yang bernuansa ekonomi: konflik antar kelompok nelayan di selat Madura, antar kelompok preman, antar kelompok pengemudi, antar kelompok pedagang; (6) Konflik bernuansa solidaritas liar: tawuran antar wilayah, antar suporter sepak bola; (7) Konflik isu agama atau aliran kepercayaan: isu berkaitan dengan Ahmadiyah, isu aliran sesat; dan (8) Konflik isu kebijakan pemerintah: BBM, BOS, LPG. (Ubbe, 2011) Sederet konflik sosial lainnya, masih belum juga mendapat solusi yang optimal dan bahkan menjadi konflik “laten” yang selalu dan kapan saja bisa “meledak”. Konflik syiah-suni di Madura, konflik di Palu dan Poso, Mesuji Lampung, Gereja Yasmin Bogor, dan lain sebagainya merupakan potensi konflik yang senantiasa muncul dalam kurun waktu yang sulit diprediksi.

Menurut Bambang W. Soeharto (2013): “ yang muncul pada era reformasi adalah maraknya pelanggaran HAM secara horizontal yakni pelanggaran HAM dari warga masyarakat terhadap warga masyarakat lain baik secara perseorangan maupun secara berkelompok dalam bentuk konflik horizontal. Penyerangan dari satu komunitas terhadap komunitas lainnya, benturan fisik

¹Ahmad Ubbe, Pusat Penelitian dan Pengembangan Sistem Hukum Nasional Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan HAM RI, 2011

antara masyarakat dengan perusahaan, penyerangan dan pengusiran terhadap kelompok penganut keyakinan tertentu, bahkan ada penyerangan dan perlawanan dari warga sipil terhadap aparat resmi. Celakanya, dalam pelanggaran HAM yang bersifat horizontal ini, negara seakan tak berdaya, bahkan sering dikatakan oleh para aktivis bahwa : “negara tidak hadir”. Dulu, *destroyer*-nya adalah aparat terhadap warga, sekarang warga terhadap warga. Keduanya, sama-sama melahirkan konflik. (Soeharto, 2013:x-xi)

Undang-undang RI No. 7 Tahun 2012 tentang Penanganan Konflik Sosial menyatakan, bahwa NKRI melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, dan menegakkan hak asasi setiap warga negara melalui upaya penciptaan suasana yang aman, tenteram, tertib, damai, dan sejahtera, baik lahir maupun batin sebagai wujud hak setiap orang atas perlindungan agama, diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda; perseteruan dan atau benturan antar kelompok masyarakat dapat menimbulkan konflik sosial yang mengakibatkan terganggunya stabilitas nasional dan terhambatnya pembangunan nasional.

Media massa dan jejaring sosial selalu memberitakan tindakan kekerasan yang terjadi berbagai wilayah, di Jakarta sebagai pusat ibu kota, kekerasan antara mahasiswa, pelajar, warga dengan satpol PP, antar ormas, dan lain sebagainya. Pemberitaan media massa dan jejaring sosial, seolah meneguhkan betapa rentannya relasi sosial dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Masyarakat bisa menyaksikan masifnya konflik sosial anarkis yang sedemikian rupa. Kita masih ingat berbagai kasus yang terjadi di Kabupaten Kuningan, Bekasi, Mesuji, Bima, Ambon, Papua, Makasar, Garut, Tasikmalaya, dan wilayah lainnya, tindakan anarkis atas nama arogansi identitas SARA, kepentingan ekonomi dan politik. Konflik sosial yang anarkis dalam masyarakat dari waktu ke waktu terus terjadi, baik yang bernuansa perbedaan agama, sosial-budaya, ekonomi serta politik. Dan kasus ini, tentunya menambah mata rantai sosial yang panjang, betapa kekerasan sosial dan atau tindakan anarkis selalu terjadi kapan dan di mana saja.

Sampai saat ini, pemerintah sebagai organisasi besar pengelola negara, tampaknya belum mampu mencari solusi yang tepat dan terbaik. Paling tidak, dalam meminimalisir atau meredusir serta mencari akar masalah. Resolusi komunikasi, perlu mendapat sorotan atau kajian kembali, khususnya dalam merekonstruksi hubungan sosial yang berorientasi terwujudnya tertib dan harmoni sosial, termasuk melindungi berbagai kelompok kepentingan minoritas-mayoritas dalam relasi negara dengan warganya. Tentu, hadirnya berbagai peraturan hukum atau norma sosial, ternyata belum mampu menjadi pedoman bersama membangun terwujudnya tertib sosial dan tertib hukum.

Minimnya rasa peduli, kesadaran, pemahaman, pengetahuan serta tanggung jawab anggota masyarakat dan para elite negeri (formal dan informal), maka potensi konflik sosial yang anarkis, senantiasa menjadi potensi dan bom waktu yang akan meledak setiap saat. Lemahnya pemetaan (*mapping*) sumber-sumber kekerasan sosial, belum termasuk kekerasan yang terjadi karena “ciptaan” para aktor dan atau oknum yang sering bermain-main dengan adanya kepentingan tertentu dalam ranah kekuasaan, yang ingin selalu menciptakan suasana *chaos* dalam masyarakat.

Masifnya kekerasan sosial dalam bentuk apapun, sebenarnya representasi dari adanya berbagai persoalan yang menjadi penyebab, termasuk gagalnya berkomunikasi satu sama lain, yang lebih jelas, jujur, terbuka serta beretika.

Egoisme, etnosentris yang didukung arogansi kuasa dan atau kebenaran atas nama kelompok, kebenaran mayoritas, seringkali mengemuka dan menjadi salah satu faktor legitimasi akan konflik sosial anarkis dan atau tindak kekerasan. Lemahnya penegakan kepastian hukum terhadap kasus-kasus kekerasan sosial yang bersifat massal dan atau melibatkan para elite tertentu, telah memberi ruang toleransi dan pembenaran terhadap munculnya aksi-aksi kekerasan sosial.

Perlu dicermati bahwa konflik sosial anarkis yang berlatar belakang perbedaan agama, budaya dan atau keyakinan tidak pernah selesai dengan dialog, bahkan dalam dialog seringkali menyisakan berbagai potensi konflik, dominasi serta pembenaran oleh sekelompok yang merasa mayoritas, sehingga kebenaran menjadi semu menurut kacamata mayoritas, Dan kondisi inilah yang sering muncul dalam dialog, bukan solusi yang ada, tetapi melahirkan berbagai persoalan baru dan laten. Bahkan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (*Kompas. Com.* 20 April 2012) mengatakan, dirinya prihatin tindakan-tindakan kekerasan horizontal dan aksi melanggar hukum masih terus terjadi di Indonesia. Presiden meminta setiap perselisihan atau konflik antar komponen masyarakat akibat perbedaan identitas diselesaikan secara damai. "Jika kita semua sungguh memiliki semangat dan tanggung jawab menjaga kerukunan dan kedamaian, selalu ada jalan."

Para pemuka dan tokoh agama juga ikut berkontribusi dengan menjaga kerukunan, keamanan, dan ketertiban masyarakat. Misi dan peran utama para pemuka agama adalah memastikan ajaran agama yang dianut umatnya benar, serta membimbing akhlak dan perilaku para pemeluk agama agar menjadi warga bangsa yang baik. Oleh karena itu, pandangan, sikap dan tutur kata para pemuka agama yang jernih dan positif, tentulah menjadi kunci dalam menjaga kerukunan atau harmoni antar umat beragama itu. Sebaliknya, sikap dan tutur kata yang provokatif dan mengobarkan permusuhan bisa diikuti oleh pengikut-pengikutnya.

Indonesia sebagai negara merdeka dan berdaulat tentunya memiliki potensi untuk sejajar dengan negara-negara lain di dunia yang lebih dulu maju, kendatipun menghadapi tantangan yang luar biasa dan tidak mudah. Hal ini mengingat Indonesia memiliki ribuan pulau dan suku bangsa, agama dan budaya yang sangat unik dan beragam dari Sabang sampai Merauke. Penduduk Indonesia menurut Badan Pusat Statistik (2012), jumlah penduduk Indonesia berdasarkan hasil sensus ini adalah sebanyak 237.556.363 orang, yang terdiri dari 119.507.580 laki-laki dan 118.048.783 perempuan. Laju pertumbuhan penduduk Indonesia sebesar 1,49 persen per tahun. Sebanyak 130 juta orang tinggal di pulau Jawa, pulau terpadat di dunia. Meskipun program keluarga berencana yang cukup efektif yang telah ada sejak 1960-an, populasi diperkirakan akan tumbuh menjadi sekitar 254 juta tahun 2020 dan 288 juta pada tahun 2050.

Ada sekitar 300 etnis pribumi yang berbeda di Indonesia, dan 742 bahasa dan dialek. Kelompok etnis terbesar adalah Jawa, yang terdiri 42% dari populasi, dan secara politik dan budaya dominan. Orang Sunda, etnis Melayu, dan Madura adalah non-Jawa terbesar. Masyarakat sebagian besar harmonis, meskipun ketegangan sosial, agama dan etnis telah memicu kekerasan mengerikan. Cina Indonesia adalah etnis minoritas berpengaruh yang terdiri kurang dari 1% dari populasi. Sebagian besar perdagangan negara itu milik pribadi dan kekayaan orang Cina-Indonesia Bahasa nasional resmi adalah bahasa Indonesia. Namun mayoritas masyarakat Indonesia juga menggunakan bahasa ibu (daerah) sebagai bahasa pertama pergaulan dalam etnis mereka. Dari jumlah tersebut, bahasa Jawa adalah yang paling banyak digunakan sebagai bahasa kelompok etnis terbesar.

Demikian pula jumlah organisasi kemasyarakatan (ormas) pada era reformasi sangat banyak jumlahnya. Kementerian Dalam Negeri (17 Februari 2012) mencatat organisasi masyarakat (ormas) di Indonesia berjumlah 65.577. Bahkan saking banyaknya, Kemendagri mengaku kesulitan dalam mengatur ormas-ormas tersebut. Ormas yang tercatat di Kemendagri ada 9.058, di tingkat provinsi 14.413 ormas dan di tingkat kabupaten dan kota mencapai 42.106 ormas. Jumlah ini (65.577) belum termasuk ormas yang tidak tercatat (mendaftar).

Menurut data The Wahid Institute (29 Desember 2011), selama tahun 2011, telah terjadi peningkatan pelanggaran kebebasan beragama dan berkeyakinan di berbagai daerah di Indonesia. Pada tahun 2010 hanya 64 kasus, dan saat ini jumlahnya meningkat 18 persen menjadi 92 kasus," ucap Koordinator Program. Bentuk pelanggaran kebebasan beragama yang paling tinggi adalah pelanggaran atau pembatasan aktivitas keagamaan atau kegiatan ibadah kelompok tertentu dengan 49 kasus (48%). Kemudian tindakan intimidasi dan ancaman kekerasan oleh aparat negara 20 kasus (20%), pembiaran kekerasan 11 kasus (11%), kekerasan dan pemaksaan keyakinan 9 kasus (9%), penyegelan dan pelarangan rumah ibadah 9 kasus (9%), dan kriminalisasi atau viktimisasi keyakinan 4 kasus (4%). Daerah paling tinggi tingkat pelanggaran kebebasan beragama dan berkeyakinan adalah Indonesia 55 kasus (58%); Banten 9 kasus (10%), NAD 5 kasus (6%), Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Sulsel masing-masing 4 kasus, dan daerah-daerah lainnya antara 1-2 kasus.

Dari 92 kasus pelanggaran itu selama 2011, Jemaat Ahmadiyah adalah korban terbanyak dengan 46 kasus (50%), kemudian Jemaat GKI Taman Yasmin Bogor 13 kasus (14%), Jemaat gereja lainnya 12 kasus (13%), kelompok terduga sesat 8 kasus (9%), Millah Abraham 4 kasus, kelompok Syiah dan lain sebagainya. Dalam situasi dimana tertib sosial dan hukum tak lagi menjadi penting untuk disadari. Apalagi para elite penguasa sedang sibuk dengan urusan diri dan kelompoknya. Maka yang mencuat adalah kebingungan dan frustrasi sosial yang luar biasa. Oleh sebab itu untuk keluar dari berbagai krisis multidimensi, tentu dibutuhkan komitmen para elite formal maupun informal untuk segera menyadari berbagai persoalan utama yang dihadapi masyarakat dan mencari solusi yang tepat dalam koridor sistem hukum yang memanusiakan manusia dengan membangun komunikasi sebagai upaya penyelesaian konflik.

Berkaitan dengan uraian di atas dapat dirumuskan penelitiannya yakni bagaimana pemahaman informan tentang dinamika konflik sosial dan faktor yang mempengaruhi serta model resolusi komunikasi dalam menyelesaikan konflik sosial di Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. Sedangkan yang menjadi tujuan penelitian yaitu mengidentifikasi pemahaman informan tentang dinamika konflik Sosial, serta menemukan dan menawarkan konsep model resolusi komunikasi di Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat.

Dinamika Konflik dan Kekerasan Sosial

Dalam abstrak penelitian yang dilakukan Mohammad Zulfan Tadjoeddin (2002) tentang Anatomi Kekerasan Sosial dalam Konteks Transisi (Kasus Indonesia, 1990-2001) telah memetakan aksi-aksi kekerasan sosial yang terjadi di negeri ini selama kurun waktu 1990-2001. Insiden-insiden kekerasan sosial, sebagai anatomi yang dikelompokkan ke dalam empat kategori besar, yaitu: kekerasan komunal, kekerasan separatis, *state-community violence*, dan *industrial relations related violence*. Ditemukan bahwa kekerasan komunal dan separatis merupakan kategori

kekerasan sosial yang menimbulkan persentase korban tewas terbesar, masing-masing 77% dan 22%. Terdapat kecenderungan bahwa baik jumlah insiden maupun korban tewas mengalami peningkatan yang signifikan pada fase transisi dengan puncaknya sekitar tahun 1999-2000. Dilihat dari distribusi spasialnya, kekerasan sosial di Indonesia ternyata cenderung lebih banyak terjadi di kawasan kota-kota kecil/kabupaten dibandingkan dengan di kota-kota besar. Di antara kekerasan komunal, *ethnic-religion-migration related violence* merupakan sub-kategori terbesar yang menyebabkan korban tewas. sekitar 52% korban tewas dalam seluruh kekerasan sosial terjadi dalam sub-kategori ini.

Kehidupan manusia selalu mengalami perubahan. Semuanya mengalir, bergerak, tidak diam. Dari segi waktu, perubahan itu bisa terjadi dalam waktu cepat, disebut pula revolusi, bisa memakan waktu yang cukup lama, yang disebut evolusi. Dari segi intensitas, perubahan itu bisa tampak mencolok, bisa juga tampak samar, bahkan nyaris tidak kelihatan. Dari segi perencanaan, perubahan itu ada yang terjadi karena disengaja dan direncanakan, ada pula yang berlangsung alami bukan karena tindakan yang disengaja atau direncanakan. Menurut Soekanto (1987:281-282), perubahan-perubahan yang terjadi dalam masyarakat itu dapat mencakup perubahan-perubahan nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, pola-pola perilaku, lapisan dalam masyarakat, kekuasaan dan kewenangan, interaksi sosial, dan sebagainya.

Perubahan-perubahan sosial, menurut Teori Konflik, diawali oleh konflik yang terjadi pada masyarakat. Sebagai gejala sosial, konflik akan selalu ada, baik antar individu maupun antar kelompok, pada setiap masyarakat.

Konflik menyangkut hubungan sosial antar manusia baik secara individual maupun kolektif. Semua hubungan sosial, menurut Lewis A. Coser, pasti memiliki tingkat antagonisme tertentu, ketegangan, atau perasaan negatif (Johnson, 1990:199). Hal ini merupakan akibat dari keinginan individu atau kelompok untuk meningkatkan kesejahteraan, kekuasaan, prestise, dukungan sosial, atau penghargaan lainnya. Sementara itu, masing-masing mereka, secara individual ataupun kelompok, di samping memiliki sejumlah kesamaan, juga mempunyai serangkaian perbedaan. Persamaan dan perbedaan tersebut menyangkut jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, ideologi, cara pandang, cita-cita, kepentingan, dan sebagainya.

Perbedaan-perbedaan seperti itu merupakan sebuah kenyataan sosial yang tak mungkin dihindari. Persamaan dan perbedaan ini, pada tingkat tertentu, ketika satu sama lain saling bertemu dan bergesekan, berpotensi menimbulkan konflik. Kesamaan keinginan atas sesuatu, sementara sesuatu itu merupakan sumberdaya yang langka dan terbatas, maka hal itu akan menimbulkan kompetisi atau perebutan pencapaian keinginan masing-masing. Ketika perbedaan ideologi terjadi antar kelompok, sementara satu sama lain ingin menancapkan pengaruhnya kepada kelompok lain, maka konflik atau perselisihan pun akan terjadi.

Menurut Sihbudi dan Nurhasim, *ed.* (2001:11), konflik antar kelompok juga sangat ditentukan oleh bangunan nilai dan penggunaan simbol yang berbeda antar kelompok tersebut sehingga menimbulkan penafsiran dan rasa berbeda untuk dihargai dan menghargai. Di Indonesia, konflik antar kelompok sudah sangat sering terjadi, dari konflik yang sederhana dan berskala kecil hingga konflik yang kompleks dan berskala luas.

Tabel 1. menunjukkan konflik antar kelompok yang berbentuk kerusuhan yang menyangkut kelompok beda agama, kelompok penduduk asli dan pendatang, dan lain sebagainya.

Tabel.1 Konflik antar kelompok masyarakat

No.	Waktu Terjadinya	Tempat kejadian
1.	1996	Situbondo
2.	1997, 2012	Tasikmalaya
3.	1997	Rengasdengklok
4.	1997	Sanggauledo
5.	1997	Kupang
6.	1999	Sambas
7.	2000, 2011, 2012	Mataram
8.	2011, 2012	Lampung
9.	2010, 2011 (13 kasus terhadap Ahmadiyah)	Cikeusik

Untuk kasus Ahmadiyah, Bambang W. Soeharto (2013) mengungkapkan bahwa penyerangan terhadap warga Ahmadiyah di Cikeusik menandai awal tak baik di tahun 2011 soal toleransi beragama. Inilah sejumlah peristiwa kekerasan dan tekanan itu.

Tabel 2. Peristiwa Kekerasan terhadap Ahmadiyah

No.	Tanggal kejadian	Peristiwa
1.	14 Juli 2010	Ratusan Gerakan Rakyat Anti Ahmadiyah melakukan penyegelan beberapa kantor Pemda di Garut dan melakukan penyisiran. Menurut mereka sebanyak 10 persen dari jumlah pegawai negeri di Garut merupakan pengikut Ahmadiyah dan menduduki jabatan strategis.
2.	29 Juli 2010	Ribuan ormas perang batu dengan jemaah Ahmadiyah di Desa Manis Lor, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Kejadian ini berlangsung setelah polisi menghadang ribuan massa ormas yang berniat mengusir Jamaah Ahmadiyah. Aksi ini kelanjutan dari tindakan Satpol PP yang akhirnya berhasil menyegel satu masjid dan tujuh musala milik Ahmadiyah.
3.	29 Juli 2010	Ribuan ormas perang batu dengan jemaah Ahmadiyah di Desa Manis Lor, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Kejadian ini berlangsung setelah polisi menghadang ribuan massa ormas yang berniat mengusir Jamaah Ahmadiyah. Aksi ini kelanjutan dari tindakan Satpol PP yang akhirnya berhasil menyegel satu masjid dan tujuh musala milik Ahmadiyah.
4.	10 Agustus 2010	Ratusan massa FPI dan Gerakan Umat Islam Bersatu (GUIB) merusak paksa papan nama Jamaah Ahmadiyah yang terpasang di mesjid An Nur jalan Bubutan Gang 1 No 2 Surabaya.
5.	1 Oktober 2010	Sekitar enam bangunan milik jemaah Ahmadiyah di Desa Kampung Cislada, Desa Ciampea Udik, Kecamatan Ciampea, Bogor, dibakar massa. Termasuk yang dibakar adalah masjid, surau, dan madrasah serta rumah. Kerusakan ini sudah kali ketiga sejak tahun 2008. Pada tahun 2007 keluar Keputusan Bersama tingkat Kec. Ciampea yang diteken Camat, Majelis Ulama, Indonesia, kantor Urusan Agama, yang menyatakan tidak boleh ada aktivitas jemaah Ahmadiyah. Keputusan ini diperkuat dengan SKB tingkat Kabupaten Bogor yang ditandatangani Bupati, Komandan Kodim, dan unsur Muspida lainnya.
6.	11 Oktober 2010	Pemerintah Kabupaten Garut, Jawa Barat, melarang Jemaah Ahmadiyah berada di wilayahnya. Hal itu diungkapkan setelah pertemuan antara Dewan Perwakilan Rakyat Daerah bersama Badan Koordinasi Pengawasan Aliran Kepercayaan.

No.	Tanggal kejadian	Peristiwa
7.	29 Oktober 2010	FPI beserta ormas se-Kabupaten Ciamis berupaya menyegel masjid Ahmadiyah di Jalan Gayam, Ciamis. Rencana penyegelan gagal setelah aparat kepolisian menjaga ketat lokasi masjid.
8.	5 November 2010	Massa dari Perguruan Tinggi Dakwah Islam Tanjung Priok menuntut penyegelan Masjid Nuruddin Jalan Kebon Bawang X, Tanjung Priok, Jakarta Utara. Menurut mereka, masjid tersebut digunakan oleh Jamaah Ahmadiyah. Pengurus masjid membantah masjid tersebut eksklusif untuk jamaah Ahmadiyah.
9.	3 Desember 2010	Sekitar pukul 00:37 WIB, sekelompok orang bersepeda motor menyerang dan merusak sebuah masjid Ahmadiyah di Jalan Ciputat Raya. Tidak ada korban jiwa dalam peristiwa itu.
10.	8 Desember 2010	Hasil rapat koordinasi pemerintah Kota Tasikmalaya beserta sejumlah pimpinan lembaga pemerintahan Kota Tasikmalaya memutuskan menutup sejumlah sarana milik Ahmadiyah di kota Tasikmalaya.
11.	10 Desember 2010	Sekitar seribu santri di Sukabumi, Jawa Barat membongkar masjid Ahmadiyah di Kampung Panjalu Desa Warnasari Kecamatan Sukabumi Kabupaten Sukabumi. Pembongkaran dilakukan setelah keluar putusan Mahkamah Agung yang menguatkan keputusan Pengadilan Negeri Cibadak Sukabumi yang menyatakan masjid tersebut bukan milik jamaah Ahmadiyah, melainkan milik warga sekitar.
12.	27 Desember 2010	Madrasah Al Mahmud milik Ahmadiyah di Kampung Rawa Ekek Desa Sukadana Kecamatan Campaka Kabupaten Cianjur, dibakar orang tak dikenal. Seminggu sebelumnya sebuah musala juga dibakar. Selama ini madrasah dipergunakan jamaah Ahmadiyah untuk kegiatan pendidikan keagamaan.

Perubahan Sosial dan Teori Konflik

1. Perubahan Sosial

Menurut Kingley Davis, perubahan sosial adalah perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi masyarakat (Soekanto, 1987:284). Definisi ini mirip dengan yang dikemukakan oleh Everett Rogers, yaitu bahwa perubahan sosial adalah proses di mana terjadi perubahan dalam struktur dan fungsi suatu sistem sosial. (Zaltman, Kotler, Kaufman, 1972:1). Struktur sosial/masyarakat adalah keseluruhan jalinan antara unsur-unsur sosial, yakni norma-norma sosial, lembaga-lembaga sosial, kelompok-kelompok sosial, dan lapisan-lapisan sosial. Struktur juga berkaitan dengan perilaku dalam aktivitas sosial yang terus-menerus dan terorganisasikan. Sedangkan fungsi berkaitan dengan kontribusi dari aktivitas-aktivitas tersebut dalam upaya pemeliharaan stabilitas atau keseimbangan dalam masyarakat (DeFleur dan Ball-Rokeach, 1989:32). Ruang lingkup perubahan sosial sebenarnya tidak terbatas pada perubahan struktur dan fungsi sosial, tapi juga perubahan pola budaya, sebagaimana diisyaratkan William F. Ogburn.

Dilihat dari cakupan jumlah orang, perubahan-perubahan dapat terjadi pada tingkat individual, kelompok, atau masyarakat. Sedangkan apabila dilihat dari segi rentang waktu, perubahan dapat terjadi dalam jangka waktu pendek atau jangka waktu panjang. Tipe-tipe perubahan dalam masyarakat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 3. Tipe-Tipe Perubahan Sosial

Dimensi waktu	Tingkatan masyarakat		
	Mikro (Individual)	Intermedit (Kelompok)	Makro (Masyarakat)
Jangka pendek	Tipe 1 Perubahan sikap Perubahan perilaku	Tipe 3 Perubahan normatif Perubahan administratif	Tipe 5 Penemuan-Inovasi Revolusi
Jangka panjang	Tipe 2 Perubahan siklus kehidupan	Tipe 4 Perubahan organisasional	Tipe 6 Evolusi sosio-kultural

Sumber: Zaltman, Kotler, dan Kafman (1972:3).

2. Teori Konflik

Secara sederhana, konflik adalah pertentangan antara satu individu dengan individu lain, atau antara satu kelompok dengan kelompok lain. Sebetulnya, konflik dapat dilihat dari dua segi. Dari segi positif, konflik dapat mendinamisasikan kelompok-kelompok dalam masyarakat. Konflik dapat memacu bagi terjadinya kompetisi yang sehat; orang berupaya untuk menjadi lebih baik dari yang lainnya. Konflik bisa menjadi tahap awal perubahan sosial. Dari segi negatif, konflik merupakan salah satu masalah yang perlu diatasi. Konflik yang sengit dapat memicu perselisihan dan permusuhan yang tajam, yang mengganggu kehidupan dalam masyarakat.

Menurut Dahrendorf (Soeharto, 2013) menjelaskan proses konflik melalui tiga fase: 1. Kondisi teknis; 2. Kondisi politis; dan 3. Kondisi sosial. Pada kondisi teknis ditandai munculnya pemimpin dan pembentukan ideologi tertentu yang bisa menjadi sarana enturan. Kedua hal ini penting sebab tidak ada tindakan kelompok yang terorganisir dapat terjadi tanpa adanya kepemimpinan dan kepercayaan yang membenarkan tindakan itu. Kondisi sosial meliputi komunikasi antar anggota dari suatu kelompok. Pemahaman fase sosial ini penting karena konflik pasti tidak akan muncul di antara orang-orang terpencil satu sama lain yang secara ekologis terpencair-pencar atau tidak ada ikatan sosial. Jika salah satu dari tiga kondisi ini tidak terpenuhi, demikian Dahrendorf, konflik tidak akan terjadi.

Selain memiliki potensi konflik, setiap masyarakat pada dasarnya juga memiliki potensi untuk mengembangkan konsensus yang menjaga keutuhan masyarakat itu sendiri. Merujuk pada pemikiran seorang filsuf politik modern asal Jerman, Jurgen Habermas, bahwa konsensus berkaitan dengan interaksi antarmanusia karenanya juga berkaitan dengan persoalan komunikasi. Komunikasi di alam modernitas sendiri adalah komunikasi yang bebas dominasi. Setiap individu memiliki hak untuk saling berdialog dan berwacana atas segala sesuatu yang akan dijadikan konsensus. Dialog tersebut berjalan terus-menerus sehingga melahirkan masyarakat bebas dominasi sebagai hasil pencapaian konsensus. (Soeharto, 2013).

Konflik adalah suatu proses yang terjadi bila perilaku seseorang terhambat karena perilaku orang lain. Konflik sering terjadi dalam hubungan yang erat (Peterson, 1983). Konflik akan semakin mudah timbul bila interdependensi makin meningkat. Bila interaksi menjadi semakin kerap dan melibatkan berbagai kegiatan dan hal-hal yang semakin luas, peluang untuk munculnya ketidaksesuaian akan semakin besar (Sears, 1985:245).

Oleh karena konflik di masyarakat merupakan sesuatu yang tak bisa dielakkan, maka yang perlu diketahui bukanlah apakah konflik itu ada atau tidak ada, tapi bagaimana intensitas dan tingkat kekerasannya, dan dalam bentuk apa konflik itu, apakah menyangkut masalah fundamental atau isu-isu sekunder, bertentangan tajam atau sekadar perbedaan pandangan.

Intensitas konflik menunjuk pada tingkat pengeluaran energi dan keterlibatan dari pihak-pihak (kelompok-kelompok) yang berkonflik, sedangkan kekerasan konflik menyangkut alat/sarana yang digunakan dalam situasi konflik, mulai dari negosiasi hingga saling menyerang secara fisik. Konflik antar kelompok yang menyangkut masalah prinsip dasar (fundamental) akan menimbulkan pertentangan antar kelompok yang lebih serius dibandingkan bila masalahnya sekedar bersifat sekunder atau dinilai tak penting.

Teori Konflik telah diulas dan dikembangkan oleh banyak sosiolog. Mereka, antara lain, adalah Karl Marx, Ralf Dahrendorf, George Simmel, dan Lewis Coser.

Karl Marx melihat masyarakat manusia sebagai sebuah proses perkembangan yang akan menyudahi konflik melalui konflik (Campbell, 1994:134). Campbell (1980:48) fenomena sosial seharusnya secara prinsipil tidak berbeda dari pendekatan yang dipakai untuk fenomena alamiah atau non-sosial. Realitas sosial bisa dipelajari secara ilmiah dan ilmu pengetahuan harus menangani perangkat-perangkat generalisasi kausal yang saling berkaitan secara tetap, sehingga menjelaskan sebuah fenomena yang terdiri dari variabel penyebab dan akibat.

Menurut Dahrendorf (dalam Soeharto, 2013: 12-13) proses konflik melalui tiga fase: (1) Kondisi teknis; (2) Kondisi politis; dan (3) Kondisi sosial. Pada kondisi teknis ditandai munculnya pemimpin dan pembentukan ideologi tertentu yang bisa menjadi sarana enturan. Kedua hal ini penting sebab tidak ada tindakan kelompok yang terorganisir dapat terjadi tanpa adanya kepemimpinan dan kepercayaan yang membenarkan tindakan itu. Kondisi sosial meliputi komunikasi antar anggota dari suatu kelompok. Pemahaman fase sosial ini penting karena konflik pasti tidak akan muncul di antara orang-orang terpencil satu sama lain yang secara ekologis terpecah-pecah atau tidak ada ikatan sosial. Jika salah satu dari tiga kondisi ini tidak terpenuhi, konflik tidak akan terjadi. Selain memiliki potensi konflik, masyarakat pada dasarnya juga memiliki potensi untuk mengembangkan konsensus yang menjaga keutuhan masyarakat itu sendiri.

Talcott Parsons dalam (Susetiawan, 2000:218), memandang konflik itu sebagai bentuk sosial, yang dengan menggunakan konsep sosialisasi yang menimbulkan ketegangan dan pertentangan itu dapat menjelaskan konflik. Konflik juga berlangsung sebagai akibat dari interaksi antar individu dan individu dengan kelompok individu yang lebih besar.

Status adalah kedudukan dalam sistem sosial. Peranan (dipakai dalam pengertian kaum fungsional) adalah perilaku yang diharapkan atau perilaku normatif yang melekat pada status. Dengan kata lain dalam sistem sosial individu menduduki suatu tempat (status), dan bertindak (peranan) sesuai dengan norma atau aturan-aturan yang dibuat oleh sistem. Peranan bersifat timbal balik dalam arti mengandung pengharapan yang sifatnya timbal balik pula.

Marx dan Engels dalam Garna (1992:43-44) mengemukakan dua postulat utama, pertama yaitu determinisme ekonomi yang menyatakan faktor ekonomi adalah penentu fundamental bagi struktur dan perubahan masyarakat, bentuk-bentuk produksi yang bersifat teknologis menentukan organisasi sosial suatu produksi, yaitu relasi-relasi yang mengakibatkan pekerja memproduksi

hasil dengan lebih efektif. Kedua, menyentuh mekanisme perubahan (*change*), yang menurut pandangan Marx, perubahan sosial itu harus dipahami dalam arti tiga fase atau tahap yang selalu tampak. Tiga tahap itu merupakan skema dialektik dari Georg Hegel (Garna, 1992:44).

Segala sesuatu yang ada di dunia, dan termasuk masyarakat sendiri, harus melalui tiga tahapan yaitu (1) tesis (*affirmation*); (2) antitesis (*negation*), dan (3) sintesis (*reconciliation of opposites*). Melalui pemikiran Hegel, konflik sosial yang anarkis yang marak terjadi di beberapa daerah, khususnya di Indonesia, sebagai satu fenomena sosial yang dianggap sebagai satu tese (kenyataan) yang memerlukan pemikiran yang kritis untuk mencari solusi.

Talcott Parsons dalam (Susetiawan, 2000:218), memandang konflik itu sebagai bentuk sosial, yang dengan menggunakan konsep sosialisasi yang menimbulkan ketegangan dan pertentangan itu dapat menjelaskan konflik. Konflik juga berlangsung sebagai akibat dari interaksi antar individu dan individu dengan kelompok individu yang lebih besar. Dalam proses sosialisasi itu biasanya para individu ditransformasikan berbagai cara penyimpangan (*deviance*) melalui pilihan tentang apa yang baik & yang buruk, termasuk bagaimana melakukannya.

Menurut Hegel tentang dialektika dan idealisme menjadi akar dan sifat teori Marx. Dialektika adalah cara berpikir dan citra tentang dunia, sebagai cara berpikir, dialektika menekankan arti penting dari proses, hubungan, dinamika, konflik dan kontradiksi; cara berpikir lebih dinamis. Dunia bukan tersusun dari struktur yang statis.

Teori konsensus harus menguji nilai integrasi dalam masyarakat dan teoritis konflik harus menguji konflik kepentingan dan penggunaan kekerasan yang mengikat masyarakat bersama di hadapan tekanan itu. Masyarakat takkan ada tanpa konsensus dan konflik yang menjadi persyaratan satu sama lain. Jadi, kita tak akan punya konflik kecuali ada konsensus sebelumnya. Masyarakat disatukan oleh "ketidakbebasan yang dipaksakan".

Dengan demikian, dalam masyarakat terdapat pendelegasian kekuasaan dan otoritas terhadap posisi orang lain. Fakta kehidupan sosial ini mengarahkan Dahrendorf (Ritzer dan Goodman (2005:154) kepada tesis sentralnya bahwa perbedaan distribusi otoritas "selalu menjadi faktor yang menentukan konflik sosial sistematis". Memusatkan perhatian pada struktur sosial yang lebih luas. Berbagai posisi di dalam masyarakat mempunyai kualitas otoritas yang berbeda. Otoritas tidak terletak di dalam diri individu, tetapi di dalam posisi. Selanjutnya, Dahrendorf tak hanya tertarik pada struktur posisi, tetapi juga pada konflik antara berbagai struktur posisi itu, yang mengatakan bahwa "sumber struktur konflik harus dicari di dalam tatanan peran sosial yang berpotensi untuk mendominasi atau ditundukkan. Tugas pertama analisis konflik adalah mengidentifikasi berbagai peran otoritas di dalam masyarakat".

Menurut Dahrendorf bahwa seluruh kehidupan sosial adalah konflik, karena ia merupakan perubahan (Dahrendorf, 1961:235). Coser (1956:72) mengutip hasil pengamatan Simmel yang menunjukkan konflik mungkin positif, sebab dapat meredakan ketegangan yang terjadi dalam suatu kelompok dengan memantapkan keutuhan dan keseimbangan. Konflik yang dipersepsi merupakan kesadaran oleh satu pihak atau lebih terhadap eksistensi kondisi-kondisi yang menciptakan kesempatan untuk timbulnya konflik.

Randall Collins (dalam Ritzer dan Goodman, 2005: 160) mengungkapkan teori konflik yang lebih sintesis dan integratif, yang mengatakan bahwa kontribusi utama untuk teori konflik adalah

menambah analisis tingkat mikro terhadap teori yang bersifat makro. Stratifikasi dan organisasi didasarkan atas interaksi kehidupan sehari-hari. Konflik adalah proses sentral dalam kehidupan sosial. Manusia mempunyai sifat sosial (*sociable*), tetapi juga mudah berkonflik dalam hubungan sosial mereka. Orang hidup dalam dunia subjektif yang dibangunnya sendiri; orang lain mempunyai kekuasaan untuk mempengaruhi atau mengontrol pengalaman subjektif seseorang; orang lain mencoba mengontrol orang yang menentang mereka, sehingga memungkinkan terjadinya konflik.

Robbins (1984:142) mengatakan "*the assumption that there are two or more parties whose interest or goals appear to be incompatible, the parties are therefore in opposition. When one party blocks the goal achievement of another state exists*". Uraian Robbins menegaskan bahwa konflik bisa terwujud melalui adanya anggapan dari dua atau lebih kelompok yang memiliki kepentingan atau tujuan yang akan dicapai tetapi tidak ada kesesuaian, bahkan berlawanan, kelompok yang satu menghalangi pencapaian tujuan lainnya yang ada. Otoritas dalam setiap asosiasi bersifat dikotomi, karena itu ada dua kelompok konflik yang dapat terbentuk di dalam setiap asosiasi, yang memegang posisi otoritas dan kelompok subordinat yang mempunyai kepentingan tertentu "yang arah dan substansinya saling bertentangan".

Di sini berhadapan dengan konsep kunci lain dalam teori konflik, yakni kepentingan. Kelompok konflik dan konflik kelompok, perlu menganut orientasi struktural dari tindakan pemegangan posisi tertentu. Dengan analogi terhadap orientasi kesadaran (subjektif), tampaknya dapat dibenarkan untuk mendeskripsikan ini sebagai kepentingan. Di dalam setiap asosiasi, orang yang berada pada posisi dominan berupaya mempertahankan *status quo*, sedangkan orang yang berada pada posisi subordinat, berupaya mengadakan perubahan. Konflik kepentingan di dalam asosiasi selalu ada sepanjang waktu, setidaknya yang tersembunyi. Ini berarti legitimasi otoritas selalu terancam.

Robbins (1996:125) mengatakan ada tiga pandangan tentang konflik, yakni: Pandangan: (1) tradisional (*traditional view of conflict*), yang berkeyakinan bahwa konflik merugikan dan harus dihindari; (2) hubungan- manusia (*human relations view of conflict*), yang berkeyakinan bahwa konflik merupakan hasil wajar dan tidak terelakkan dalam setiap kelompok; dan (3) interaksionis (*interactionist view of conflict*), yang berkeyakinan bahwa konflik tidak hanya suatu kekuatan positif dalam suatu kelompok melainkan juga mutlak perlu untuk suatu kelompok agar dapat berkinerja efektif.

Max Weber mengungkapkan bahwa konflik tidak dapat dikeluarkan dari kehidupan sosial. Perdamaian tidak lebih dari sebuah perubahan dalam bentuk konflik atau dalam hal antagonis atau obyek-obyek konflik, atau pada akhirnya dalam kesempatan seleksi (Coser: 1967:232).

Bagi Dahrendorf, sebagaimana juga Marx, pertentangan antarkelas yang terjadi merupakan bentuk konflik dan sumber perubahan sosial. Kelompok pertentangan itu lahir dari kepentingan bersama para individu yang mampu berorganisasi. Lembaga-lembaga yang terbentuk sebagai hasil dari kepentingan merupakan jembatan terjadinya perubahan sosial. Kedua kelas yang bertentangan itu adalah yang satu menguasai dan yang lain dikuasai. Dalam hal ini terkandung tiga konsep penting: kekuasaan, kepentingan, dan kelompok sosial. Pada gilirannya nanti, menurut Garna (1992:66), diferensiasi kepentingan yang terjadi dapat melahirkan kelompok konflik potensial atau kelompok konflik aktual yang berbenturan karena mempunyai kepentingan antagonistik.

Inti Teori Konflik, menurut, Ralf Dahrendorf adalah (Johnson, 1990:194):

1. Setiap masyarakat kapan saja tunduk pada proses perubahan; perubahan sosial ada di mana-mana.
2. Setiap masyarakat kapan saja memperlihatkan perpecahan dan konflik; konflik sosial ada di mana-mana.
3. Setiap elemen dalam suatu masyarakat menyumbang disintegrasi dan perubahan.
4. Setiap masyarakat didasarkan pada paksaan dari beberapa anggotanya atas orang lain.

Lewis Coser menentang para sosiolog yang melihat konflik dari sisi negatifnya saja. Masyarakat yang memperbolehkan konflik, bagi Coser, sebenarnya adalah masyarakat atau kelompok yang memiliki kemungkinan rendah dari ancaman ledakan-ledakan yang akan menghancurkan struktur sosial (Poloma, 1987:117). Menurut Coser, konflik itu memiliki fungsi sosial. Konflik sebagai proses sosial dapat merupakan mekanisme lewat mana kelompok-kelompok dan batas-batasnya dapat terbentuk dan dipertahankan. Konflik juga mencegah suatu pembekuan sistem sosial dengan mendesak adanya inovasi dan kreativitas (Garna, 1992:67). Konflik lebih banyak dilihat dari segi fungsi positifnya, maka Teori Konflik yang dikembangkan Coser disebut pula Fungsionalisme Konflik Sosial.

Konflik sering memperkuat dan mempertegas batas kelompok dan meningkatkan penggalangan solidaritas internal kelompok. Konflik antar kelompok merupakan penghadapan antara *in-group* dan *out-group*. Ketika konflik terjadi, masing-masing anggota dalam suatu kelompok akan meningkatkan kesadaran sebagai sebuah kelompok (*in-group*) untuk berhadapan dengan kelompok lain (*out-group*). Konflik dapat menetapkan dan menjaga garis batas antara dua atau lebih kelompok. Konflik dengan kelompok lain dapat memperkuat kembali identitas kelompok dan melindunginya agar tidak lebur ke dalam dunia sosial lainnya. (Poloma, 1987:108). Ketika ada ancaman dari luar, maka kelompok tidak mungkin memberikan toleransi pada perselisihan internal.

Konflik, dalam pandangan Coser, dapat dibedakan antara konflik realistik dan konflik nonrealistik. Konflik realistik merupakan suatu alat untuk suatu tujuan tertentu, yang kalau tujuan itu tercapai mungkin akan menghilangkan sebab-sebab dasar dari konflik itu. Dengan kata lain, konflik realistik adalah konflik yang disebabkan oleh kekecewaan atau persaingan dengan seseorang atau kelompok tertentu dan orang atau kelompok tersebut menjadi sasaran dalam konflik. Konflik realistik adalah kompetisi untuk memperoleh sumberdaya langka dan terbatas. Sebaliknya, konflik nonrealistik adalah ungkapan permusuhan sebagai tujuannya sendiri. Dapat pula dikatakan, konflik nonrealistik adalah konflik yang bukan berasal dari tujuan yang antagonistis, tapi dari kebutuhan untuk meredakan ketegangan. Contohnya adalah pelampiasan atau pengambinghitaman (Johnson, 1990:202; Poloma, 1987:111).

Apapun bentuk kekerasan sosial, tentu tidak lepas dari aspek komunikasi dan akses masyarakat pada berbagai persoalan yang dihadapi. Minimnya informasi dan atau karena faktor emosi massa sering muncul karena rasa setiakawanan yang tanpa batas dan kontrol. Alih-alih pengawan dan pembinaan dari pihak yang bertanggung jawab sangat lemah. Tidak jarang kekerasan sosial tercipta oleh masyarakat itu sendiri yang sadar atau tidak telah memberi label atau cap yang kurang sedap di telinga, atau juga dalam kasus lain, kejahatan sering muncul, karena

penjara, hukum serta masyarakat menjadi lembaga yang ikut melestarikannya dan lebih piawai dalam kejahatannya.

Bentuk alienasi dan marjinaliasi terhadap kelompok yang pernah melakukan tindak kejahatan atau komunitas yang dianggap berbeda dari norma kebanyakan, membuat kelompok ini menjadi eksklusif dan pada gilirannya dapat membahayakan kelompok lainnya. Meminjam pikiran Richard Linegan (2001) bahwa manusia adalah produser simbol bahasa, pengelola dan sekaligus pemakai simbol ciptaannya sendiri yang teramat signifikan, sehingga kebenaran yang dibangun dan melekat dalam simbol tersebut sangatlah tergantung penafsiran dan pengalaman serta keyakinan sendiri. Jika orang atau kelompok lain berbeda penafsiran terhadap simbol ciptaannya, maka selalu dianggap salah dan harus dilawan bahkan jika perlu dieliminir. Perilaku semacam ini tidak hanya berlangsung dalam koridor sosial, namun jauh merambah dalam budaya, keyakinan serta agama.

Krech, dkk (1962: 17-18) mengungkapkan bahwa setiap orang memiliki peta dunianya yang khas dan ditentukan oleh faktor-faktor determinan yaitu : (1) Fisik dan lingkungan sosial; (2) Struktur psikologis; (3) Kebutuhan-kebutuhan dan tujuan; (4) Pengalaman-pengalaman masa lalu.

Mediasi Sebagai Cara Penyelesaian Konflik

Konflik kontemporer, menurut Miall, Ramsbotham dan Woodhouse (Soeharto, 2013: 14-15) mengalami pergeseran, yakni pada era Perang Dingin, konflik yang terjadi adalah konflik antar negara, namun dewasa ini yang terjadi adalah konflik internal di sebuah negara. Perubahan pola ini juga melibatkan pihak-pihak yang berbeda. Pada era Perang Dingin yang terjadi adalah *symmetric conflicts*, yaitu konflik antara pihak-pihak yang setara, sementara konflik kontemporer berbentuk *asymmetric conflicts*, yaitu konflik antara pihak-pihak yang tidak setara, misalnya: antara kelompok etnis mayoritas dengan minoritas, antara pemerintah dengan kelompok pemberontak, dan sejenisnya. Akar dari konflik asimetris ini tidak terletak pada perbedaan minat dan kepentingan, tetapi lebih pada struktur peran dan hubungan yang tidak dapat dirubah tanpa terjadinya konflik. Pola konflik yang berbeda tersebut membutuhkan resolusi konflik yang berbeda pula, khususnya dalam keterlibatan peran dan intervensi pihak ketiga. Pada konflik klasik, resolusi konflik ditekankan untuk masuk dalam konflik itu sendiri dan bagaimana agar masing-masing pihak mampu mencegah konflik kekerasan dengan cara anti-kekerasan. Pada konflik kontemporer, resolusi konflik dilakukan dengan pandangan lebih luas dalam hal waktu intervensi, yaitu mencegah sedini mungkin terjadinya konflik. Apabila konflik terjadi, resolusi harus tetap diupayakan walaupun di tengah panasnya pertempuran. Bahkan setelah berakhirnya konflik, resolusi tetap dijalankan dengan *peacekeeping* dan *humanitarian intervention*, juga dilanjutkan dengan upaya *peacebuilding* untuk menyelesaikan persoalan yang menjadi penyebab konflik.

Miall, Ramsbotham dan Woodhouse (Soeharto, 2013) membedakan resolusi konflik dalam empat langkah yang berbeda, yang disesuaikan dengan tahapan terjadinya konflik. *Peacemaking* diterapkan dalam penyelesaian konflik bersenjata, di mana pihak yang terlibat konflik didorong untuk mencapai kesepakatan secara sukarela. *Peacekeeping* adalah penempatan angkatan bersenjata untuk memisahkan pasukan dari masing-masing pihak yang terlibat konflik dan juga melakukan peran sipil yaitu memantau serta mendukung intervensi kemanusiaan. *Peace-enforcement* adalah pemaksaan penyelesaian konflik oleh pihak ketiga yang kuat. Sementara, *peacebuilding* adalah tindakan lanjut untuk memperkuat hasil *peacemaking* dan *peacekeeping*

dengan menyelesaikan persoalan struktural dan meletakkan hubungan jangka panjang antar para pihak yang berkonflik.

Berbeda dengan konsep di atas yang mengelompokkan resolusi konflik sesuai dengan tahapan, Moore mengajukan beberapa tipologi atau jenis penyelesaian konflik yang bisa diaplikasikan untuk bermacam jenis konflik, yakni: *Pertama*, Penghindaran (*conflict avoidance*); *Kedua*, Diskusi dan penyelesaian masalah secara informal (*informal discussion and problem solving*); *Ketiga*, Negosiasi (*negotiation*); *Keempat*, Mediasi (*mediation*); *Kelima*, Keputusan administratif (*administratif decision*); *Keenam*, Arbitrasi (*arbitration*); *Ketujuh*, Keputusan hukum (*judicial decision*); *Kedelapan*, Keputusan legislatif (*legislatif decision*); *Kesembilan*, Paksaan tanpa kekerasan (*nonviolent direct action*); *Kesepuluh*, Paksaan dengan kekerasan (*violent direct action*). (Soeharto, 2013).

Penyelesaian konflik (*conflict resolution*) adalah upaya-upaya yang dilakukan untuk menyelesaikan atau menghilangkan konflik dengan cara mencari kesepakatan antara pihak-pihak yang berkonflik. Penyelesaian konflik secara persuasif terhitung lebih baik sebab menuntaskan masalah. Sedangkan penyelesaian secara koersif, meskipun caranya mudah namun tidak menyelesaikan masalah, karena hanya akan menyisakan masalah baru semisal dendam dan ketidakadilan.

Dari jenis atau tipologi penyelesaian konflik seperti ditunjukkan di atas, mediasi berada pada urutan keempat atau berada di tengah spektrum dari polarisasi berdasarkan aspek-aspek yang disebutkan.

Pada mediasi prosedur penyelesaian konflik tetap bersifat informal, tertutup, tidak membutuhkan paksaan dari lembaga-lembaga publik, dan keputusan final masih sepenuhnya berada pada para pihak yang berkonflik dalam esensi *win-win solution*. Para pihak yang terlibat konflik sendiri yang membuat keputusan untuk menyelesaikan konflik mereka setelah berunding di bawah arahan mediator. Karena berada pada posisi tengah dari spektrum penyelesaian konflik maka mediasi meminimalisir kelemahan dari cara penyelesaian konflik yang lain. Penyelesaian konflik dengan cara mediasi ini juga merupakan pilihan yang tepat dalam era globalisasi yang salah satunya ditandai dengan keterbukaan dan tidak terbandungnya arus informasi.

Konflik yang terjadi dalam wilayah lokal dapat segera diketahui oleh masyarakat dunia. Kegagalan sebuah negara (pemerintahan) menangani konflik lokal akan membawa pada kemungkinan campur tangan asing, misalnya dalam bentuk pengiriman tentara penjaga perdamaian (*peacekeeping force*) dan sejenisnya, lebih-lebih ketika negara dituduh berada di salah satu pihak yang berkonflik.

Dengan berpijak pada alasan kemanusiaan, negara-negara lain melalui Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) bisa melakukan intervensi dengan alasan kemanusiaan (*humanitarian intervention*) yang bisa menimbulkan permasalahan lain, misalnya gangguan terhadap kedaulatan negara. Dengan mediasi, negara bisa memainkan peran minimal dan menghindari pemihakan pada salah satu pihak tetapi bisa tetap mendorong para pihak untuk mencapai perdamaian.

Mediasi (*mediation*) adalah pelibatan dalam perselisihan atau negosiasi pihak ketiga yang diterima, tidak memihak, dan netral yang tidak memiliki kewenangan membuat putusan otoritatif untuk membantu pihak-pihak yang berkonflik untuk secara sukarela mencapai penyelesaian

konflik yang diterima bersama. Mediasi pada intinya adalah negosiasi yang melibatkan pihak ketiga yang mengetahui prosedur negosiasi efektif dan mampu membantu orang-orang yang terlibat konflik untuk mengkoordinasikan aktivitas negosiasi dan membuat tawar-menawar lebih efektif. Mediasi memiliki beberapa aspek: intervensi, negosiasi, akseptabilitas, tidak memihak, netralitas, dan sukarela.

Springga (dalam Soeharto, 2013) menekankan pola penyelesaian konflik dalam empat urutan: negosiasi, mediasi, arbitrase, dan pengadilan. Dari keempat pola tersebut, maka mediasi adalah pola yang demokratis. Negosiasi memang mengajukan pendekatan penyelesaian masalah lewat perundingan, Namun kesepakatan hanya mungkin diambil dari perundingan tersebut jika kedua belah pihak yang bertikai memiliki kekuatan yang seimbang. Mediasi tidak mensyaratkan adanya keseimbangan kekuatan pihak yang bertikai. Mediator menjadi penentu berhasilnya sebuah mediasi. Sedangkan pola ketiga dan keempat lebih mengedepankan proses hukum. Mediasi juga lebih menekankan persuasi ketimbang koersi.

Mediasi, demikian Moore, adalah penyelesaian konflik antara pihak-pihak yang mengizinkan adanya aktor pihak ketiga yang terlibat membantu penyelesaian konflik, pihak ketiga adalah pihak yang diterima oleh pihak-pihak yang berkonflik. Akseptabilitas pihak-pihak yang bertikai terhadap mediator diukur dari sejauh mana independensi, keseriusan, dan kejujuran mediator dalam melaksanakan perannya. Mediasi pada dasarnya bertujuan mulia karena ingin menghindari penyelesaian masalah yang bersifat *zero sum game* (menang-kalah). Dalam suasana pengadilan, tentu saja situasi ini yang akan mengemuka. Mediasi ingin menghadirkan sebetulnya penyelesaian masalah yang bersifat *non zero sum game* atau *win-win solution*, di mana semua pihak tidak ada yang merasa dirugikan. Semua pihak yang bertikai akan merasa memenangi sebuah persoalan. dari sini, efek dendam dan permusuhan laten bisa diminimalisir. (Springga, 2001)

Pelaku atau aktor mediasi disebut mediator, yakni pihak ketiga yang disepakati kedua pihak untuk membantu menyelesaikan konflik seperti dijelaskan di muka. Mediator memiliki tujuh fungsi atau peran, yakni: *catalysator*, *educator*, *translator*, *resource person*, *bearer of bad news*, *agent of reality*, dan *scapegoat* (Riskin dan Westbrook, 1987 dalam Soeharto, 2013:14-15). *Pertama*, sebagai katalisator mengandung pengertian bahwa kehadiran mediator dalam proses perundingan mampu mendorong lahirnya suasana yang konstruktif bagi diskusi dan bukan sebaliknya, walaupun dalam praktik dapat saja serelah proses perundingan, para pihak tetap mengalami polarisasi. Oleh sebab itu fungsi mediator adalah berusaha mempersempit terjadinya polarisasi. *Kedua*, sebagai pendidik berarti seorang mediator berusaha memahami kehendak, aspirasi, prosedur kerja, keterbatasan politis dan kendala usaha para pihak. Oleh sebab itu, ia harus melibatkan dirinya ke dalam dinamika perbedaan di antara para pihak agar membuatnya mampu menangkap alasan-alasan atau nalar para pihak untuk menyetujui atau menolak sebuah usulan atau permintaan *Ketiga*, sebagai penerjemah berarti seorang mediator harus berusaha menyampaikan dan merumuskan usulan pihak yang satu pada pihak lainnya melalui bahasa atau ungkapan yang enak didengar oleh pihak lainnya, tetapi tanpa mengurangi maksud atau sasaran yang hendak dicapai oleh pengusul. *Keempat*, sebagai nara sumber berarti seorang mediator harus mampu mendayagunakan atau melipatgandakan kemanfaatan memberi informasi yang tersedia. Orang lazimnya seringkali mengalami frustrasi jika mengikuti diskusi tetapi dihadapkan pada kurangnya informasi atau sumber pelayanan. Pelayanan ini berupa fasilitas riset, komputer dan pengaturan jadwal perundingan atau pertemuan dengan pihak-pihak terkait yang memiliki informasi.

Kelima, sebagai penyandang berita jelek berarti seorang mediator harus menyadari bahwa para pihak dalam proses perundingan dapat bersikap emosional. Misalnya, jika salah satu pihak menyampaikan usulan kemudian usulan itu ditolak secara tidak sopan dan diiringi dengan kata-kata kepada pribadi si pengusul, maka boleh jadi ia akan melakukan hal yang serupa untuk menghindari hal tersebut mediator bisa melakukan mediasi dengan memisahkan pihak-pihak yang bertikai.

Keenam, sebagai agen realitas berarti mediator harus berusaha memberitahu atau memberi pengertian secara terus terang kepada para pihak, bahwa sasarannya tidak mungkin atau tidak masuk akal untuk dicapai lewat perundingan. *Ketujuh*, sebagai kambing hitam berarti mediator harus siap menjadi pihak yang dipersalahkan jika tujuan mediasi tidak tercapai. Proses mediasi inilah yang bisa menyentuh akar persoalan konflik. Sehingga pada tataran ideal mediasi bukan hanya mencoba menyelesaikan konflik, namun juga berusaha menyelesaikan persoalan yang menimbulkan konflik itu sendiri. (Riskin dan Westbrook, 1987 dalam Soeharto, 2013:16-17).

Metode Penelitian dan Gambaran Umum

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dipilih oleh peneliti dikarenakan peneliti ingin mendapatkan hasil penelitian yang mendalam. Metode yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka.

Data primer penelitian diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap para informan kunci (*key informan*) yang ada di wilayah konflik, khususnya di Wilayah Jawa Barat yakni Desa Manis Lor Kabupaten Kuningan. Kriteria penentuan informan, yakni mereka yang terlibat langsung, mengalami atau menyaksikan dan atau menjadi mediator penyelesaian konflik sosial di kabupaten tersebut. Teknik penentuan *key informan* dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik purposive. Teknik penentuan *key informan* secara purposive menurut (Moleong 2008: 224) bertujuan untuk menyaring informasi sebanyak mungkin dari berbagai macam sumber dan bangunannya. Informan kunci yakni: Pak Janu dan Pak Didin, sebagai tokoh masyarakat Desa Manis Lor yang sangat intensif melakukan komunikasi dan negosiasi antara pihak pihak Ahmadiyah dengan Non Ahmadiyah; Pak Rahmat merupakan tokoh agama yang terlibat langsung konflik sosial di Manis; Pak Karsidi sebagai tokoh Ahmadiyah di Desa Manis Lor yang sangat berpengaruh di wilayah Manis Lor. Pak Kodir, sebagai lurah Tenjowaringin yang sekaligus merangkap tokoh Ahmadiyah; Pak Ahmad, sebagai pegawai desa yang selalu terjun ke masyarakat (Non Ahmadiyah); Pak Iwan Setiawan (tokoh masyarakat).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu: observasi dan wawancara mendalam untuk memperoleh data primer yang diteliti dan relevan serta kajian pustaka untuk melengkapi hasil lapangan. Analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis. Dalam hal ini menyusun data berarti menggolongkannya dalam pola, tema, atau kategorisasi. Tafsiran atau interpretasi di sini berarti memberikan makna pada analisis, menjelaskan pola atau kategori, mencari hubungan antara berbagai konsep. Sedangkan interpretasi menggambarkan perspektif atau pandangan peneliti, bukan kebenaran. Kebenaran hasil penelitian dalam hal ini juga masih harus dinilai orang lain dan diuji dalam berbagai situasi lain. Hasil dari implementasi juga bukan generalisasi dalam arti kuantitatif karena gejala sosial terlampau banyak variabelnya dan terlampau terkait oleh konteks dimana penelitian dilakukan sehingga sukar digeneralisasi.

Tiga jenis kegiatan dalam analisis data: (1) Reduksi Data, reduksi bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Reduksi data terjadi secara berkelanjutan hingga laporan akhir. Bahkan sebelum data secara aktual dikumpulkan, reduksi data antisipasi terjadi sebagaimana diputuskan oleh peneliti (sering tanpa kesadaran penuh). Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa bagian selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, membuat tema-tema, membuat gugus-gugus, membuat pemisahan-pemisahan, menulis memo-memo); (2) Penyajian Data (Data Display), mendefinisikan model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif selama ini adalah teks naratif; (3) Verifikasi dan Kesimpulan, dari permulaan pengumpulan data, penelitian kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi.

Teknik keabsahan data adalah uji validitas dan keabsahan pada penelitian kualitatif ini menggunakan beberapa teknik yaitu: (1) Triangulasi, teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. (2) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi (3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu (4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan. (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Gambaran Umum Tempat Penelitian Desa Manis Lor

Manis Lor merupakan sebuah desa yang berada di Kabupaten Kuningan. Luas Desa Manis Lor yaitu 114.991 ha. Desa Manis Lor merupakan desa yang secara keseluruhan berbatasan dengan Desa lainnya. Batas Desa Manis Lor Sebelah barat berbatasan dengan Desa Peusing Kecamatan Jalaksana, Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Garatengah Kecamatan Japara, Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Maniskidul Kecamatan Jalaksana, Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Bandorasa Wetan Kecamatan Cilimus. Secara umum Desa Manis Lor terletak pada ketinggian 500 M dari permukaan laut dengan kontur tanah 0,1% datar, 0,1% berbukit, dan 0,1% berupa lereng. Suhu rata-rata harian mencapai 21 C kelembapan udara mencapai 33 C. Curah hujan di Desa Manislor rata-rata 2.883 mm/tahun. Jarak orbitrasi ke ibu kota kecamatan sejauh 1,5 KM, Jarak ke Ibu Kota Kabupaten 9 KM, Jarak ke Ibu Kota Provinsi 250 KM, dan jarak ke Ibu Kota Negara 360 KM.

Bahasa yang digunakan dalam keseharian masyarakat desa yaitu campuran antara Bahasa Jawa dan Bahasa Sunda dengan dialek Jawa Sunda yang sudah umum digunakan dalam keseharian masyarakat. Perkembangan kependudukan di Desa Manis Lor secara umum dari tahun ketahun selalu menunjukkan peningkatan walaupun tidak signifikan, sampai dengan akhir tahun ini jumlah penduduk Desa Manis Lor sebanyak 4.628 dengan rincian laki-laki sebanyak 2.354 jiwa dan perempuan sebanyak 2.274 jiwa dengan jumlah keluarga sebanyak 1284 Kepala Keluarga dengan rincian jumlah kepala keluarga laki-laki sebanyak 958 dan Kepala Keluarga perempuan sebanyak 326 .

Dilihat dari tingkat pendidikan, penduduk Desa Manis Lor terbagi atas lulusan SD, SLTP, SLTA, D-1, D-2, D-3, S-1, S-2, dan S-3 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4. Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (dalam orang)
1.	Lulusan SD/ sederajat	1.782
2.	Lulusan SLTP/ sederajat	1.332
3.	Lulusan SLTA / sederajat	704
4.	Lulusan D-1 / sederajat	4
5.	Lulusan D-2 / sederajat	3
6.	Lulusan D-3 / sederajat	3
7.	Lulusan S-1	167
8.	Lulusan S-2	5
9.	Lulusan S-3	tidak ada

Segi mata pencaharian penduduk Desa Manis Lor dapat dibagi menjadi tujuh mata pencaharian yaitu sebagai petani, buruh, Pegawai Negeri Sipil, pedagang, karyawan swasta, wiraswasta, dan wirausaha lainnya dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 5. Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (dalam orang)
1.	Petani	815
2.	Buruh	620
3.	PNS	62
4.	Pedagang	462
5.	Karyawan Swasta	190
6.	Wiraswasta	520
7.	Wirausaha lainnya	304

Pembagian wilayah desa dari aspek pemerintahan terdiri atas jumlah dusun, jumlah RW dan jumlah RT dengan rincian sebagai berikut:

Jumlah Dusun : 4 Dusun
 Jumlah RW : 4 RW
 Jumlah RT : 24 RT

Pemerintah Desa Manis Lor saat ini mempunyai perangkat desa sebanyak 10 orang yang terdiri dari Sekertaris Desa berstatus Pegawai Negeri Sipil, Kepala Urusan, Staf Sekertariat dan Rurah dengan Rincian sebagai berikut:

Sekretaris Desa berstatus Pegawai Negeri Sipil	: 1 Orang
Kepala Urusan	: 3 Orang
Staf Sekertariat	: 1 Orang
Rurah	: 3 Orang

Adapun lembaga desa lainnya, baik itu lembaga pemerintahan desa maupun lembaga kemasyarakatan antara lain :

Badan Permusyawaratan Desa (BPD)	: 11 Orang
Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa	: 9 Orang
PKK	: 20 Orang
Karang Taruna	: -
GAPOKTAN	: 30 Orang
Anggota Linmas	: 10 Orang

Hasil Penelitian dan Analisis

Kurun waktu Tahun 2011 merupakan tahun di mana konflik sosial antar umat Islam dan Ahmadiyah terjadi di Desa Manislor. Konflik sosial menyedot perhatian nasional ketika media ramai-ramai memberitakan konflik sosial ini. Bahkan bukan hanya skala nasional saja, dunia internasional pun turut meliput konflik ini sehingga konflik ini diketahui oleh dunia luar terutama Majelis Ahmadiyah Internasional. Dengan adanya konflik tersebut muncul pemahaman dari masing-masing kelompok mengapa konflik ini bisa terjadi hingga menyebabkan konflik yang anarkis. Pemahaman terjadinya konflik yang berujung anarkis, yaitu di Desa Manis Lor secara keseluruhan sama yaitu konflik antara kelompok Islam dan Ahmadiyah.

Perbedaan Paham dan Aqidah Islam

Pasca konflik timbul pemahaman mengenai konflik sosial yang berujung anarkis yang terjadi di desa Manis Lor. Pemahaman itu datang dari dua kelompok yang berbeda yaitu kelompok non Ahmadiyah dan kelompok Ahmadiyah. Pemahaman yang berbeda misalnya berpendapat bahwa sesuai dengan ajaran Qur'an dan sunnah jelas bahwa nabi terakhir adalah Nabi Muhammad tidak ada lagi nabi lain selain beliau, tetapi kaum Ahmadiyah nabinya Nizam Gulam Ahmad, jadi yang jelas mereka mengakui ada lagi nabi itu udah jelas itu sudah bertentangan dengan *alquran*, kalau mereka berpegang dengan *al sunnah* sendiri jelas sudah mengatakan bahwa Nabi Muhammad adalah nabi terakhir. Aqidah merupakan sumber Islam, berbeda aqidah antara Islam dan Ahmadiyah, maka Islamnya Ahmadiyah itu dipertanyakan karena Islam harusnya semuanya sama tidak ada yang berbeda.

Penyimpangan penafsiran yang dilakukan Ahmadiyah pun berdampak pada pola pikir mereka, sehingga bisa mempengaruhi orang dengan logika mereka kepada yang lainnya dengan mempercayai keyakinan mereka. Akhirnya timbul perbedaan tafsir, pernah terjadi diskusi difasilitasi oleh legislatif, DPRD Kuningan, dari sini majelis ulama, mereka juga mendatangkan tokoh-tokoh agama sampai tokoh agama nasional tempatnya di gedung DPRD, mendiskusikan salah

satunya masalah kewahyuan, mereka mempunyai persepsi bahwa wahyu itu sampai sekarang masih turun. Jadi menurut mereka (Ahmadiyah) tidak ada nabi terakhir.

Pemahaman kelompok Non Ahmadiyah Desa Manis Lor pada umumnya berpahaman bahwa konflik ini terjadi hingga anarkis, karena adanya perbedaan paham Islam dan aqidah Islam yang mereka anut. Menurut mereka Ahmadiyah telah menyimpang dari dua hal tersebut. Pertama mengatakan bahwa Nabi terakhir bukanlah Nabi Muhammad melainkan Nizam Gulam Ahmad walaupun tidak membawa syariat yang menurut mereka sudah jelas dijelaskan di dalam Al Quran sebagai kitab suci umat Islam bahwa nabi terakhir yaitu Nabi Muhammad dan salah satu dasar aqidah Islam. Lalu yang kedua yaitu syahadat yang mereka laksanakan, walaupun belum jelas bagaimana syahadat yang mereka lakukan pihak non Ahmadiyah tetap mempertanyakan bahwa syahadat untuk Islam itu hanya satu yaitu sesuai yang dikatakan Rasulullah, yaitu *Asyhadu an-laa ilaaha illallahu wa asyhadu anna muhammadan rasulullah* diluar tersebut bukanlah sesuai ajaran yang Islam ajarkan dikarenakan Ahmadiyah sendiri mempercayai nabi selain Nabi Muhammad. Kedua konsep dasar tersebut merupakan dasar aqidah yang dipegang teguh oleh umat Islam. Dengan berbedanya dasar tersebut maka seseorang tidak bisa dikatakan seorang Muslim atau orang Islam. Hal inilah yang tidak bisa diterima oleh warga Non Ahmadiyah.

Dua konsep di atas berlanjut pada pemakaian nama Islam sebagai agama yang dianut oleh Ahmadiyah. Menurut Non Ahmadiyah pemakaian nama Islam telah menyalahi, karena tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati bersama oleh orang Islam seluruh dunia yaitu dua konsep dasar diatas. Hal-hal tersebut yang dipahami oleh warga Non Ahmadiyah di desa Manis Lor sebagai pemicu konflik tersebut.

Orang-orang muslim secara keseluruhan tidak senang apabila agama mereka dipermainkan terlebih menyangkut dengan hal-hal yang hakiki seperti Nabi terakhir, Al-Quran, dan ajaran mereka. Yang perlu kita garisbawahi bahwa Ahmadiyah merupakan kelompok kecil di Indonesia bahkan di dunia oleh karena itu ketika suatu kelompok kecil, berbeda pendapat dengan kelompok yang lebih besar dengan bersinggungan pada hal-hal yang menurut mereka hakiki, maka akan terjadi kesalahpahaman yang berakibat pada mulainya konflik.

Adanya ketidaksenangan dan menganggap pandangan Ahmadiyah salah ditambah dengan Ahmadiyah merupakan mayoritas di daerah tersebut, maka semakin besar terjadinya konflik tersebut, karena walau bagaimanapun Ahmadiyah menjadi mayoritas hanya di daerah Manis Lor saja tidak secara nasional. Maka kelompok yang minoritas tetapi mayoritas secara nasional akan terus memandang dan secara berani mengatakan itu salah.

Berbicara agama berarti tidak bisa dilepaskan dari identitas bagi seseorang. Agama bagi sebagian besar orang Indonesia merupakan sebuah identitas sosial untuk menunjukkan siapa mereka dihadapan umum, maka tak heran ketika identitas sosial tersebut disalah artikan apalagi menyangkut agama, maka akan terjadi konflik.

Identitas sosial menurut Baron & Byrne adalah definisi seseorang tentang siapa dirinya, termasuk didalam atribut pribadi dan atribut yang dibaginya bersama dengan orang lain, seperti gender dan ras. Menurut Tajfel (1982) identitas sosial adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut. identitas sosial

berkaitan dengan keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga dari keanggotaan suatu kelompok tertentu.²

Agama merupakan bagian dari identitas sosial. Dalam identitas sosial ada yang dinamakan kategorisasi sosial. Turner dan Ellemers mengungkapkan kategori sosial sebagai pembagian individu berdasarkan ras, kelas pekerjaan, jenis kelamin, agama dan lainnya. Kategorisasi sendiri merupakan suatu proses kognitif untuk mengklasifikasikan objek-objek dan peristiwa ke dalam kategori-kategori tertentu yang bermakna (Turner Giles, 1985; Branscombe 1993). Pada umumnya individu-individu membagi dunia sosial ke dalam dua kategori yang berbeda yakni kita dan mereka. Kita adalah ingroup, sedangkan mereka adalah outgroup. Maka kelompok lain sebagai out group dipersepsikan sebagai musuh atau yang mengancam.³

Identitas sosial merupakan suatu kebanggaan dan harga diri bagi sebagian orang. Maka ketika identitas sosial sosial Islam di pakai oleh Ahmadiyah karena perbedaan aqidah dimana perbedaan aqidah tersebut akan memunculkan hal yang negatif bagi islam tak heran konflik ini akan berujung pada hal yang anarkis. Identitas sosial seorang muslim dan Islam di Indonesia dapat dikatakan bagus dan positif, maka tak heran ketika di pakai identitas tersebut kepada suatu kelompok yang berbeda aqidah yang digunakan, maka kelompok yang mempunyai identitas positif pasti akan terganggu karena akan menurunkan harga diri kelompoknya yang sama saja menghinakan kelompok ini, maka tak heran perasaan ketidaksukaan kelompok Islam kepada Ahmadiyah begitu tinggi.

Eksklusifitas kelompok Ahmadiyah

Warga Non Ahmadiyah memandang mereka berbeda dalam menjalankan keseharian ibadahnya. Ahmadiyah tidak mau bersatu dan bersama-sama dalam segala hal termasuk sholat. Responden banyak yang mengatakan bahwa seharusnya apabila benar sesama muslim, kita tidak harus mengkhhususkan di masjid mana kita sholat karena kita sama-sama muslim.

Dari pemaparan di atas, terdapat perbedaan dalam melakukan ibadah yang tidak disenangi oleh warga Non Ahmadiyah. Secara tidak langsung hal ini membuat Ahmadiyah terlihat eksklusif dimata non Ahmadiyah, karena menurut mereka sesama muslim tidak ada yang berbeda sama sekali. Setiap muslim bisa masuk ke dalam masjid manapun tidak ada eksklusifitas bagi semuanya.

Peran Pemerintah yang belum maksimal

Baik Ahmadiyah dan Non Ahmadiyah sama-sama menyoroti bahwa peran pemerintah untuk kasus konflik ini belum maksimal. Kedua belah pihak sama-sama menyoroti bahwa kurangnya peran aktif pemerintah dalam mencegah konflik ini agar tidak muncul.

Pihak Ahmadiyah menyoroti bahwa adanya ketidakadilan yang dirasakan oleh warga Ahmadiyah dari pemerintah karena pemerintah tidak adil dengan mengeluarkan peraturan yang menyudutkan mereka yang berujung pada pemaksaan bagi mereka. Pemerintah daerah membuat aturan PERDA yang pada intinya substansinya menyudutkan kaum Ahmadiyah yang sebenarnya

²DewiKhusnahAmalia, "Identitasosial", diakses dari <http://blog.ub.ac.id/dewikhusnahamalia/2014/01/31/identitas-sosial/> pada tanggal 26 November 2014 pukul 13.00

³DewiKhusnahAmalia, "Identitasosial", diakses dari <http://blog.ub.ac.id/dewikhusnahamalia/2014/01/31/identitas-sosial/> pada tanggal 26 November 2014 pukul 13.00

bertentangan dengan UUD 1945 Pasal 28E dan Pasal 29 dan UU No. 17 Tahun 2013 tentang Organisasi Kemasyarakatan.

Pihak Ahmadiyah merasa bahwa pihak pemerintah tidak tepat menjalankan aturan yang berlaku, sehingga memunculkan masyarakat yang saling menghakimi dan menyalahkan. Apabila pemerintah tegas dan tidak setengah-setengah dalam menjalankan, maka tidak akan terjadi konflik.

Pemerintah dirasakan kurang sensitif terhadap konflik sosial ini. Kasus agama merupakan kasus yang paling rentan dalam memicu konflik sosial hingga berujung anarkis. Agama merupakan kepercayaan yang apabila kepercayaan itu di usik sedikit akan menjadi hal yang besar. Konflik ini bisa hadir karena dari dalam pemerintahan sendiri selain tidak bisa tegas juga adanya tekanan-tekanan lain yang mempengaruhi dari luar, sehingga konflik ini bisa muncul. Pemerintah harus bisa menjadi pelayan dan pengayom masyarakat. Pemerintah harus bisa menjadi sosok yang tegas untuk menjalankan fungsinya dan menjalankan aturan tersebut.

Paksaan terhadap kaum Minoritas

Sudah menjadi hal yang sangat lumrah dan seakan menjadi hukum alam bahwa kaum minoritas atau kaum yang berjumlah kecil harus mengikuti aturan main kaum mayoritas. Kaum minoritas seakan tidak mempunyai kekuatan untuk melawan dan secara perlahan dipaksakan untuk mengikuti apa yang mayoritas kehendaki walaupun itu bertentangan dengan kepercayaan mereka. Aturan yang berlaku yang melindungi kaum minoritas seakan tidak berfungsi ketika kaum mayoritas merasa hal itu mengusik mereka yang berakibat munculnya konflik.

Ahmadiyah merupakan minoritas di Negara ini walaupun menjadi mayoritas di desa Manis Lor, tetapi tetap sebagai minoritas di skala Nasional. Kebebasan mereka untuk menjalani ibadah mereka terkadang terhalang oleh aturan yang membentur mereka. Adapun peraturan yang melindungi mereka sebagai kaum minoritas tetap tidak bisa mendukung mereka sepenuhnya. Walaupun di Desa Manis Lor Ahmadiyah merupakan mayoritas dan tampuk kekuasaan pun dipegang oleh warga Ahmadiyah tetapi pemaksaan kehendak terus dilakukan oleh kaum minoritas di sana.

Kebebasan beragama yang melindungi seseorang untuk bebas beragama di Indonesia dirasakan belum dapat melindungi Ahmadiyah dalam beribadah. Sebagai kaum minoritas Konstitusi maupun Peraturan perundang-undangan pelaksanaannya. Tetapi pada kenyataannya implementasi di lapangan terkadang jauh dari harapan.

Pak Karsidi menambahkan paksaan yang sering diterima oleh kaum Ahmadiyah dari kaum mayoritas dan pemerintahan. Bukan saja kepercayaan mereka tetapi hingga penutupan tempat ibadah.

Pak Karsidi menambahkan bahwa dia menyangkan turunnya Peraturan Gubernur tentang larangan aktivitas jemaah Ahmadiyah, seharusnya dapat sebagai acuan mereka untuk melakukan ibadah.

Menjalankan kepercayaan dan agama tanpa paksaan merupakan hak asasi seseorang. Dengan terus ditekannya hak asasi seseorang dalam menjalankan ibadah agar mengikuti kehendak mayoritas maka lambat laun kaum mayoritas ini akan melakukan sebuah tindakan yang berujung pada munculnya konflik sosial. Ketika hak asasi ditekan dan seseorang tidak leluasa untuk

menjalankannya tetapi dia hidup di negara yang menjunjung hak asasi dan demokrasi, maka akan timbul percikan-percikan berontak dalam diri mereka dan mereka pada akhirnya tidak akan diam saja.

Kecemburuan Sosial

Berkembangnya suatu kelompok yang dikatakan mayoritas disuatu daerah akan menimbulkan efek lain terlebih kelompok yang dikatakan mayoritas tersebut memegang tampuk kekuasaan pemerintah, maka mau tidak mau kelompok yang dikatakan mayoritas tersebut akan lebih dahulu mementingkan kelompoknya dibandingkan kelompok lainnya. hal ini pun yang dirasakan oleh pak Nandang didaerah tempat dia tinggal. Kelompok Ahmadiyah yang memegang pemerintahan dirasakan oleh masyarakat setempat tidak menjalankan pembangunan secara adil. Pengembangan yang dilakukan terus ke daerah yang menjadi mayoritas kelompok Ahmadiyah tinggal. Seperti yang dikatakan Bapak Nandang:

"Wilayah 70% disini adalah pemeluk ahmadiyah. Barat dan selatan ada Ahmadiyahnya tetapi wilayah barat mayoritas penduduknya Ahmadiyah. Desa sendiri terbagi menjadi 28 RT dimana kalo dibagi-bagi 25 RT mayoritas pemeluk Ahmadiyah 2 RT yang benar-benar bersih dari Ahmadiyah dan 1 RT penduduknya memeluk keyakinan yang bercampur ada Amadiyah dan NU. Jadi jelas mana wilayah yg paling pesat yaitu wilayah barat, yaitu wilayah mayoritas Ahmadiyah"⁴.

Pemerataan di daerah selatan dapat dikatakan kurang mendapat perhatian dan hanya mendapatkan sisanya. Hal ini dikarenakan kita sebagai warga non Ahmadiyah dan minoritas tidak memiliki suara dan usulan yang jarang didengar mayoritas suara dipegang oleh Ahmadiyah.

Dari pernyataan di atas, maka terdapat kecemburuan sosial yang terjadi antara kaum minoritas terhadap kaum mayoritas. Di mana hak-hak mereka sebagai warga negara tidak berjalan dengan semestinya dan keinginan mereka untuk hidup layak dan menempati tempat layak merupakan hak dari warganegara yang belum dapat sepenuhnya mereka rasakan.

Pandangan Negatif terhadap suatu Kelompok dan Perbedaan Kepentingan Kelompok

Sebagai daerah dengan masyarakat yang plural dan dihuni oleh dua kelompok maka secara tidak langsung akan menimbulkan pandangan-pandangan baik positif maupun negatif terhadap suatu kelompok. Pandangan-pandangan ini lah yang bisa memicu konflik sosial apabila terdengar oleh kelompok yang berseberangan dengan kelompok lain. Pandangan negatif terutama akan memicu terjadinya konflik tersebut.

Pandangan negatif pada suatu kelompok ada dasarnya sering terjadi pada suatu wilayah yang beragam. Pandangan-pandangan tersebut tidak bisa kita cegah karena pandangan tersebut muncul berdasarkan pemikiran mereka terhadap suatu peristiwa atau objek. Kedua belah kelompok saling memiliki pandangan tersendiri dan berbeda juga cenderung negatif terhadap satu kelompok dengan kelompok lainnya. Pandangan non Ahmadiyah menyatakan bahwa Ahmadiyah ini sesat sedangkan pandangan Ahmadiyah bahwa non Ahmadiyah ini terlalu memaksakan kehendak. Dengan munculnya perbedaan kepentingan kelompok muncul dalam pemahaman

⁴Wawancara dengan Bapak Nandang 21 Agustus 2014

terjadinya konflik sosial. Oleh karena itu, kepentingan dari dua kelompok berbeda satu dengan lainnya, kelompok Non Ahmadiyah mempunyai kepentingan untuk meluruskan aqidah yang salah tersebut selain itu kepentingan lainnya, yaitu ingin agar masyarakat desa yang menetap berbaur satu sama lainnya sebagai warga desa baik dalam acara keagamaan atau acara desa. Kepentingan lainnya bahwa kelompok Non Ahmadiyah ingin menanggalkan nama Islam yang disandang oleh Ahmadiyah untuk dilepas dan tidak memakai nama Islam. Kepentingan lainnya bahwa kelompok Non Ahmadiyah ingin bahwa suara mereka didengar dan dijadikan sebagai pertimbangan dalam memajukan desa mereka serta kesetaraan dalam mendapatkan hak mereka. Begitu pun dari kaum Ahmadiyah memiliki kepentingan sendiri, yaitu mereka ingin diakui oleh yang lainnya sebagai Islam. Selain itu mereka pun ingin mempunyai hak yang sama dengan warga yang lain terutama di daerah desa Manis Lor di mana pemisahan sangat susah dilakukan disana.

Peran Media Massa

Konflik yang terjadi di Manis Lor tidak lepas dari pemberitaan yang diberitakan oleh media. Media sejatinya memberitakan apa yang menurut mereka penting dan juga mempunyai nilai berita yang dapat mereka sampaikan. Terkadang pemberitaan pun akan membawa dampak yang tidak diinginkan dan juga tidak semua berita yang disampaikan adalah sesuai dengan fakta yang terjadi. Media dewasa ini sering memberitakan berita yang terkadang dilebih-lebihkan agar nampak menarik.

Terkait dengan media yang melebih-lebihkan berita, konflik yang terjadi di Manis Lor pun sempat menjadi sorotan karena pemberitaan yang tidak sesuai dengan fakta dan dilebih-lebihkan, yang berakibat memperkeruh suasana sehingga memicu konflik yang lainnya. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Janu dan Bapak Didin sebagai responden yang pada intinya mengatakan bahwa media massa seringkali pemberitaannya memicu kemarahan pihak lain dan di luar yang semestinya. Kemudian media yang meliput juga nasional dan nasional yang tidak berimbang pemberitaannya, jadi cenderung berdasarkan kepentingan media tersebut. Selanjutnya peran media ini sangat dalam mengangkat kasus ini saat ini lebih intens dan terkesan agresif, maka nampaknya kasus itu baru ada saat ini, padahal sebenarnya sudah lama itu ada. Bahkan warga menganggap media ini "jahat" dan tidakimbang pemberitaannya, karena tidak pernah ada konfirmasi kebenaran berita sebelumnya.

Burhan Bungin (2008:85) mengatakan bahwa media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Selanjutnya juga sebagai media edukasi dan media informasi, yang akan berperan mencerdaskan masyarakat dengan informasi yang terbuka dan jujur, yang pada gilirannya masyarakat akan menjadi masyarakat informatif yang dapat menyampaikan informasi dengan jujur kepada media massa. Terakhir media massa sebagai media hiburan.

Berbicara mengenai efek media, efek yang timbul akibat pemberitaan dengan implikasi memperkeruh suasana dan individu yang merasa dirugikan seperti di atas merupakan efek media yang tidak terencana dalam tipologi waktu yang cepat. Oleh karena itu, dalam waktu yang sama efek-efek media massa sulit dikendalikan oleh media itu sendiri, bahkan tak terkendali sama sekali. Namun efek itu telah merusak kontrol sosial, sistem-sistem sosial, sistem budaya, pandangan hidup dan konsep realitas orang, sampai dengan gagasan-gagasan menciptakan budaya-budaya baru

yang merusak peradaban umat manusia. (Bungin, 2008:320-321). Dengan pemberitaan yang salah terhadap konflik di atas, maka tingkat kekuatan dan kerusakan sosial yang diakibatkan oleh media massa ada pada tahap satu dimana efek tersebut dapat merusak pada tatanan fisik dan perilaku individu yang berdampak pada perilaku kelompok dan masyarakat. Efek ini terlihat dengan berbagai perilaku mulai dari menolak, menahan diri, sampai dengan perilaku menerima. Adapun efek emosional seperti ketakutan, pobia, sampai dengan efek melawan (Bungin, 2008:321). Efek yang muncul pada kasus konflik Ahmadiyah di atas yaitu adanya ketakutan, pobia akan terjadinya konflik itu kembali, sehingga masyarakat di sana begitu hati-hati, menolak dengan halus, dan menahan diri dalam berbicara agar tidak ada yang tersinggung. Oleh sebab itu, agar tidak terjadi lagi Subiakto, 2006 (dalam Bungin, 2008:86) mengatakan secara lebih spesifik peran media massa saat ini lebih menyentuh persoalan-persoalan yang terjadi dimasyarakat secara aktual dengan lebih spesifik dan proporsional dalam melihat sebuah persoalan. Media massa harus fokus pada realitas masyarakat, bukan pada potret kekuasaan yang ada dimasyarakat itu, sehingga informasi tidak menjadi propaganda kekuasaan, potret figur kekuasaan. Media massa juga harus menjadi *early warning system*, hal ini terkait dengan media massa sebagai media informasi sekaligus harus lebih menyoroti aspek fundamental dari peristiwa tersebut.

Dari penjelasan di atas, maka kita ketahui bahwa media sangat berperan penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Lalu bagaimana apabila media massa melakukan kesalahan. Seperti penjelasan yang telah diberikan oleh informan bahwa media massa saat memberitakan kejadian konflik yang terjadi, cenderung memperkeruh suasana dan juga memberitakan tidak sesuai fakta, walaupun pada akhirnya dengan adanya peran media massa kasus ini dapat diketahui oleh khalayak dan membuat khalayak mengetahui. Di sinilah peran Pemerintah dan masyarakat itu sendiri untuk melakukan koreksi dengan memberikan informasi yang sebenar-benarnya atas peristiwa tersebut.

Dari pernyataan narasumber diketahui bahwa pemahaman narasumber mengenai terjadinya konflik yang anarkis dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Adanya perbedaan paham Islam dan Aqidah Islam.
2. Adanya eksklusifitas kelompok Ahmadiyah.
3. Adanya peran pemerintah yang belum maksimal.
4. Adanya paksaan terhadap kaum minoritas.
5. Adanya kecemburuan sosial.
6. Adanya pandangan negatif dan perbedaan kepentingan kelompok
7. Adanya peran Media.

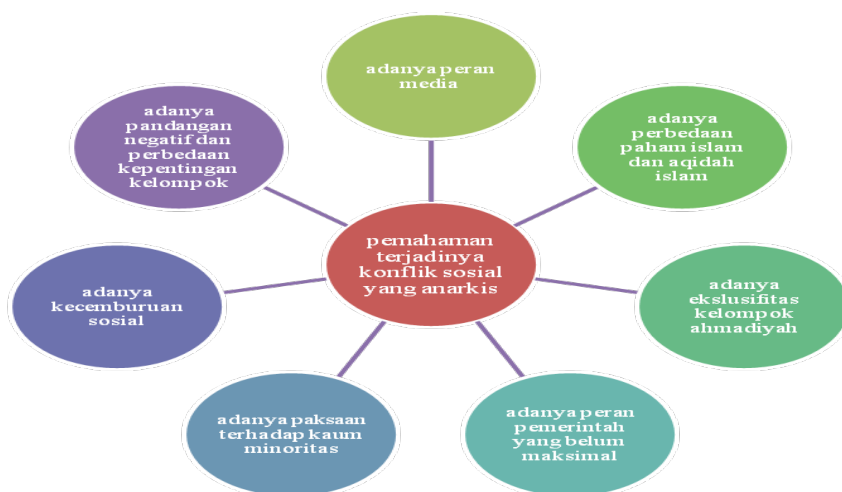


Diagram 1. Diagram Klasifikasi Pemahaman terjadinya konflik sosial yang anarkis

Faktor-faktor yang Memengaruhi Terjadinya Konflik Sosial yang Anarkis

Konflik sosial bisa terjadi kapan saja, dimana saja, dan dengan alasan yang sangat biasa. Perbedaan cara pandang yang dimiliki oleh setiap orang membuka peluang terjadinya gesekan-gesekan dalam kehidupan bermasyarakat. Gesekan tersebut jelas tak bisa dihindari sepenuhnya. Namun tak menutup peluang untuk diminimalisir agar mengurangi peluang terjadinya korban materi dan jiwa.

Oleh karena konflik di masyarakat merupakan sesuatu yang tak bisa dielakkan, maka yang perlu diketahui bukanlah apakah konflik itu ada atau tidak ada, tapi bagaimana intensitas dan tingkat kekerasannya, dan dalam bentuk apa konflik itu, apakah menyangkut masalah fundamental atau isu-isu sekunder, bertentangan tajam atau sekadar perbedaan pandangan.

Intensitas konflik menunjuk pada tingkat pengeluaran energi dan keterlibatan dari pihak-pihak (kelompok-kelompok) yang berkonflik, sedangkan kekerasan konflik menyangkut alat/sarana yang digunakan dalam situasi konflik, mulai dari negosiasi hingga saling menyerang secara fisik. Konflik antar kelompok yang menyangkut masalah *prinsip dasar* (fundamental) akan menimbulkan pertentangan antar kelompok yang lebih serius dibandingkan bila masalahnya sekadar bersifat sekunder atau dinilai tak penting.

Teori Konflik telah diulas dan dikembangkan oleh banyak sosiolog. Mereka, antara lain, adalah Karl Marx, Ralf Dahrendorf, George Simmel, dan Lewis Coser.

Karl Marx melihat masyarakat manusia sebagai sebuah proses perkembangan yang akan menyudahi konflik melalui konflik (Campbell, 1994:134). Campbell (1980:48) fenomena sosial seharusnya *secaraprinsepil* tidak berbeda dari pendekatan yang dipakai untuk fenomena alamiah atau non-sosial. Realitas sosial bisa dipelajari secara ilmiah dan ilmu pengetahuan harus menangani perangkat-perangkat generalisasi kausal yang saling berkaitan secara tetap, sehingga menjelaskan sebuah fenomena yang terdiri dari variabel penyebab dan akibat.

Talcott Parsons dalam (Susetiawan, 2000:218), memandang konflik itu sebagai bentuk sosial, yang dengan menggunakan konsep sosialisasi yang menimbulkan ketegangan dan pertentangan itu dapat menjelaskan konflik. Konflik juga berlangsung sebagai akibat dari interaksi antar individu dan individu dengan kelompok individu yang lebih besar.

Konflik dapat menjadi sesuatu yang positif maupun negatif. Menghindari konflik sangat tidak mungkin dilakukan. Oleh karena itu, kita harus memahami beragam faktor yang dapat menimbulkan konflik, dengan demikian, minimal kita memiliki gambaran mengenai hal-hal yang dapat menimbulkan konflik sehingga kita dapat menghindari terjadinya hal tersebut dengan membentuk konsep-konsep pertahanan tersendiri.

Dalam penelitian ini, Peneliti melihat faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya konflik sosial di Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. Dari hasil penelitian di lapangan, didapatkan tiga faktor yang memengaruhi terjadinya konflik sosial yang anarkis, seperti yang tertera pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Faktor Pengaruh Konflik Sosial Anarkis

No.	Faktor yang memengaruhi terjadinya konflik sosial yang anarkis
1.	Faktor Kebijakan Pemerintah
2.	Faktor Kemunculan Provokator
3.	Faktor Pemberitaan Media Massa

Faktor Kebijakan Pemerintah

Terjadinya konflik di dalam masyarakat banyak sekali penyebabnya. Hal apa pun, dapat memicu terjadinya konflik. Mulai dari isu SARA, ketimpangan ekonomi, sifat yang selalu merasa benar, serta pikiran masyarakat yang kurang terbuka dan sering memaksakan kehendak juga kerap membuka peluang terjadinya konflik di masyarakat.

Kebijakan pemerintah ternyata juga menjadi salah satu penyebab terjadinya konflik di dalam masyarakat. Perbedaan kebijakan yang dikeluarkan oleh setiap pemerintahan yang ada juga turut memengaruhi keadaan masyarakat. Tak sedikit konflik terjadi karna kebijakan pemerintah yang dianggap tidak memihak pada salah satu kelompok. Padahal kepentingan setiap kelompok yang ada di Indonesia memiliki banyak sekali perbedaan yang tidak mungkin dilakukan penyesuaian untuk masing-masing kelompoknya.

Pemerintah hendaknya jeli melihat isu-isu yang dapat menimbulkan konflik untuk kemudian dicarikan caranya agar sensitifitas masyarakat tentang sesuatu hal tersebut dapat berkurang. Dalam hal ini, hendaknya pemerintah harus sering-sering melakukan penelitian dan melakukan pendekatan yang lebih baik dengan tokoh-tokoh atau pemimpin kelompok-kelompok yang terbentuk di dalam masyarakat. Dengan demikian, pun jika masih ada gesekan-gesekan yang terjadi, tentu masih bisa diatasi dengan cara yang baik tanpa harus menelan korban atau tanpa jalan yang anarkis. Konflik juga dapat terjadi salah satunya karena ternyata ada perlakuan pemerintah yang berbeda terhadap kelompok-kelompok yang ada.

Tak disangka pula, perbedaan besar yang terjadi di Indonesia setelah zaman Orde Baru juga menjadi faktor pemicu terjadinya konflik sosial di masyarakat. Masyarakat yang di masa Orde Baru biasa tutup mulut ketika berhadapan dengan hal-hal yang tidak sesuai aturan, di masa reformasi justru mulai berani banyak berbicara untuk menyampaikan pendapat. Tak jarang, pada awalnya banyak yang ingin selalu memaksakan pendapatnya untuk menjadi yang paling benar dan paling pantas untuk di dengar.

Kebijakan pemerintah di masa reformasi membuat masyarakat banyak berbicara, banyak meminta, dan serentak ingin diberi perhatian yang besar. Semua permintaan ini datang serentak, dari semua lapisan masyarakat yang ada, yang pemenuhan dan jawabannya pun tak mungkin bisa serentak diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat. Setiap hal harus dipikirkan matang-matang oleh pemerintah, tak semudah membalikkan telapak tangan. Kebanyakan masyarakat menjadi tidak sabar untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan mereka. Perbedaan kepentingan ini memicu timbulnya gesekan-gesekan di masyarakat. Hendaknya segala bentuk kebijakan tersebut dapat dikomunikasikan oleh pemerintah dengan cepat kepada masyarakat, sehingga dapat menghindari konflik sosial. Memang akan sulit pada awalnya, namun seiring berjalannya waktu masyarakat akan mengikuti ritme dan perlahan dapat menyesuaikan diri.

Faktor Kemunculan Provokator

Terjadinya konflik sosial di dalam masyarakat juga dapat disebabkan oleh munculnya provokasi dari luar kelompok tertentu yang ada di dalam masyarakat. Menurut kamus besar bahasa indonesia, provokasi adalah perbuatan untuk membangkitkan kemarahan; tindakan menghasut; penghasutan; pancingan⁵. Provokasi sering mengajak kepada suatu keburukan yang menyebabkan kemarahan, sehingga konflik sosial dapat muncul. Seorang provokator (orang yang melakukan provokasi) bisa saja muncul dengan membawa informasi yang tidak dapat dipastikan kebenarannya. Sebagai masyarakat hendaknya kita dapat menyaring setiap informasi yang didapat terlebih dahulu, sebelum menjadikan informasi tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam memutuskan sesuatu. Orang yang diprovokatori oleh orang lain, terkadang merasa tidak sadar atas apa yang sedang terjadi di hadapannya. Permasalahan yang harusnya tidak ada malah akhirnya terjadi setelah mendapat provokasi dari orang lain.

Terhadap beragam permasalahan yang terjadi pun, para provokator sering mengait-ngaitkan sesuatu dengan sesuatu yang lain yang tidak berhubungan dengan permasalahan yang ada. Provokasi banyak memberi dampak buruk bagi kita. Dampaknya tak akan bisa lagi terelakkan, jika memang jumlah orang yang terprovokatori menjadi banyak pula. Ditambah pula dengan kemampuan sang provokator yang cukup pandai dalam menyampaikan pesan-pesannya, dapat membuat konflik sosial mudah sekali terjadi di masyarakat.

Provokator umumnya tidak pernah memikirkan dampak dari perbuatan mereka. Satu hal yang mereka inginkan adalah membuat kerusuhan sehingga dengan begitu mereka mendapatkan keuntungan. Isu-isu agama kerap menjadi topik konflik sosial yang terjadi akhir-akhir ini. Perbedaan agama pimpinan, kesalahan cara beribadah calon pemimpin, bahkan latar belakang pendidikan dan kebiasaan buruk pimpinan pun menjadi bulan-bulanan masyarakat. Provokasi tidak akan membawa kita pada suatu kebaikan atau pun penyelesaian masalah. Kemungkinan besar yang bisa terjadi malah timbulnya konflik baru di tengah kehidupan kita.

⁵Kamus Besar Bahasa Indonesia

Faktor Pemberitaan Media Massa

Media massa memiliki beragam fungsi, diantaranya fungsi edukasi dan informasi. Media massa hendaknya terbebas dari beragam kepentingan. Namun saat ini, media tidak dapat sepenuhnya seperti itu. Media massa sudah menjadi lahan bisnis. Media massa juga memiliki fokus pada pencapaian hasil yang dituntut oleh perusahaan. Selain itu, media massa juga terikat pada kepentingan pemilik perusahaan. Semua hal di atas membuat media tak mampu lagi menjalankan fungsi informatif dan edukatif-nya dengan baik.

Perkembangan media massa saat ini melejit pesat. Media massa muncul dengan standar nasional dan juga lokal, bahkan komunitas. Media massa dapat memberi informasi apa saja kepada masyarakat sesuai dengan ideologi yang dianut oleh masing-masingnya. Tak jarang media massa juga mengirim pesan-pesan tertentu yang dapat menimbulkan konflik sosial di masyarakat. Media massa terkadang tidak dapat mengontrol pemberitaan sepenuhnya, karena memang tak banyak lagi media massa yang memiliki ideologi yang baik. Kebanyakan malah bahkan hanya memikirkan popularitas saja.

Efek dari pemberitaan media memang memberi dampak yang besar. Baik buruknya dampak tersebut tergantung kepada hal apa saja yang menjadi topik pemberitaan. Jika isu agama (SARA) dan isu-isu sensitif lainnya diangkat menjadi berita di sebuah media massa, jangan lupa untuk tidak membuat tulisan yang bersifat mengadu-domba kepentingan-kepentingan kelompok yang dapat memicu terjadinya konflik.

Dari pernyataan di atas, kita dapat tahu bahwa keberadaan media massa saat ini justru malah dapat menimbulkan konflik sosial. Dulu, sebelum menjamurnya keberadaan media massa seperti saat ini, justru kita dapat menjadi lebih aman dan nyaman dalam hidup bermasyarakat.

Media massa pada dasarnya tidak dibuat untuk merusak, walaupun memang jika disalahgunakan, media massa bisa saja memberi pengaruh yang buruk bagi masyarakat. Media massa memang sudah ada sejak dahulu, namun perkembangan munculnya media-media baru dalam jumlah yang sangat besar akhir-akhir ini ternyata juga dapat memicu terjadinya konflik sosial. Media massa harus lebih berhati-hati dalam menyampaikan sebuah berita.

Begitu pun pemerintah, hendaknya harus menjalankan fungsi kontrol semaksimal mungkin agar media massa tidak dapat berbuat sesukanya terhadap pengetahuan masyarakat. Masyarakat juga harus mampu menyaring pemberitaan yang ada. Jangan mudah terhasut dengan beragam pemberitaan yang mengandung pesan yang dapat menimbulkan konflik. Masyarakat harus jeli melihat dan menelaah informasi. Masyarakat harus lebih cerdas dalam memberi pandangan terhadap sebuah permasalahan. Jangan mudah terbakar emosi, berkesimpulan, dan mengambil sikap yang tidak pantas terhadap pemberitaan.



Diagram 2. Diagram Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya Konflik Sosial yang Anarkis

Kesimpulan

1. Pemahaman informan mengenai terjadinya konflik yang anarkis dapat diklasifikasikan sebagai berikut :
 - a. Adanya perbedaan paham Islam dan Aqidah Islam.
 - b. Adanya eksklusifitas kelompok Ahmadiyah.
 - c. Adanya peran pemerintah yang belum maksimal.
 - d. Adanya paksaan terhadap kaum minoritas.
 - e. Adanya kecemburuan sosial.
 - f. Adanya pandangan negatif dan perbedaan kepentingan kelompok.
 - g. Adanya peran Media.
2. Faktor yang mempengaruhi terjadinya konflik sosial yang anarkis: kebijakan pemerintah, kemunculan provokator, dan pemberitaan media massa.
3. Model resolusi komunikasi dalam menyelesaikan konflik sosial di kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat sebagaimana bagan terlampir.

Saran-Saran

1. Pemerintah Pusat perlu segera melakukan revisi terhadap SKB tiga Menteri, termasuk penyesuaian terhadap perkembangan yang selalu terjadi.
2. Pemerintah Kabupaten Kuningan segera menambah secara kuantitas ruang-ruang publik, yang dapat menampung aspirasi serta wadah diskusi dari komunitas-komunitas yang ada dengan komprehensif.
3. Pemerintah Kabupaten Kuningan perlu membuat kebijakan dengan melibatkan tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh pemuda, Media dalam setiap aktivitas untuk meng-*counter* segala bentuk propaganda dan agitasi serta segala intrik yang dapat menimbulkan perpecahan.

Daftar Pustaka

- Campbell, Tom. 1994. *Tujuh Teori Sosial Sketsa, Penilaian, Perbandingan*. Jakarta: Kanisius.
- Coser, Lewis A. 1956. *The Function of Social Conflict*. New York: The Free Press.
- _____.1967. *The Study of Social Conflict*. The Free Press. New York.
- Dahrendorf, Ralf. 1959. *Class and Class Conflict in Industrial Society*. Stanford University Press, California.
- _____. 1968. *Easy in the Theory of Society*. Standorf, Calif : Standorf University Press.
- _____.1986. *Konflik dan Konflik dalam Masyarakat Industri, Sebuah Analisa Kritik*. (terjemahan). Jakarta: Cv. Rajawali.
- Garna, Judistira K. 1990. *Antropologi-Sosiologi Di Indonesia dan Malaysia, Teori Pengembangan dan Penerapan*. Malaysia: Universitas Kebangsaan Malaysia.
- _____.1992. *Teori-Teori Perubahan Sosial*. Bandung: Pascasarjana Unpad.
- Johnson Doyle Paul. 1990. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern 1&2*.(Terjemahan) Robert MZ. Lawang. Jakarta: Gremedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Parson, Talcott. 1964. *The Social System*. New York:The Free Press.
- Poloma, Margaret.M.1994. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Pozzolini, A. 2006. *Pijar-Pijar Pemikiran Gramsci*.(Terjemahan). Yogyakarta: Resist Book.
- Pruitt, Dean G. & Jeffry Z. Rubbin. 2004. *Teori Konflik Sosial* (Penerjemah: Nelly P. Soetjipto & Sri Mulyantini S.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 1999. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, George. 1992. *Sociological Theory*. Singapore: McGraw-Hill.Inc
- Robbins, Stephen, P.1996. *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- _____.1984. *Contemporary Sociological Theory*. New York: Alfred A. Knopf.
- Sears, David. O. Dkk. 1985. *Psikologi Sosial (Jilid I)*. Jakarta: Erlangga.
- Sihbudi, R. Dan M. Nurhasim. 2001. *Kerusuhan di Indonesia: Studi Kasus Kupang, Mataram, dan Sambas*. Jakarta: Grasindo
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1985. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Soekanto, Soerjono. 1984. *Teori Sosiologi Tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- _____.1988. *Sosiologi. Suatu Pengantar*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Susetiawan. 2000. *Konflik Sosial: Kajian Sosiologis Hubungan Buruh, Perusahaan dan Negara di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wexley, Kennet & Gary A. Yukl. 1988. *Perilaku Organisasi dan Psikologi Personalialia*. Jakarta: Citra Aditya Bhakti.

Zalman, G., P. Kotler, and I. Kaufman. 1972. *Creating Sosial Change*. New York: Holt, Rinehart, and Winston, Inc.

Referensi lain:

Badan Pusat Statistik RI

www. Kompas. Com.

Kementerian Dalam Negeri

The Wahid Institute Pemprov Jabar.Go.id

INDEKS

A

Agile 39
altruistik 101
analisa deskriptif 109, 113
Analisa kebijakan 110
analog 49, 50, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63,
64, 65, 66, 69, 70, 71
ARPU 2
Arsitektur 80
Aspek Pemanfaatan 131, 134

B

backbone 124, 135
backhaul 135
backlog 139
bisnis 2, 4, 5
brand 3, 4
browsing 85, 122

C

CDMA 2, 13
city 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48
conformity 102
converter 50
cost center 134, 135
coverage 50

D

Data Center 44, 46
Data Display 157
Daya saing 112

demand 135
demokratisasi 94, 97, 100, 103
Desentralisasi 102
deskriptif 109, 113, 115
digital 124, 125, 127, 129, 131
digital divide 64
dinamika konflik 144
disparitas 123
Dissemination 88
diversity 63
dunia maya 29

E

Eclipse 78, 79
e-commerce 85, 87, 88, 92
emisi 38, 40
empiris 114

F

Fiber Optic 128
fishbone 52
Free To Air 49
frekuensi radio 49, 63
Fujisawa 40
FWA 9

G

gaya hidup 3, 12
Global Positioning System 73, 74, 75
government 126, 138
GSM 2, 13

H

heterogenitas 54
high definition 54
humanistik 105

I

indikator 5, 6, 7
industri 2, 3
infrastruktur 23,33
inovator 40
Insights 39, 48
integrasi 39, 40, 45, 46, 47, 48
interference 49
internet 59, 70

J

Jasa Titipan 108, 110, 117, 121
Jurnalisme 93

K

kanal 49, 59, 61, 64, 66
keagenan 107, 110, 111, 117, 120, 121
Kelembagaan 116
kematangan 37, 38, 39, 40, 43, 44, 45, 46, 47, 48
kesiapan 51, 55, 60, 61, 64, 63, 69
keuangan 57, 58
key informan 160
kompetitif 2, 3
konsumen 2, 3, 4, 5
kontribusi 16
konvergensi 49, 56, 57, 59, 60, 70, 74, 75
Korelasi 6
Kota Berkelanjutan 45
kualitatif 60, 62, 64, 67, 69, 72, 73
kuantitatif 65
kuesioner 5, 6, 7

L

latitude 75, 77, 78
literatur 5
lithium 40
logistik 107, 110, 111, 116, 117, 121, 122
longitude 75, 77, 78
loyalitas 1

M

Managed 39
Marketing 4, 11, 13
master plan 40, 45, 46
maturity 37
m-commerce 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92
merek 104
merger 3
middleware 66
Migrasi 50, 60, 65, 67, 68, 69
Mix 4, 11, 12, 13
mobilitas 10, 11
Model 3, 4, 6, 13

N

nirkabel 88

O

operator 119
opini publik 93, 94
opportunistic 40
optimistik 101
Optimized 39

P

Palapa Ring 124
pangsa pasar 112
paradigma 107
Pearson 6

- perdagangan 85, 88
Personalization 88
 perspektif 97
 Perubahan Sosial 147, 148, 171
 petisi 152
 pitalebar 126
place 4, 5
platform 38, 39, 40
postpositivisme 95
 preferensi 3, 10
 preskripsi 110
 preventif 70
Price 5, 13
 primer 1, 5
product 4
profitabilitas 112
Promotion 5, 13
 purposif 114
 purposive 156
- Q**
 QoS 1
- R**
 reabilitas 6
Reachability 88
 Reduksi data 157
repeatable 39, 40
 resolusi konflik 153, 154
 responden 164
 restrukturisasi 121
return channel 60
 RICE 3
roadmap 49
- S**
satisficing 52
 SDM 50, 53, 55, 70
 sekunder 149, 166
- Seluler 1, 742, 8, 9, 13
 sensor 78, 78, 83
set top box 50, 54
simulcast 49
Smart Energy 40
smartphone 73, 74, 75, 76, 79, 80, 83
 SMS 111
 sosio teknik 51, 52
 spektrum frekuensi 49, 59, 63
 SPSS 6, 7
 strategi 5, 13
supply 126, 135
 surat elektronik 107, 110, 111, 117, 121
sustainable city 40, 41
Switch Off 71
- T**
 tabulasi 6
 tata kelola 16, 17, 18, 19, 25, 27, 28, 30, 33, 34
 teknologi 15, 16, 19, 32
 teledensitas 2
 telekomunikasi 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12
 Teori Konflik 145, 147, 148, 149, 152, 166, 171
 Terrestrial 49, 72
 TIK 51
tools 78, 84
tower 124
Town 40
 Transportasi 44
traveling 73
 Triangulasi 157
 TV digital 49, 50, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 66, 67, 70, 71
- U**
Ubiquity 88
Usecase Diagram 80

V

validasi 6

variabel 4, 5, 6, 12

verifikasi 131, 132

W

wireless 9

wireless broadband 85

**Kerjasama Pusat Litbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika
Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
Kementerian Komunikasi dan Informatika RI
dengan Penerbit Media Bangsa Jakarta**

ISBN 9786027363304



9 786027 363304