

IPTEK-KOM

Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi



BALAI PENGEMBANGAN SDM DAN PENELITIAN
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (BPSDMP KOMINFO)
YOGYAKARTA 2019

IPTEK-KOM

Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi

SUSUNAN REDAKSI

Pelindung

Kepala Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian
Komunikasi dan Informatika (BPSDMP Kominfo) Yogyakarta

Editor in Chief

Drs. Nur Zaini, MA – Studi Komunikasi dan Media, BPSDMP Kominfo Yogyakarta

Section Editor

Dr. Daru Nupikso, MPA	Kebijakan Publik, BPSDMP Kominfo Yogyakarta
Darmanto, SPd., MPA	Kebijakan Publik, BPSDMP Kominfo Yogyakarta
Inasari Widiyastuti, ST., MT	Ilmu Informasi, BPSDMP Kominfo Yogyakarta
Novian Anata Putra, S.I.Kom., MA	Studi Komunikasi dan Media, BPSDMP Kominfo Yogyakarta
Vieka Aprilia Intanny, ST., M.Eng	Ilmu Informasi, BPSDMP Kominfo Yogyakarta
Maria Dolorosa Kusuma Perdani, ST., M.Eng	Ilmu Informasi, BPSDMP Kominfo Yogyakarta

Reviewers

Prof. Dr. Heddy Shri Ahimsa Putra, MA	Ilmu Budaya, UGM, Indonesia
Dr. Sugeng Bayu Wahyono, MSi	Sosiologi Komunikasi, UNY, Indonesia
Fathul Wahid, ST., MSC., PhD	Teknologi Informasi, UII Yogyakarta, Indonesia
Dr. Basuki Agus Suparno	Ilmu Komunikasi, UPN "Veteran" Yogyakarta, Indonesia
Ir. H. Widyawan, M.Sc., PhD	Sistem dan Sumber Daya Informasi, UGM, Indonesia
Ir. Lukito Eddy Nugroho., MSc., PhD	Teknologi Informasi, UGM, Indonesia
Dr. tech. Khabib Mustofa, S.Si., M.Kom	Teknologi Informasi, UGM, Indonesia
Dr. Phil. Hermin Indah Wahyuni, SIP., MS	Komunikasi dan Media, UGM, Indonesia
Drs. I Gusti Ngurah Putra, MA	Komunikasi dan Media Massa, UGM, Indonesia
Drs. Ana Nadhya Abrar, MES., PhD	Kebijakan Komunikasi, UGM, Indonesia
Dr. Agus Pramusinto, MDA	Kebijakan Publik, UGM, Indonesia
Prof. Dr. Wahyudi Kumorotomo, M.Hum	Kebijakan Publik, UGM, Indonesia
Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS, AC.Ak	Sistem Informasi, STIE YKPN, Indonesia

Copy Editor

Ratna Dibyaningtyas M, S.Sos., MA

Layout Editor

Novian Anata Putra, S.I.Kom, MA

Subscription Manager

Agus Prabowo, SKom., MCS

Journal Managers

Inasari Widiyastuti, ST., MT
Vieka Aprilia Intanny, ST., M.Eng

Secretariat

Pandri Pratiwi, SE
Widarto

Diterbitkan Oleh

Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP Kominfo) Yogyakarta
Badan Litbang SDM, Kementerian Komunikasi dan Informatika

Alamat Redaksi

Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP Kominfo) Yogyakarta
Jl. Imogiri Barat Km.5, Yogyakarta 55187, Telp/Fax. 0274-375253
email: jurnaliptekom@gmail.com, iptekom@mail.kominfo.go.id
website: <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/iptekom/index>

IPTEK-KOM

Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi

DAFTAR ISI

Tata Kelola Institusi, Teknologi, dan Manusia: Bagaimana Pemerintah Daerah Menangani Komponen Smart City (<i>Institutional, Technology, and Human Governance: How Local Governments Manage the Smart City's Components</i>) <i>Inasari Widiyastuti</i>	93 - 108
Studi Eksperimen Peningkatan Literasi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah (<i>Experimental Study to Improve Social Media Literacy for Local Government Public Relations</i>) <i>Vieka Aprilya Intanny, Novian Anata Putra</i>	109 - 122
Perbandingan Paradigma Otoritarianisme dan Demokrasi dalam Regulasi Media Massa di Indonesia (<i>Comparing Authoritarianism and Democracy Paradigm in Mass Media Regulations in Indonesia</i>) <i>Puji Rianto</i>	123 - 138
Respon Pengguna Twitter terhadap Regulasi Pengendalian Akses Ponsel Ilegal melalui Validasi IMEI (<i>Twitter User's Response to Regulation of Contraband Cell Phone Access Control through IMEI Validation</i>) <i>Cut Medika Zelatifanny</i>	139 - 154
Strategi Komunikasi <i>Crowdfunding</i> melalui Media Sosial (<i>Crowdfunding Communication Strategy through Social Media</i>) <i>Ferdiza Barthelemy, Irwansyah</i>	155 - 168
Kecenderungan Isi Sistem Informasi Desa di Kabupaten Gunungkidul (<i>Village Information System Content Trends in Gunungkidul Regency</i>) <i>Evi Nilawati</i>	169 - 184

EDITORIAL

Jurnal IPTEK-KOM Volume 21, No. 2, edisi Desember 2019 menurunkan 6 artikel, satu di antaranya di bidang informatika, dan selebihnya adalah isu komunikasi. Sebagai artikel pembuka berjudul, “Tata Kelola Institusi, Teknologi, dan Manusia: Bagaimana Pemerintah Daerah Menangani Komponen *Smart City*”, ditulis oleh Inasari Widiyastuti. Artikel ini merupakan studi konseptual membahas tentang bagaimana pemerintah daerah, kabupaten dan kota, mengelola komponen tata kelola institusi, teknologi, dan manusia berdasarkan konsep yang berkembang. Pemerintah Daerah belum memiliki kepedulian tinggi terhadap penggunaan kecenderungan data dan merangkul masyarakat untuk mengelola daerah.

Artikel kedua berjudul “Studi Eksperimen Peningkatan Literasi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah” yang ditulis oleh Vieka Aprilya Intanny dan Novian Anata Putra. Tulisan ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk mengukur pengaruh dari pelatihan terhadap peningkatan literasi media sosial humas pemerintah daerah. Hasilnya, ada peningkatan literasi media sosial humas pemerintah daerah, meskipun tidak signifikan.

Artikel ketiga ditulis oleh Puji Rianto, berjudul “Perbandingan Paradigma Otoritarianisme dan Demokrasi dalam Regulasi Media Massa di Indonesia” yang berisi hasil penelitian tentang perbandingan paradigma regulasi media di Indonesia, yakni media cetak (pers), penyiaran, dan film. Ada banyak faktor yang menyebabkan regulasi media di Indonesia menganut paradigma yang berbeda-beda. Selanjutnya, artikel yang ditulis oleh Cut Medika Zelatifanny mengenai Respon Pengguna Twitter terhadap Regulasi Pengendalian Akses Ponsel Ilegal melalui Validasi IMEI. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa sebagian besar pengguna Twitter menunjukkan sentimen negatif, respons yang bersifat antisipatif dan keterkejutan terhadap rencana pemerintah untuk melakukan pengendalian akses ponsel ilegal melalui validasi IMEI.

Artikel kelima ditulis oleh Ferdiza Barthelemy dan Irwansyah mengenai Strategi Komunikasi *Crowdfunding* melalui Media Sosial dengan objek penelitian Kitabisa.com sebagai *platform crowdfunding* terpopuler di Indonesia. Adapun sebagai penutup disajikan artikel yang membahas Kecenderungan Isi Sistem Informasi Desa di Kabupaten Gunungkidul yang dikenal dengan istilah “Sida Samekta.” Tulisan Evi Nilawati itu menyebutkan bahwa berdasarkan isinya, keberadaan “Sida Samekta” memberikan manfaat dalam meningkatkan literasi warga, melembagakan partisipasi warga, dan mendorong inovasi warga masyarakat desa di Kabupaten Gunungkidul.

Harapan redaksi, semoga artikel pada edisi kali ini bermanfaat sebagai penambah wawasan dan pengembangan ilmu dalam bidang komunikasi dan Informatika.

IPTEK-KOM

p-ISSN 1410 – 3346 | e-ISSN 2527 – 4902

Terbit : 30 Desember 2019

Kata kunci yang dicantumkan adalah istilah bebas.
Lembar abstrak ini boleh dikopi tanpa izin dan biaya.

DDC 658.403

Inasari Widiyastuti

(BPSDMP Kominfo Yogyakarta,
inas001@kominfo.go.id)

**Tata Kelola Institusi, Teknologi, dan
Manusia: Bagaimana Pemerintah Daerah
Menangani Komponen Smart City**

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

Banyak pemerintah daerah yang mengimplementasikan *program* smart city dengan berbagai niatan strategis. Tata kelola institusi, teknologi, dan manusia adalah komponen yang disepakati pakar sebagai determinan kesuksesan Smart City. Studi konseptual ini membahas tentang bagaimana pemerintah daerah, kabupaten dan kota, mengelola ketiga komponen tersebut berdasarkan konsep yang berkembang. Serangkaian indikator digunakan untuk membandingkan kondisi ketiga komponen tersebut di wilayah penelitian. Data untuk penelitian ini dihimpun melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen regulasi dari enam pemerintah daerah. Hasilnya menunjukkan bahwa Pemerintah Daerah memiliki niatan strategis terhadap komponen tata kelola dan teknologi, tetapi masih lemah pada komponen sumber daya manusia. Kesenjangan antara tujuan pembangunan dan strategi implementasi mengindikasikan pemahaman yang belum baik. Pemerintah Daerah belum memiliki kepedulian tinggi terhadap penggunaan kecenderungan data dan merangkul masyarakat untuk mengelola daerah.

Kata kunci: smart city, komponen smart city, tata kelola insititusi, teknologi, manusia, pemerintah daerah

DDC 302.23

Vieka Aprilya Intanny, Novian Anata Putra

(BPSDMP Kominfo Yogyakarta,
viek01@kominfo.go.id,
novi010@kominfo.go.id)

**Studi Eksperimen Peningkatan Literasi Media
Sosial Humas Pemerintah Daerah**

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

Maraknya penyebaran informasi bohong di media sosial, perlu disikapi oleh humas pemerintah. Oleh karena itu, humas pemerintah perlu meningkatkan keterampilan literasi digital mereka, salah satunya melalui pelatihan dengan menggunakan modul literasi media baru dari Linn, dkk. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh dari pelatihan tersebut terhadap peningkatan literasi media sosial humas pemerintah daerah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Quasi-Experimental. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive non-random sampling. Setelah dilakukan perhitungan nilai pre-test dan post-test melalui T-Test, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi peningkatan literasi media sosial humas pemerintah daerah, meskipun belum signifikan. Oleh sebab itu perlu dilakukan beberapa perbaikan pada modul maupun teknik penyampaian materi pelatihan.

Kata kunci: humas pemerintah daerah, literasi media sosial, literasi media baru, quasi experimental.

DDC 302.23

Puji Rianto

(Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, puji.rianto@uii.ac.id)

Perbandingan Paradigma Otoritarianisme dan Demokrasi dalam Regulasi Media Massa di Indonesia

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

Penelitian ini bertujuan melakukan perbandingan terhadap paradigma regulasi media di Indonesia, yakni media cetak (pers), penyiaran, dan film. Dengan menggunakan studi komparasi, penelitian ini menemukan bahwa paradigma dominan yang mendasari regulasi media di Indonesia berbeda-beda. Regulasi pers menganut paradigma demokratis, penyiaran semi demokratis, sedangkan film cenderung otoritarian. Ada banyak faktor yang menyebabkan regulasi media di Indonesia menganut paradigma yang berbeda-beda, di antaranya semakin lemahnya tekanan masyarakat sipil, kuatnya oligarki dalam politik kebijakan media di Indonesia, serta menguatnya kelompok status quo (terutama pemerintah) yang menghendaki pemerintah sebagai regulator media seperti era otoritarianisme Orde Baru. Faktor-faktor ini memberikan pengaruh terhadap pilihan paradigma yang dianut dalam mengembangkan regulasi media di Indonesia.

Kata kunci: komparasi regulasi, paradigma, media, otoritarianisme, demokrasi

DDC 302.04

Cut Medika Zelatifanny

(Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Komunikasi dan Informatika, cmzelatifanny@gmail.com)

Respon Pengguna Twitter terhadap Regulasi Pengendalian Akses Ponsel Ilegal melalui Validasi IMEI

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

Pada awal juli 2019 masyarakat Indonesia ramai memperbincangkan rencana pemerintah untuk melakukan pengendalian akses ponsel ilegal melalui validasi IMEI. Konsumen, produsen, dan perusahaan memberikan pendapat mengenai rencana tersebut, baik secara offline maupun online, terutama melalui Twitter. Penelitian ini menganalisis isi twit opini pengguna Twitter mengenai aturan pemerintah tersebut dengan menggunakan metode data mining melalui big data tools yakni IPA (*Intelligence Perception Analysis*). Hasil analisis menyatakan bahwa sebagian besar pengguna Twitter menunjukkan sentimen negatif, respons yang bersifat antisipatif dan keterkejutan terhadap regulasi tersebut. **Kata kunci:** respon pengguna Twitter, pengendalian akses ponsel ilegal, validasi IMEI, analisis sentiment.

DDC 302.23

Ferdiza Barthelemy, Irwansyah

(Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, ferdizabarthelemy@gmail.com, dr.irwansyah.ma@gmail.com)

Strategi Komunikasi *Crowdfunding* melalui Media Sosial

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

Internet telah memasuki setiap segi kehidupan kita dan merubah cara kita berinteraksi dengan orang lain. Kini masyarakat dapat dengan mudah melakukan penggalangan dana maupun menyumbangkan dana yang mereka miliki secara online. Hal ini yang disebut dengan *crowdfunding*. *Crowdfunding* merupakan metode pendanaan berbasis Internet untuk merealisasikan suatu inisiatif melalui kontribusi pendanaan dari kelompok besar

orang yang didistribusikan secara online dalam jangka waktu terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Kitabisa.com sebagai salah satu platform crowdfunding merumuskan strategi komunikasi organisasinya sehingga kini menjadi platform crowdfunding terpopuler di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Dalam pembahasan dan analisis data digunakan kerangka konsep teoritis mengenai strategi komunikasi yang meliputi 5 (lima) kategori, yaitu penentuan tujuan komunikasi, penentuan segmentasi khayalak, penyusunan dan metode penyampaian pesan, pemilihan media, dan peranan komunikator.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, *Crowdfunding*, Media Sosial

DDC 302.23

Evi Nilawati

(Universitas Gunung Kidul, Yogyakarta, Indonesia, alfitra_n@yahoo.co.id)

Kecenderungan Isi Sistem Informasi Desa di Kabupaten Gunungkidul

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kecenderungan isi pada Sistem Informasi Desa di Kabupaten Gunungkidul, yang dikenal dengan istilah Sida Samekta. Objek penelitian terdiri dari Sida Samekta Karangmojo, Sawahan, Girisuko, Nglanggeran, dan Wonosari. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sida Samekta mempunyai 3 (tiga) kategori muatan isi, yaitu: literasi, partisipasi, dan inovasi. Berdasarkan isinya, keberadaan Sida Samekta memberikan manfaat dalam meningkatkan literasi warga, melembagakan partisipasi warga, dan mendorong inovasi warga masyarakat desa di Kabupaten Gunungkidul.

Kata kunci: sistem informasi desa, sida samekta, literasi, partisipasi, inovasi

IPTEK-KOM

p-ISSN 1410 – 3346 | e-ISSN 2527 – 4902

Issued : 30 Desember 2019

The keywords given are free terms.
This abstract may be copied without permission and charge.

DDC 658.403

Inasari Widiyastuti

(BPSDMP Kominfo Yogyakarta,
inas001@kominfo.go.id)

**Institutional, Technology, and Human
Governance: How Local Governments
Manage the Smart City's Components**

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

Many local governments have implemented smart city projects with various strategic intentions. Institutional, technology, and human governance are the elements recognized by most experts as determinants of the success of smart city projects. This conceptual study discusses how local governments, both cities and districts, manage the three components based on growing concepts. A set of indicators was used to compare the condition of each component in the regions studied. This paper involved interviews, observations, and regulatory documents from six local governments. The results showed that local governments have had a strategic intention towards the institutional and technology governance but poorly managed their human resources. The gap between development goals and implementation strategies indicated lack of understanding. Local governments did not yet have great concern about using data trends and involving communities to manage their regions.

Keywords: smart city, smart city component, institutional governance, technology, human resources, local government

DDC 302.23

Vieka Aprilya Intanny, Novian Anata Putra

(BPSDMP Kominfo Yogyakarta,
viek01@kominfo.go.id,
novi010@kominfo.go.id)

**Experimental Study to Improve Social Media
Literacy for Local Government Public
Relations**

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

The spread of hoaxes on social media needs to be addressed by government public relations (GPR). Therefore, it is necessary for GPR to develop their digital literacy skills, among others through trainings using a specific module based on the framework of Linn et.al. on new media literacy. The aim of this study is to investigate the impact of such treatment on the improvement of local GPR social media literacy. Quantitative approach with quasi-experimental method was conducted in this research. Purposive non random sampling was used as the sampling method. After pre-test and post test measurements through T-test, it was concluded that the GPR social media literacy has slightly improved. Hence, it is important to upgrade the quality of the module and the delivery technique of the training material.

Keywords: local government public relations, social media literacy, new media literacy, quasi experimental

DDC 302.23

Puji Rianto

(Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, puji.rianto@uii.ac.id)

Comparing Authoritarianism and Democracy Paradigm in Mass Media Regulations in Indonesia

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

This study aims to compare the paradigms of media regulation in Indonesia, namely print media (press), broadcasting, and film. Using a comparative study, this research found that the dominant paradigms underlying media regulation in Indonesia varied. Press regulations adhere to the democratic paradigm, while broadcasting adheres to a semi-democratic paradigm, and films tend to be authoritarian. Several factors have led media regulation in Indonesia to adopt varied paradigms, such as the weakening of civil society pressure, powerful oligarchs in the politics of media policy in Indonesia, and the strengthening of the pro-status quo group (especially the government) who wishes the government to act as a media regulator as in the New Order era. These factors influence the choice of paradigms adopted in developing media regulation in Indonesia.

Keywords: comparative regulation, paradigm, media, authoritarianism, democracy

producers and even companies, have given their opinion on the law, particularly on Twitter. This study analysed Twitter contents regarding these government regulations and used data mining methods through big data tools, namely IPA (Intelligence Perception Analysis). Based on the results, it was found that Twitter users predominantly indicated negative sentiments, anticipatory responses and their surprise towards the regulation..

Keywords: Twitter user response, contraband cell phone, IMEI validation, sentiment analysis.

DDC 302.23

Ferdiza Barthelemy, Irwansyah

(Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, ferdizabarthelemy@gmail.com, dr.irwansyah.ma@gmail.com)

Crowdfunding Communication Strategy through Social Media

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

The Internet has become embedded in every aspect of our lives and transformed the way we interact with others. Nowadays, people can easily raise or donate funds online. This is what we called as crowdfunding. Crowdfunding is an Internet-based funding method for the realization of an initiative through online distributed contributions and micro-sponsorships in the form of pledges of small monetary amounts by a large pool of people within a limited timeframe This research aims to investigate how Kitabisa.com as the most popular crowdfunding platform in Indonesia formulates their organizational communication strategy. This study used a qualitative approach, using interviews, observation, documentation and literature studies as a research method. In the discussion and data analysis, this study applied a theoretical conceptual framework regarding communication strategies, which was elaborated into 5 (five) categorizations;

DDC 302.04

Cut Medika Zelatifanny

(Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Komunikasi dan Informatika, cmzelatifanny@gmail.com)

Twitter User's Response to Regulation of Contraband Cell Phone Access Control through IMEI Validation

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

In early July 2019, Indonesian society has widely discussed the government's plan to control contraband cellphone access through IMEI validation. Consumers,

determining the purpose of communication, determining the segmentation of audiences, writing and sending messages, selecting media, and the role of the communicator.

Keywords: Communication Strategy, Crowdfunding, Social Media

DDC 302.23

Evi Nilawati

(Universitas Gunung Kidul, Yogyakarta, Indonesia, alfitra_n@yahoo.co.id)

Village Information System Content Trends in Gunungkidul Regency

IPTEK-KOM, Vol 21 No 2, Desember 2019:

This study aims to investigate Village Information System (VIS) content trends in Gunungkidul Regency, known as Sida Samekta. The objects consisted of Sida Samekta of Karangmojo, Sawahan, Girisuko, Nglanggeran, and Wonosari. This research used descriptive content *analysis* method. The results of the research showed that Sida Samekta contained 3 (three) types of contents, namely: literacy, participation, and innovation. Based on the contents, Sida Samekta was found useful in improving literacy, institutionalizing citizen participation, and promoting innovation among Gunungkidul villagers.

Keywords: village information system, sida samekta, literacy, participation, innovation

Tata Kelola Institusi, Teknologi, dan Manusia: Bagaimana Pemerintah Daerah Menangani Komponen Smart City

Institutional, Technology, and Human Governance: How Local Governments Manage the Smart City's Components

Inasari Widiyastuti

Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian (BPSDMP) Kominfo Yogyakarta
Jl. Imogir Barat Km 5, Sewon, Kabupaten Bantul, DI. Yogyakarta

inas001@kominfo.go.id

Naskah diterima: 8 November 2019, direvisi: 15 November 2019, disetujui: 4 Desember 2019

Abstract

Many local governments have implemented smart city projects with various strategic intentions. Institutional, technology, and human governance are the elements recognized by most experts as determinants of the success of smart city projects. This conceptual study discusses how local governments, both cities and districts, manage the three components based on growing concepts. A set of indicators was used to compare the condition of each component in the regions studied. This paper involved interviews, observations, and regulatory documents from six local governments. The results showed that local governments have had a strategic intention towards the institutional and technology governance but poorly managed their human resources. The gap between development goals and implementation strategies indicated lack of understanding. Local governments did not yet have great concern about using data trends and involving communities to manage their regions.

Keywords: *smart city, smart city component, institutional governance, technology, human resources, local government*

Abstrak

Banyak pemerintah daerah yang mengimplementasikan program smart city dengan berbagai niatan strategis. Tata kelola institusi, teknologi, dan manusia adalah komponen yang disepakati pakar sebagai determinan kesuksesan Smart City. Studi konseptual ini membahas tentang bagaimana pemerintah daerah, kabupaten dan kota, mengelola ketiga komponen tersebut berdasarkan konsep yang berkembang. Serangkaian indikator digunakan untuk membandingkan kondisi ketiga komponen tersebut di wilayah penelitian. Data untuk penelitian ini dihimpun melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen regulasi dari enam pemerintah daerah. Hasilnya menunjukkan bahwa Pemerintah Daerah memiliki niatan strategis terhadap komponen tata kelola dan teknologi, tetapi masih lemah pada komponen sumber daya manusia. Kesenjangan antara tujuan pembangunan dan strategi implementasi mengindikasikan pemahaman yang belum baik. Pemerintah Daerah belum memiliki kepedulian tinggi terhadap penggunaan kecenderungan data dan merangkul masyarakat untuk mengelola daerah.

Kata kunci: *smart city, komponen smart city, tata kelola insititusi, teknologi, manusia, pemerintah daerah*

PENDAHULUAN

Populasi ditengarai menjadi pemicu permasalahan urban (Nam dan Pardo 2011a; Hara et al. 2016; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015). Pertumbuhan populasi membawa beragam masalah yang berorientasi pada hilangnya fungsi dasar dari infrastruktur sehingga menurunkan tingkat kenyamanan dan kualitas hidup (Nam dan Pardo 2011a; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015). Di sisi lain, masalah sosial tidak kalah pelik tingkatannya dan kompleksitasnya (Hara et al. 2016; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015). Beberapa ahli berpendapat bahwa populasi mungkin bukan ancaman bagi kota, tetapi konsekuensi perubahan kekuatan ekonomi dan teknologi memaksa kota untuk menghadapi kompetisi dan beban daya saing antarkota (Giffinger dan Gudrun 2010; Lazaroiu dan Roscia 2012). Tantangan akan daya saing dan pembangunan yang berkelanjutan secara bersamaan berdampak pada masalah kualitas hidup di perkotaan, seperti isu tentang perumahan, ekonomi, kebudayaan, sosial hingga lingkungan. Untuk mencapai posisi yang baik, kota perlu mengidentifikasi kekuatan dan peluang serta memastikan keunggulan kompetitif terhadap kota-kota setingkat lainnya (Lazaroiu dan Roscia 2012). Meski demikian, tantangan yang dihadapi tiap kota akan berbeda tergantung pada sejarah, budaya, dan lingkungannya (Hara et al. 2016). Kota perlu berubah untuk dapat bertahan di masa depan. Sebagai pusat peradaban manusia, kota membutuhkan indikator yang kuat dalam berbagai aspek sosial, manusia, infrastruktur, lingkungan, pendidikan, hingga teknologi untuk mengurai masalahnya (Purnomo dan Prabowo 2016). Banyak kota telah mengoperasikan cara cerdas untuk menyelesaikan masalahnya demi kehidupan yang lebih baik dan layak huni (Nam dan Pardo 2011a).

Tren *Smart City* telah berkembang luas dan diadopsi banyak kota meski belum ada kesepakatan bersama tentangnya. Gill-garcia et., al (2015) meyakini bahwa kecerdasan harus dilihat sebagai rangkaian berkelanjutan di mana pejabat pemerintah, warga, dan *stakeholder* memikirkan dan mengimplementasikan inisiatif yang berupaya membuat kota menjadi lebih pintar, sebuah tempat yang lebih baik untuk hidup dan bekerja. Oleh karena itu, label *Smart City* seharusnya ditujukan bagi orang-orang cerdas yang membangkitkan solusi cerdas untuk masalah urban (Albino, Berardi, dan Dangelico 2015). Solusi cerdas tersebut meliputi di antaranya bagaimana membangun jaringan infrastruktur kota yang memungkinkan efisiensi pembangunan sosial budaya dan politik, mendorong produktivitas dan kreativitas, mengembangkan penduduk sebagai modal kapital yang inklusif, dengan tetap berwawasan pada lingkungan sebagai aset strategis di masa depan. Di lain pihak, *Smart City* juga berkenaan dengan infrastruktur fisik. *Smart City* menanamkan teknologi pada infrastruktur dan memanen informasi untuk meningkatkan kenyamanan dan kualitas hidup dalam berbagai sektor, mengidentifikasi masalah dan menyelesaikannya secara responsif, mengambil keputusan dengan lebih baik, membangun sumber daya secara lebih efektif, serta mendorong kolaborasi di setiap entitas (Nam dan Pardo 2011b). Untuk konteks Indonesia, *Smart City* adalah kota yang memiliki kapabilitas untuk mengelola seluruh sumber daya secara efektif dan efisien dalam memecahkan masalah kota dengan pendekatan inovatif, integratif, dan solusi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup (Supangkat et al. 2018). *Smart City* adalah sebuah kota yang mampu mengetahui secara dini kebutuhan riil masyarakatnya melalui teknologi informasi (Yudatama, n.d.) dan menggunakan kecerdasan serta data untuk merespon secara lebih efektif (Utomo dan Hariadi 2016)

Indonesia telah merespon tren *Smart City* dalam sebuah gerakan terencana untuk mencapai prinsip kota layak huni, aman, dan nyaman pada tahun 2025. Salah satunya Gerakan 100 *Smart City* yang digagas dan digerakkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

Beberapa inisiator yang turut menggalakkan di antaranya PT. Telkom, ITB (Institut Teknologi Bandung), dan Kompas. Akan tetapi, gerakan yang digagas Kemkominfo cenderung lebih masif responsivitasnya di kota dan kabupaten. Banyak kota dan kabupaten yang telah mengawalinya dan menjadi teladan bagi daerah lain. Namun, sejumlah permasalahan masih membayangi upaya daerah untuk menjadi cerdas.

Anindra, et al (2018) menemukan bahwa - hingga jurnalnya dirilis - Indonesia belum memiliki satu pun kota yang menjadi *role model* atas suksesnya implementasi *Smart City*. Pemahaman yang tidak baik tentang *Smart City*, pengetahuan yang kurang akan manfaatnya, hingga tidak tahu bagaimana untuk memulai mengimplementasikan adalah rangkaian dari tantangan yang dihadapi kota. Sebagian besar kota hanya fokus pada pengembangan teknologi informasi dan tidak menaruh usaha yang keras serta prioritas terhadap faktor pemungkin lainnya sehingga hasilnya menjadi tidaklah efektif (Anindra, Supangkat, dan Kosala 2018). Menurut Fridayani (2019), ada 3 (tiga) hal penting yang perlu disiapkan untuk membangun *Smart City*, yaitu lingkungan yang ramah, efisien dalam penggunaan energi, dan menerapkan teknologi yang sesuai. Pengembangan *Smart City* seharusnya ditekankan pada upaya memperbaiki kualitas hidup di mana teknologi tidak hanya dimanfaatkan untuk memberi kemudahan pelayanan publik tetapi, juga memberitahu masalah yang timbul dan solusinya (Faidati dan Khozin 2018).

Dalam sebuah pengukuran tingkat kematangan *Smart City*, Supangkat et al., (2018) telah mengidentifikasi tingkat kematangan infrastruktur pemerintah daerah berada pada angka 68% dengan menyisakan banyak pekerjaan rumah pada pengelolaan dan manajemen kota, digitalisasi pemerintahan, dan integrasi data. Survei terhadap tiga provinsi yang dilakukan oleh BSDMP (Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian) Kominfo Yogyakarta (2018) juga menemukan bahwa kendati infrastruktur teknologi telah berada di level *operationalised*, pemerintah daerah masih terkendala pada penggunaan data bersama dan agregat data secara otomatis di mana respon data dinamis masih kurang diperhatikan. Kondisi ini terjadi karena pemerintah daerah melihat *Smart City* sebagai sistem *e-Government* yang ditingkatkan atau identik dengan *Smart Governance*. *Smart Governance* menjadi bagian penting dan faktor kritis dari inisiatif *Smart City* yang diimplementasikan oleh pemerintah daerah (Anindra, Supangkat, dan Kosala 2018). Berdasarkan studi terhadap kebijakan *Smart City* di 4 (empat) kota yang merujuk pada RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah), pemerintah daerah belum memiliki kebijakan strategis yang komprehensif sebagai panduan untuk implementasi (Pratama 2018). Sebagian besar kota fokus pada teknologi informasi dan mengabaikan komponen pemungkin lainnya seperti tata kelola dan sumber daya manusia (Anindra, Supangkat, dan Kosala 2018). Menurut Cohen (2015), kota yang seperti ini berada di level pertama atau *Smart Cities 1.0 Technology Driven*. Di mana, kota tidak mengetahui visi kota cerdas dan pengembangan *Smart City* didorong oleh teknologi dari perusahaan TI yang menghilangkan dinamika untuk berinteraksi dengan warganya. Diharapkan, kota mampu menuju *Smart Cities 3.0 Citizen Co-Creation*, ketika kota merangkul model kreasi bersama warga untuk menciptakan kota yang berkualitas. Upaya ini dapat ditempuh dengan memperhatikan komponen-komponen pemungkin *Smart City*.

Kesuksesan *Smart City* dapat tercapai ketika kota menempatkan pondasi yang kuat terhadap faktor pemungkin yang meliputi tata kelola institusi, teknologi, dan manusia (Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015; Chourabi et al. 2012; Angelidou 2015; Anindra, Warnars, dan Min 2018; Nam dan Pardo 2011a; Myeong, Jung, dan Lee 2018). Komponen tata kelola institusi adalah hal yang penting dalam *Smart City*. Inisiatif *Smart City* berbeda dengan inisiatif *e-Government* secara umum dan secara khusus pada beberapa karakteristik objek spesifik. Akan tetapi, keduanya memiliki kesamaan bahwa inisiatif harus digerakkan oleh pemerintah untuk

melayani warga dengan lebih baik (Chourabi et al. 2012). Pemerintah tidak dapat melakukan inisiatif dan inovasi *Smart City* tanpa adanya dokumen normatif yang mendasarinya (Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015). Dokumen normatif sebagai sebuah *roadmap* meliputi berbagai komponen yang mendefinisikan dengan tepat kebutuhan masyarakat dan mengembangkan kebijakan yang mendorong partisipasi warga (Utomo dan Hariadi 2016). Kepemimpinan merupakan hal kritis dan fundamental dalam kesuksesan *Smart City* yang memengaruhi kinerja kota secara signifikan (Nam dan Pardo 2011b; Chourabi et al. 2012; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015). Sikap kepemimpinan ditunjukkan oleh daya inovasi, keterbukaan, dan memahami proses kebijakan dan TI di tingkat pemerintahan (Myeong, Jung, dan Lee 2018). Faktor ini didukung dengan pemerintahan yang akuntabel dan transparan (Chourabi et al. 2012; Albino, Berardi, dan Dangelico 2015), struktur organisasi yang efisien (Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015; Chourabi et al. 2012), integrasi layanan dan aplikasi publik serta keterbukaan kebijakan dan strategi (Nam dan Pardo 2011b; Chourabi et al. 2012; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015; Anindra, Warnars, dan Min 2018). Tidak kalah pentingnya, pemerintah harus melibatkan *stakeholder* untuk berpartisipasi dan berkolaborasi dalam mewujudkan visi *Smart City* (Nam dan Pardo 2011b; Chourabi et al. 2012; Anindra, Warnars, dan Min 2018; Albino, Berardi, dan Dangelico 2015). *Smart Governance* menuntut kolaborasi lintas institusi dan komunitas yang menuntut ikatan kuat untuk berbagi dan bersekutu (Albino, Berardi, dan Dangelico 2015; Chourabi et al. 2012).

Dalam banyak implementasi, teknologi adalah komponen yang dianggap paling penting oleh pemerintah. Kehidupan urban di masa datang memang tidak bisa dilepaskan dari peran penting teknologi meskipun kota acap kali gagal untuk memahaminya (Angelidou 2015). Menurut Angelidou (2015), kota yang sukses mengimplementasikan *Smart City* adalah kota yang memilih pendekatan *demand-driven* dibanding *supply-driven*, yaitu kota yang berkembang dengan dorongan dari permintaan warga untuk memenuhi tuntutan hidup yang berkualitas dibanding dengan dorongan pasar teknologi yang ada. Persepsi teknologi dalam *Smart City* menurut Nam & Pardo (2011b) sangat ditekankan pada integrasi sistem layanan dan infrastruktur. Oleh karena itu, data memiliki peranan penting dalam komponen teknologi untuk mewujudkan *Smart City* baik komunikasi data, manajemen data, maupun akuisisi data (Anindra, Supangkat, dan Kosala 2018; Nam dan Pardo 2011b). Faktor yang memengaruhi komponen teknologi diantaranya aksesibilitas infrastruktur, infrastruktur *wireless*, interoperabilitas layanan pemerintah, pengelolaan data dan informasi, integrasi sistem, keamanan dan perlindungan data (Nam dan Pardo 2011b; Chourabi et al. 2012; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015; Myeong, Jung, dan Lee 2018). *Smart Computing* dan *Smart Interface* menjadi bagian terpenting sebagai generasi baru dari integrasi komponen teknologi yang mendorong kepedulian data *real time* untuk menstimulasi analisis data dalam mengambil keputusan secara lebih optimal (Nam dan Pardo 2011b).

Faktor kritis implementasi *Smart City* selanjutnya adalah manusia. Manusia dalam *Smart City* memainkan peranan strategis sebagai determinasi kesuksesan (Nam dan Pardo 2011b; Chourabi et al. 2012; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015; Anindra, Warnars, dan Min 2018; Myeong, Jung, dan Lee 2018). Myeong et al., (2018) mengingatkan bahwa label *Smart City* tidak terletak pada kecanggihan dalam mengadopsi teknologi, tetapi tujuan akhir untuk meningkatkan kualitas hidup individu, keluarga, dan masyarakat lokal itu sendiri. Oleh karenanya, melibatkan warga dalam proses mewujudkan *Smart City* adalah bagian fundamental untuk menuju *Smart City 3.0* (Cohen 2015). *Smart City* mampu mewujudkan tempat yang layak huni di mana setiap individu berkesempatan untuk belajar seumur hidup, plural terhadap perbedaan agama dan etnis, terbuka dan berpartisipasi dalam aktivitas publik, inklusif, fleksibel terhadap perubahan, serta kreatif memecahkan masalah (Anindra, Warnars,

dan Min 2018). Faktor yang dapat memengaruhi komponen manusia antara lain pendidikan, kreativitas, pluralitas dan inklusif, partisipasi dan keterbukaan, angka harapan hidup, kualitas hidup, kesenjangan digital dan akses terhadap informasi (Chourabi et al. 2012; Nam dan Pardo 2011b; Anindra, Warnars, dan Min 2018; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015).

Banyak kota dan kabupaten di Indonesia yang telah mengadopsi tren *Smart City* dengan berbagai *framework*. Namun, belum ada kota dan mungkin kabupaten yang menjadi *role model* implementasi *Smart City* (Anindra, Warnars, dan Min 2018). *Framework* yang berkembang mengacu pada konsep kota dengan karakteristik terbatas pada luas wilayah, jumlah penduduk, dan karakteristik (Lazaroiu dan Roscia 2012; Giffinger dan Gudrun 2010; Supangkat et al. 2018). Meski tantangan yang dihadapi tiap kota berbeda sesuai dengan karakteristiknya (Hara et al. 2016), kesuksesan *Smart City* dapat dievaluasi dari bagaimana kota memperlakukan komponen pemungkinnya, yaitu tata kelola institusi, teknologi, dan manusia (Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015). Pemahaman terhadap bagaimana kota dan kabupaten menyiapkan komponen pemungkinnya sangat relevan untuk menentukan strategi kebijakan implementasi *Smart City*. Oleh karena itu, jurnal ini akan membahas 2 (dua) masalah berikut: (1) Bagaimana kota dan kabupaten peserta Gerakan 100 *Smart City* menyiapkan komponen pemungkin *Smart City* yang meliputi tata kelola, teknologi, dan manusia berdasarkan konsep yang berkembang? (2) Faktor apa yang mendorong dan melemahkan implementasi *Smart City* dari tiap komponen pemungkin berdasarkan praktik terbaik (*best practice*) di lokasi penelitian?

METODE

Hingga saat ini, tidak ada regulasi atau pun kebijakan yang memandu pemerintah daerah untuk mengimplementasikan *Smart City*. Meski inisiatif digagas dan dibimbing oleh para inisiator, eksekusinya tetap diserahkan kepada kebijakan dan karakteristik pemerintah daerah. Termasuk inisiatif yang digerakkan oleh Kementerian Kominfo melalui Gerakan 100 *Smart City*. Sampai dengan tahun 2018, terdapat 75 kota dan kabupaten yang terpartisipasi di mana 19 diantaranya berada di Provinsi Jawa Tengah, Bali, dan DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta). Terdapat 6 (enam) kota dan kabupaten di Provinsi tersebut yang memiliki populasi dan APBD (termasuk PAD) tertinggi yaitu Kota Jogja, Kota Semarang, Kota Denpasar, Kabupaten Sleman, Kabupaten Boyolali, dan Kabupaten Badung. Keenam kota dan kabupaten tersebut merupakan representasi yang memenuhi untuk meninjau implementasi *Smart City* mengacu pada komponen pemungkin.

Data dalam penelitian ini bersumber dari wawancara dengan Dinas Komunikasi dan Informatika serta BAPPEDA setempat, dokumen regulasi, serta observasi. Sumber data merupakan bagian dari penelitian BPSDMP Kominfo Yogyakarta yang berjudul Usulan Model Kota Cerdas Berkelanjutan yang Integratif di tahun 2019. Dengan sudut pandang yang berbeda, peneliti membandingkan sumber data dengan konteks teori serta *framework* tentang komponen *enabler Smart City* sehingga dapat dideskripsikan proses implementasinya di keenam daerah tersebut. Analisis data dilakukan dengan manajemen sumber data dibantu perangkat lunak NVivo. NVivo adalah *software* untuk analisis data kualitatif (*Qualitative Data Analysis, QDA*) yang diproduksi oleh QSR International. *Software* ini memiliki keunggulan dalam mengelola data dan ide, meminta data, membuat pemodelan dan memvisualisasikannya, serta memberikan laporan dengan lebih mudah (AlYahmady dan Al Abri 2013) dibanding *software* lain. NVivo membantu peneliti untuk mengorganisasi dan mengkategorisasi sumber data sesuai dengan kerangka konsep yang diacu. Berbagai macam sumber data kualitatif baik itu transkrip wawancara, rekaman wawancara (audio dan video), dokumen, atau pun basis data dari media

sosial dapat diolah dengan NVivo. Peneliti dapat dengan mudah membuat taksonomi sumber data berdasarkan konsep atau ide yang dirumuskan sehingga memudahkan dalam menganalisa (Leech dan Onwuegbuzie 2011). Dalam tulisan ini, analisis data tidak mengikutsertakan konten analisis secara kuantitatif.

Proses analisis data dilakukan dengan mengorganisasi sumber data yang meliputi hasil transkrip wawancara, dokumen regulasi (peraturan walikota, peraturan bupati, *masterplan*, *roadmap*), catatan observasi dan literatur dalam tema, *node*, serta *sub node*. Pengorganisasian dalam kategori akan membantu peneliti untuk leluasa memahami masalah konseptual dan teoretis yang terjadi di objek penelitian. Tema adalah komponen *enabler Smart City* yang terdiri dari tata kelola institusi (*institution*), teknologi (*technology*), dan manusia (*people*). *Node* merupakan indikator yang disebutkan secara eksplisit sebagai tingkat kematangan *Smart City* menurut Urban Tide (2014). Tidak ada perbedaan signifikan dengan teori yang berkembang. Adapun *sub node* adalah faktor-faktor yang diindikasikan oleh pakar sebagai bagian dari indikator yang menjadikan komponen *enabler Smart City* matang. Tabel 1 adalah pengorganisasian teoretis berdasarkan tinjauan literatur yang berkembang menjadi *node* dan *sub node*.

Tabel 1. Pengorganisasian Teoretis dalam Nvivo untuk Komponen *Smart City*

Komponen	Node	Sub Node	Sumber	
Institutional	Strategic Intent	Leadership	Chourabi et., al (2012); Gil-Garcia et., al (2015); Myeong et., al (2018)	
		Outcome and Knowledge	Anindra et., al (2018)	
		Strategic and Vision	Nam & Pardo (2011a); Chourabi et., al (2012); Gil-Garcia et., al (2015); Anindra et., al (2018)	
	Management & Organization		Human Resources	-
			Integration & Coordination	Nam & Pardo (2011a); Chourabi et., al (2012); Gil-Garcia et., al (2015)
			Organization Habits	Chourabi et., al (2012); Albino et., al (2015)
			Organization Structure	Nam & Pardo (2011a); Chourabi et., al (2012); Gil-Garcia et., al (2015)
	Policy Context		Masterplan	Gil-garcia et., al (2015); Utomo (2016)
			Policy	Nam & Pardo (2011a); Chourabi et., al (2012); Gil-Garcia et., al (2015); Anindra et., al (2018)
			RPJMD, RPJMN, SDGS	Pratama (2018)
Participation and Collaboration		Citizen Engagement	Nam & Pardo (2011a,b); Chourabi et., al (2012); Albino et., al (2015); Anindra et., al (2018)	
		Collaboration		
Technology	Data	Application	Nam & Pardo (2011a,b); Chourabi et., al (2012); Albino et., al (2015); Gil-Garcia et., al (2015); Myeong et., al (2018); Anindra et., al (2018)	
		Integration		
		Open Data		
		Smart Computing		

Komponen	Node	Sub Node	Sumber
	<i>Infrastructure</i>	<i>Command Center</i>	
		<i>Data Center</i>	
		<i>Internet</i>	
<i>Human</i>	<i>Education</i>	<i>Education and Creativity</i>	Nam & Pardo (2011a,b);
	<i>Participation</i>	<i>Participation, open-mindedness, social inclusion, plurality</i>	Chourabi et., al (2012); Albino et., al (2015); Gil-Garcia et., al (2015); Myeong et., al (2018); Anindra et., al (2018)

HASIL PEMBAHASAN

Hasil pembahasan akan menjabarkan implementasi komponen *Smart City* berdasarkan kerangka konsep yang diacu. Untuk memudahkan penjabaran, bagian ini akan dipecah dalam sub bagian komponen tata kelola institusi, teknologi, dan sumber daya manusia. Jabaran narasi mengacu pada *node* dan *sub node* dengan mengambil beberapa contoh implementasi di pemerintah daerah. Di bagian akhir akan disarikan implementasi komponen *Smart City* merujuk pada konsep yang berkembang beserta faktor pendorong dan pelemahnya.

Komponen Tata Kelola Institusi

Tujuan dan niat strategis (*strategic intent*) daerah dalam mengimplementasikan *Smart City* adalah hal yang fundamental. Langkah ini diawali dengan sikap pimpinan dalam memandang *Smart City*, menetapkan visi, strategi, dan keluarannya. Inisiatif *Smart City* selayaknya berangkat dari pimpinan yang terbuka terhadap perubahan dan menumbuhkan inovasi untuk menciptakan solusi. BAPPEDA dan Diskominfo Kabupaten Boyolali bersepakat bahwa lompatan implementasi tata kelola pemerintahan yang elektronik tidak lepas dari keinginan kuat dan sifat visioner sang Bupati, Seno Samodro. Dalam kurun waktu singkat, Pemerintah Kabupaten Boyolali tidak hanya berlari mengejar ketertinggalan dalam implementasi *e-government*, tetapi juga melompat menuju *Smart City*. Ruang gerak diberikan secara leluasa sepanjang OPD mempunyai aspirasi dan inovasi untuk mewujudkan *Smart City*. Sebagai langkah awal, Bupati menjanjikan “Boyolali Yang Maju” dengan menetapkan visi Boyolali sebagai *Water City*, *Green City*, dan *Smart City*. Pemindahan pusat pemerintahan ke sisi timur dan terpusat adalah salah satu cara cerdas Bupati untuk mempercepat dan mengefisienkan kinerja pemerintah serta mengembangkan wilayah. Peletakan visi *Smart City* tidak terlepas dari bagaimana pimpinan daerah memandang potensi daerah yang dapat dikembangkan untuk memberi kemanfaatan. Hal serupa dilakukan Pemerintah Kabupaten Badung dengan menilai potensi wilayahnya sebagai daerah wisata yang harus menciptakan rasa aman dan nyaman sehingga dapat mengayomi masyarakatnya mulai dari lahir, hidup, dan matinya. Visi ini direalisasikan dengan membangun infrastruktur jaringan internet hingga penjuru kabupaten dan dipasang ratusan titik CCTV yang terpantau secara *real time* di *command room*. Secara eksplisit, Pemerintah Kabupaten Sleman menempatkan *Smart City* untuk mempercepat pencapaian visi dan misi pembangunan kabupaten (Sleman 2017)

Berbeda dengan daerah kota, visi *Smart City* cenderung tidak berangkat dari perspektif terhadap potensi daerah, tetapi dari upaya menyelesaikan masalah secara tuntas dan cerdas. Secara spesifik, pimpinan daerah telah menetapkan visi untuk membangun masyarakatnya dengan sumber daya yang dimiliki. Sebagai wilayah yang terbatas terhadap sumber daya, kota telah meninjau bahwa satu-satunya sumber daya potensial yang dimiliki adalah manusianya sehingga, ia perlu memastikan terpenuhinya layanan dasar dan layanan pendukung bagi

masyarakat. Walikota Semarang, Hendrar Prihadi, berkomitmen meningkatkan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kota Semarang yang direalisasikan dalam 10 program prioritas di mana program tersebut dilaksanakan dengan cara cerdas. Kebijakan tersebut diberi *tagline* “6 + 4 = 10 Menuju 10”, program *Smart City* yang meliputi 6 dimensi, 4 keberlanjutan, 10 program prioritas, 10 radar indikator dan 68 sub indikator. Walikota berasumsi bahwa *Smart City* tidak selalu identik dengan teknologi, tetapi ia dapat memantau setiap penyelesaian masalah secara *real time*. Tidak jauh berbeda dengan Kota Jogja, Walikota Jogja Haryadi Suyuti, memahami nilai strategis *Smart City*. Pelayanan terhadap penyelesaian masalah masyarakat adalah hal yang diutamakan. Ia menginginkan adanya satu layanan terintegrasi yang bisa menyelesaikan semua masalah masyarakat. *Smart City* dipandang sebagai katalisator untuk mempercepat dan memastikan bahwa tujuan pembangunan kota bisa terlaksana.

Dalam konteks kebijakan (*policy context*), strategi untuk menempuh visi *Smart City* ditanggapi beragam oleh pemerintah daerah. Tidak semua pemerintah daerah memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik tentang *Smart City*. Sebagian diantaranya memandang *Smart City* sebagai *Smart Governance* atau bentuk lain dari *e-Government*. Pemerintah daerah khususnya kabupaten, mengasumsikan *Smart City* sebagai tersedianya ragam layanan publik berbasis teknologi sehingga memicu bertaburannya aplikasi *online* yang dinilai memberi kemudahan masyarakat. Kendati BAPPEDA di Pemerintah Kabupaten telah mengakui bahwa *Smart City* tidak hanya pada teknologi, tetapi juga pada kebersamaan masyarakat dan pemerintah dalam mengelola kota secara cerdas (BAPPEDA Kabupaten Badung, BAPPEDA Kabupaten Sleman). Secara khusus, BAPPEDA Kabupaten Sleman melihat bahwa pemerintah daerah mempersepsikan kerangka *Smart City* itu masih di teknologi, sedangkan ia bisa dihubungkan dengan keluaran pembangunan seperti penanggulangan kemiskinan. Atau dengan kata lain, pemerintah daerah hendaknya berorientasi pada keluaran tujuan pembangunan dengan memberdayakan *Smart City* bukan malah menjadikannya sebagai tujuan pengembangan teknologi di bidang pemerintahan. Menurut BAPPEDA Kota Denpasar, jika *Smart City* hanya dipandang sebagai teknologi maka seluruh Indonesia akan bermasalah untuk mengimplementasikannya. Memang, pemerintah kota memiliki persepsi yang lebih menggembirakan tentang *Smart City*. Kota yang tidak *Smart* akan jauh lebih rentan menghadapi masalah urban sehingga perlu dibangun komunikasi tanpa batas antara pemerintah dan masyarakat sehingga target RPJMD akan terdorong (BAPPEDA Kota Semarang). *Smart City* tidak bisa diorientasikan sebagai teknologi semata dan menjadi *dashboard* bagi pimpinan daerah untuk melihat tren perkembangan kota dalam berbagai sektor (Diskominfo Kota Jogja).

Secara normatif, oleh pemerintah daerah, kebijakan *Smart City* ditetapkan dalam bentuk *Masterplan* (atau *roadmap*) dan Peraturan Bupati atau Peraturan Walikota. Dari hasil wawancara dan observasi, hingga tulisan ini dibuat, hanya Kabupaten Sleman dan Kota Semarang yang menetapkan pelaksanaan *Smart City* dalam peraturan. Selebihnya berupa *Masterplan* dan *Roadmap*. Kabupaten Sleman menetapkannya dalam Peraturan Bupati No 1.1 Tahun 2018 tentang *Masterplan* Pengembangan *Smart City* Kabupaten Sleman Tahun 2017-2026, sedangkan Kota Semarang menetapkannya dalam Peraturan Walikota No 26 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Semarang Kota Cerdas (*Masterplan* Semarang *Smart City*). Konten dari kebijakan *Smart City* memiliki orientasi dan sumber rujukan yang berbeda. Kabupaten Sleman, Kota Semarang, dan Kota Jogja yang secara tegas menyebutkan bahwa peraturan dan atau *Masterplan Smart City* mengacu pada RPJMD yang berjalan. Artinya, pemerintah daerah menempatkan *Smart City* sebagai cara cerdas untuk mencapai target-target di RPJMD sehingga pelaksanaannya tidak terlepas, tidak tumpang tindih, dan saling terkoordinasi. Kebijakan normatif ini adalah bukan apa yang harus dicapai melainkan proses yang harus dilaksanakan

dengan menetapkan prioritas pembangunan (BAPPEDA Kab. Sleman). Kendati demikian, tidak terlihat korelasi antara *Masterplan Smart City* dengan RPJMD yang tertuang dalam peraturan. Indikator capaian dalam *Masterplan* tampak berdiri sendiri, lepas dari butir-butir yang ditetapkan dalam RPJMD.

Untuk *node* manajemen dan organisasi (*management & organization*), semua pemerintah daerah menetapkan pembentukan dewan atau tim khusus yang menangani *Smart City* dengan melibatkan seluruh OPD. Kendati gerakannya dikomandoi oleh pimpinan daerah atau Sekretaris Daerah, Dinas Kominfo memiliki peran sentral untuk mengkoordinasikan. Dalam praktiknya, fungsi dewan atau tim TIK ini berbeda di tiap daerah, tetapi memiliki hambatan yang serupa, yaitu sumber daya manusia SDM). Pemerintah daerah menduga bahwa kehadiran SDM yang berkualitas dalam jumlah yang memadai akan mempercepat implementasi *Smart City*. Akibatnya, timbul persepsi bahwa *Smart City* harus selalu didukung oleh SDM berkompetensi di bidang TIK. Maka, tak heran jika Pemerintah Kota Denpasar menyatakan bahwa SDM adalah persoalan klasik di daerah mana pun sehingga untuk memastikan implementasi dapat berjalan maka pemerintah daerah harus bekerja sama dengan pihak lain.

Partisipasi dan kolaborasi (*participation & collaboration*) dengan *stakeholder* adalah aspek lain yang penting diperhatikan oleh pemerintah daerah untuk mewujudkan *Smart City*. Semua pemerintah daerah bersepakat bahwa mereka telah melibatkan pemerintah pusat, pihak swasta, maupun badan usaha terutama untuk memenuhi layanan dasar publik yang terintegrasi, seperti layanan kegawatdaruratan. Kota Jogja melibatkan belasan rumah sakit, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Palang Merah Indonesia (PMI), hingga kepolisian untuk menangani masalah kedaruratan yang diadakan oleh masyarakat melalui nomor panggilan darurat 112 dan aplikasi JSS (*Jogja Smart Service*). Kota Denpasar melibatkan pengelola angkutan publik, pegadaian, toko-toko buku, bank, dan *tenant cinema* untuk mendukung layanan Sidarling di mana masyarakat memperoleh kemanfaatan dari hasil pengumpulan sampah rumah tangga. Kota dan kabupaten lain melakukan hal yang sama. Sayangnya, belum terlihat program yang melibatkan masyarakat secara langsung untuk mengelola kota secara cerdas. *Citizen engagement* belum terlihat di pemerintah daerah baik dalam wawancara, observasi, maupun dokumen kebijakan. Satu-satunya hal yang dinilai pemerintah daerah sebagai ikatan dengan masyarakat adalah layanan aduan melalui berbagai media sebagai bentuk komunikasi tanpa batas.

Komponen Teknologi

Teknologi bukanlah tujuan dari *Smart City*, tetapi tanpa teknologi, tujuan *Smart City* tidak dapat tercapai. Tidak sedikit pemerintah daerah yang menempatkan teknologi sebagai dewa dari *Smart City* sehingga tampak terlihat futuristik, canggih, dan mewah. Salah satu bentuk kecanggihan tersebut adalah dimilikinya pusat kendali atau *command room* yang didukung infrastruktur fisik luar biasa. Jaringan internet berkecepatan tinggi hingga tingkat kelurahan, *data center* berstandar internasional, puluhan hingga ratusan titik pasang CCTV (*closed-circuit television*) dengan daya tangkap beresolusi tinggi, belasan layar yang membentuk layar raksasa sebagai *dashboard* pantauan tata kelola kota, hingga ruang visual yang menyerupai bioskop. Dari hasil observasi, hanya satu daerah yang belum membuat *command room*, yaitu Kota Jogja. Pemerintah Kota Jogja berpendapat bahwa *command room* tidak ubahnya sebagai simbol implementasi tanpa memiliki pemahaman yang baik tentang fungsinya. Pemerintah daerah yang tidak paham dengan ruh *Smart City* pasti akan menggarap *command room* terlebih dahulu (Diskominfo Kota Jogja). *Command room* bagi Pemerintah Kota Jogja adalah sebuah *platform* yang mengintegrasikan semua layanan publik dan dapat dipantau secara *real time*, di mana saja dan kapan saja oleh pemangku kepentingan terutama pimpinan

daerah. Sebuah *command room* yang identik dengan fisik atau ruangan tidak efektif untuk proses pengambilan keputusan oleh pimpinan daerah. Tidak satu pun literatur yang dirujuk menyebutkan adanya *command room* sebagai faktor atau pun indikator pendukung komponen teknologi. Secara khusus, literatur menyebutkan perlunya *smart computing* yang mengolah data kota dan divisualisasikan dalam sebuah *dashboard*. Tampaknya, ada penyimpangan persepsi pemerintah daerah dengan konsep *Smart City* kendati hal tersebut tidak dapat disalahkan.

Terdapat 2 (dua) *node* berkepentingan dalam komponen teknologi, yaitu infrastruktur dan data. Infrastruktur yang mensyaratkan ketersediaan dan keterjangkauan jaringan internet berkecepatan tinggi telah diselesaikan oleh pemerintah kota dengan pengembangan minor. Adapun di pemerintah kabupaten, dalam proses secara masif, terutama untuk menjangkau kawasan dengan medan yang berat. Tantangan pemerintah kabupaten tidak sebatas pada topografi yang menantang untuk menggelar jaringan dengan pilihan teknologi yang tepat, tetapi juga mengkoneksikan pemerintah desa dengan pemerintah kabupaten yang memiliki kewenangan terpisah. Untuk infrastruktur lainnya seperti *data center* dan pemasangan serta prosedur keamanan jaringan telah dilaksanakan oleh pemerintah daerah. Revolusi pemerintahan menuju *e-government* pada masa lalu telah membawa perubahan yang signifikan pada pengelolaan daerah secara elektronik sehingga tinggal dikembangkan dan disesuaikan. Hal yang menarik untuk diperhatikan adalah pada aspek data yang mendukung komponen teknologi dalam implementasi *Smart City*.

Pemerintah daerah yang giat mengembangkan *e-Government* cenderung memiliki banyak sistem informasi untuk pelayanan publik dan pengelolaan administrasi pemerintahan. Koordinasi yang kurang menyebabkan tidak terintegrasinya sistem informasi sehingga data yang dihasilkan menjadi tidak akurat, tidak valid, tidak handal untuk digunakan dalam pengambilan keputusan, serta rentan terhadap manipulasi data. Wawancara dan observasi menemukan bahwa pemerintah daerah telah mengupayakan proses integrasi berbasis data kependudukan untuk memastikan data layak dan valid bagi keperluan layanan publik. Persoalan integrasi sistem informasi di tingkat daerah adalah persoalan minor yang dapat ditangani dengan mudah oleh Diskominfo yang menjadi pusat penyelenggaraan sistem elektronik di pemerintahan, kecuali untuk Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Masalah integrasi sistem informasi tidak hanya terletak pada proses penyatuan data untuk berbagi pakai saja, tetapi juga belum adanya sistem informasi yang dibuat oleh OPD untuk memberikan pelayanan atau mendukung proses administrasi pemerintahan. Secara umum di tiap pemerintah daerah, permasalahan terjadi ketika OPD menggunakan sistem informasi dari pemerintah pusat yang tidak bisa digunakan untuk berbagi data, kecuali Kota Jogja. Bagi pemerintah daerah, sistem informasi pemerintah pusat yang tidak terintegrasi menyebabkan proses kerja harus dilakukan 2-3 kali untuk butir kegiatan dan data yang sama. Sangat tidak efisien.

Tren *Smart City* mendorong pemerintah daerah mengembangkan ragam aplikasi layanan publik dalam satu genggaman. Bagi pemerintah daerah, *platform* ini akan memudahkan masyarakat dalam mengakses dan menikmati layanan publik secara lebih efektif, efisien, murah, dan transparan. Selain itu, *platform* ini dinilai sebagai wadah yang menyatukan berbagai keperluan yang dimiliki dan diwenangi oleh berbagai OPD. Jika diamati, ini adalah bentuk dari *Smart Governance*. Sebagian kecil dari dimensi *Smart City* yang harus ditangani oleh pemerintah daerah. Ada faktor yang luput atau tidak dipahami oleh pemerintah daerah tentang makna sejati dari *Smart City* tentang penangkapan data secara *real time* melalui berbagai infrastruktur otomatis untuk mendorong analisis data dalam pengambilan keputusan tata kelola wilayah. Penempatan infrastruktur *smart computing* untuk berbagai keperluan seperti masalah lingkungan, kesehatan, keamanan, lalu lintas, dan sebagainya belum digarap oleh pemerintah

daerah. Eksekusi rencana kebijakan *Smart City* tidak berbeda dengan *e-government*. Data, bagi sebagian besar pemerintah daerah belum dianggap sebagai komoditas bergengsi dan strategis dalam mengelola daerah, menyelesaikan masalah dan memprediksi peluang instabilitas. Data masih dianggap sebagai deretan angka numerik yang hanya memberi arti pada tujuan pencapaian pembangunan. Padahal, data menciptakan analisis tren terhadap suatu masalah yang valid, akurat, dan handal untuk menyelesaikan masalah secara tepat. Tidak hanya memrediksi, analisis tren juga mampu memberikan solusi kepada pemerintah daerah. Dengan demikian kelambanan pemerintah daerah dalam merespon persoalan, apa pun sektornya, dapat teratasi bahkan sebelum soal tersebut terjadi.

Komponen Manusia

Meski manusia memainkan peran strategis dalam determinasi kesuksesan *Smart City*, belum banyak pemerintah daerah yang mengetahui, memperhatikan, dan memperhitungkannya dalam tindakan atau pun kebijakan. Hasil penelusuran data menunjukkan bahwa pemerintah daerah belum peduli tentang potensi manusia sebagai sumber kekuatan sekaligus tujuan dari *Smart City*. *Smart City* bertujuan untuk menciptakan tempat yang layak huni, nyaman, dan membangkitkan produktivitas warganya, dalam hal ini manusianya. Bagai dua sisi mata uang, warga (manusia) merupakan sumber kekuatan atau komponen dari *Smart City* juga sebagai tujuan dari tercapainya tujuan *Smart City*. Katalisator dari komponen manusia adalah pendidikan, partisipasi, inklusi sosial, dan kualitas hidup.

Pemerintah Kabupaten Boyolali mengakui bahwa pemerintah belum menjalin keterikatan (*engagement*) dengan masyarakat dalam urusan tata kelola pemerintah. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya literasi digital masyarakat sehingga pemerintah tidak dapat memaksa untuk berpartisipasi (BAPPEDA Boyolali). Persepsi bahwa *Smart City* adalah kota yang berbasis teknologi masih melekat dengan terlihatnya pada upaya masif pemerintah daerah untuk mengelektronisasikan dan meng-*online*-kan layanan pemerintahan. Pemerintah Kabupaten Badung mengakui bahwa *Smart Governance* adalah prioritas utama dalam implementasi *Smart City* sehingga mereka mencoba “memaksa” masyarakat untuk beralih ke teknologi (Diskominfo Badung). Sebagai bentuk tanggung jawab untuk menjadikan masyarakat melek teknologi, Pemerintah Kabupaten Badung mengenalkan teknologi sejak dini dengan pembagian laptop bagi siswa sekolah. Menurut Pemerintah Kabupaten Badung, masyarakat yang berpendidikan adalah investasi masa depan kabupaten. Hal senada, dengan kebijakan yang berbeda, juga diamini oleh Pemerintah Kota Denpasar. Investasi pada pendidikan akan mendorong kreativitas masyarakat yang berguna bagi pengembangan daerah (BAPPEDA Kota Denpasar).

Pandangan berbeda tentang partisipasi masyarakat sebagai komponen *Smart City* ditunjukkan oleh Pemerintah Kota Semarang. Masyarakat kota sudah cukup melek teknologi dan unggul dalam hal aksesibilitas sehingga yang diperlukan adalah partisipasinya untuk mengurus kota. Layanan yang diunggulkan saat peluncuran *Smart City* adalah LaporanHendi, di mana masyarakat memiliki saluran untuk melaporkan keluhannya terhadap layanan kota yang dipantau oleh Walikota dan direspon secepatnya oleh instansi terkait. Dalam bentuk lain, Pemerintah Kota Semarang berhasil menggandeng masyarakat dan Organisasi Masyarakat Sipil (OMS) untuk mengelola daerah kumuh menjadi daerah dengan nilai ekonomi yang meningkat. Gagasan bahwa *Smart City* terbagi menjadi aspek teknologi dan non-teknologi dituangkan dalam upaya kolaboratif pemerintah dan warga untuk kreatif mengelola kota secara cerdas.

Tentang kualitas hidup masyarakat serta inklusi sosial nyaris tidak dijabarkan oleh pemerintah daerah baik dalam wawancara, observasi, maupun dokumen. Kendati demikian, pemerintah daerah menaruh perhatian terhadap capaian Indeks Pengembangan Manusia (IPM)

dan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (IPKM). Kedua indeks ini meliputi diantaranya tingkat pendidikan dan angka harapan hidup yang menjadi modal manusia (*human capital*) untuk mengelola kota.

Implementasi Komponen Smart City Berdasarkan Konsep yang Berkembang

Tren *Smart City* semakin marak dibicarakan di ruang publik pemerintahan dan semakin kerap dikompetisikan antarpemerintah daerah. Kesemarakan ini mendorong pemerintah daerah mengupayakan implementasi *Smart City*. Dari temuan di lokasi penelitian, pemerintah daerah masih lemah dalam penguatan komponen *Smart City*, baik itu komponen tata kelola institusi, teknologi, maupun manusia.

Kita patut bersyukur bahwa niatan strategis (*strategic intent*) pemerintah daerah untuk mengimplementasikan *Smart City* berasal dan digerakkan oleh pemerintah sendiri seperti yang diharapkan oleh Chourabi et., al (2012), Nam & Pardo (2011b), dan Gil-Garcia et., al (2015); meski kenyataannya pemerintah daerah, khususnya kabupaten, belum memahami tujuan dari *Smart City* dan strategi yang harus ditempuh. Akibatnya, pembangunan dan pengembangan di sektor teknologi yang dikedepankan dibanding merangkul warga dan *stakeholder* lain untuk mengelola daerah dengan lebih baik. Terdapat indikasi bahwa *Smart Governance* lebih diprioritaskan sebagai jawaban untuk menghadirkan pelayanan yang cepat, tepat, murah, dan berkualitas bagi masyarakat dengan hadirnya beragam aplikasi layanan publik dalam satu genggaman. Hal ini dapat terjadi karena dokumen normatif tentang *Smart City* belum komprehensif dan terintegrasi dengan tujuan pembangunan daerah seperti yang diungkapkan oleh Gil-garcia et., al (2015) dan Utomo & Hariadi (2016). Terlihat adanya keterlepasan antara *masterplan* dan peraturan tentang *Smart City* dengan RPJMD meski OPD menyatakan haruslah merujuk pada RPJMD. Hal ini serupa dengan temuan Pratama (2018), pemerintah daerah belum memiliki kebijakan strategis yang komprehensif sebagai panduan untuk implementasi. Mengacu pada Hara et., al (2016), Purnomo & Prabowo (2016), Supangkat et., al (2018), serta Fridayani (2019), dengan kebijakan yang tidak komprehensif, keberlanjutan implementasi *Smart City* untuk menjadikan daerah yang berkualitas bagi masyarakat akan terhambat.

Dari beberapa indikator yang membentuk komponen tata kelola, seperti pimpinan yang inovatif (Myeong, Jung, dan Lee 2018), struktur organisasi yang efisien (Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015; Chourabi et al. 2012), integrasi layanan dan aplikasi publik, serta keterbukaan kebijakan dan strategi (Nam dan Pardo 2011b; Chourabi et al. 2012; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015; Anindra, Warnars, dan Min 2018), telah dijalankan oleh pemerintah daerah. Pemerintah daerah telah sukses menghadirkan sikap pemimpin yang inovatif dan terbuka untuk memahami perubahan, berorientasi pada tujuan daerah, memahami proses kebijakan, dan visioner. Akan tetapi, perbedaan orientasi visi jelas terlihat pada pemerintah kota dan pemerintah kabupaten. Pemerintah kota memahami nilai strategis *Smart City* sebagai pendorong tercapainya tujuan pembangunan dan menjawab persoalan urban secara tuntas dengan teknologi sebagai alat pemungkinnya. Namun, pemerintah kabupaten masih ada yang berorientasi pada pengembangan teknologi. Sesuai dengan pemikiran Cohen (2015) tentang evolusi generasi *Smart City*, pemerintah kota dapat ditempatkan pada *Smart City 2.0 Technology Enable City-Led*, yaitu kotalah yang memimpin dan menentukan masa depan kota di mana pemimpin kota fokus pada solusi teknologi sebagai *enabler* peningkatan kualitas hidup. Pemerintah Kabupaten untuk saat ini masih berada di titik *Smart City 1.0 Technology Driven*. Ada yang dalam proses pembangunan dan pengembangan, tetapi ada pula yang telah diperlengkapi dengan infrastruktur teknologi. Akan tetapi, pemerintah kabupaten masih belum memahami implikasi solusi teknologi, bagaimana teknologi berdampak bagi kualitas hidup masyarakat. Salah satu

penyebabnya adalah ada beberapa indikator yang tidak bisa diterapkan secara lugas di kabupaten karena problematika dan pola penyelenggaraan pemerintah hingga tingkat desa yang tidak dapat diintervensi oleh pemerintah kabupaten. Temuan juga menunjukkan bahwa belum ada pemerintah daerah yang memasuki *Smart City 3.0 Citizen Co-Creation* karena masih lemahnya partisipasi masyarakat untuk mengelola daerahnya.

Identifikasi pada tahap evolusi generasi *Smart City* berkorelasi terhadap pemahaman pemerintah daerah terhadap komponen teknologi. Dalam banyak pengembangan infrastruktur dan aplikasi yang memungkinkan terselenggaranya *Smart City*, pemerintah daerah telah mengupayakan integrasi sistem layanan dan infrastruktur seperti yang diharapkan oleh Nam & Pardo (2011b). Aksesibilitas terhadap jaringan komunikasi yang diungkap oleh Nam & Pardo (2011b) dan peneliti lainnya (Chourabi et al. 2012; Gil-garcia, Pardo, dan Nam 2015; Myeong, Jung, dan Lee 2018) sebagai faktor sukses implementasi *Smart City* telah dilaksanakan dan dikembangkan oleh pemerintah daerah. Terutama bagi pemerintah kabupaten yang memiliki tantangan terhadap jangkauan wilayah yang luas. Akan tetapi, pemerintah daerah masih memiliki kelemahan dalam menerapkan interoperabilitas dan akuisisi data yang mendorong terbentuknya *Smart Computing* dan *Smart Interface*. Adanya teknologi generasi baru dari integrasi komponen teknologi ini, seperti diungkapkan oleh Nam & Pardo (2011b), akan mendorong pada kepedulian data *real time* untuk menstimulasi analisis data dalam mengambil keputusan secara lebih optimal. Kenyataan ini, masih belum ditemui di pemerintah daerah. Pemerintah daerah belum memberi pendekatan *demand-driven* ketika mengembangkan teknologi untuk mengelola daerah secara cerdas seperti yang diungkapkan oleh Angelidou (2015). Bagi daerah di Indonesia, keadaan ini tidak bisa dikatakan gagal karena karakteristik pengembangan dan pembangunan kita masih didorong oleh teknologi. Kendati demikian, untuk memastikan *Smart City* berjalan secara berkelanjutan, pemerintah daerah perlu menggeser pola pikirnya tentang tujuan *Smart City* dan peran teknologi di dalamnya serta mengevaluasi komponen pemungkin *Smart City* yang dimilikinya saat ini.

Pemaparan di atas akhirnya bermuara pada faktor-faktor yang mendorong dan melemahkan implementasi *Smart City* dari tiap komponen pemungkin. Niatan strategis (*strategic intent*) adalah faktor utama yang mendorong sekaligus menggerakkan hadirnya *Smart City* di kota dan kabupaten. Niatan strategis yang mendorong ditandai dengan kepemimpinan, pemahaman, visi dan misi, serta rencana strategis. Hal yang harus ditekankan adalah niatan strategis tidak dapat selalu fokus pada teknologi kendati tidak dapat dilepaskan. Praktik terbaik di lokasi penelitian menunjukkan bahwa pemimpin yang berorientasi pada pemahaman tentang potensi daerah, masalah daerah yang harus diselesaikan, dan nilai strategis *Smart City* bagi daerah lebih memberikan dampak positif dibanding pemimpin yang berorientasi pada pemahaman alih teknologi. Telah tersedianya infrastruktur *e-government* turut menstimulasi implementasi *Smart City*. Tampaknya, kebijakan elektronisasi layanan pemerintah mendorong pemerintah daerah bergiat membenahi tata kelola yang berdampak pada kematangannya menerima perubahan teknologi untuk layanan publik. Maka, tidak ada salahnya jika *Smart City* juga diikuti dengan kebijakan secara nasional yang menguatkan sekaligus memaksa pemerintah daerah mewujudkan tata kelola yang berorientasi masyarakat.

Di lain sisi, faktor pelemah implementasi *Smart City* adalah belum adanya pemahaman dan pengetahuan yang baik tentang *Smart City*. Pemerintah daerah masih cenderung memandangnya sebagai *Smart Governance* dan melupakan aspek keterikatan dengan masyarakat serta kolaborasi (*citizen engagement*). Salah satu akibatnya tampak pada minimnya korelasi antara rencana pembangunan daerah dengan implementasi *Smart City*. Pemanfaatan data daerah sebagai modal strategis juga belum ditunjukkan. Alih-alih menguatkan infrastruktur untuk penangkapan data secara *real time*, *data analysis*, dan *data science*, pemerintah daerah

fokus pada pembangunan *command center*. Jika kekurangpahaman ini dibiarkan, implementasi *Smart City* tidak akan bergerak dari generasi 1.0 di mana teknologi yang menjadi inti gerakan sehingga berujung pada tidak terselesaikannya masalah karena seperti disampaikan BAPPEDA Kota Denpasar, jika *Smart City* hanya dipandang sebagai teknologi maka seluruh Indonesia dalam masalah.

KESIMPULAN

Komponen *Smart City* adalah hal fundamental sebagai determinan kesuksesan implementasi manakala tata kelola institusi, teknologi, dan manusia diperhatikan dan ditangani secara komprehensif. Tidak ada satu pun komponen yang bersifat utama. Komprehensifitas komponen adalah kunci keberlanjutan *Smart City*. Akan tetapi, kondisi saat ini memperlihatkan pemerintah daerah yang belum memiliki pemahaman baik tentang tujuan dan strategi menuju *Smart City*. Dorongan perubahan teknologi (*technology-driven*) baik karena pengaruh *provider* TI, perkembangan teknologi, maupun kompetisi dan daya saing antar daerah membawa pemerintah daerah pada polarisasi komponen teknologi sebagai satu-satunya faktor pemungkin. Keadaan ini tidak dapat disalahkan karena tingkat generasi kita masih berada di *Smart City 1.0*. Hanya segelintir pemerintah daerah yang telah memasuki era generasi *Smart City 2.0*. Bagi pemerintah daerah, prioritas utama adalah mengembangkan *Smart Governance* sebagai upaya memberikan pelayanan yang lebih baik bagi masyarakat. Dorongan teknologi pada cara-cara untuk menstimulasi penggunaan analisis data dan melihat tren data di daerah sebagai katalisator pengelolaan daerah belum tampak di pemerintah daerah mana pun. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah, tata kelola institusi berperan penting dalam membentuk niatan strategis (*strategic intent*) yang harus diprakarsai oleh daerah itu sendiri. Pimpinan daerah telah mengawalinya dengan baik tetapi dokumen normatif masih belum menunjukkan keterpaduan antara tujuan pembangunan dengan *Masterplan Smart City*. Demikian pula dengan komponen manusia. Tingkat kepedulian pemerintah daerah terhadap manusia sebagai faktor pemungkin belum diakuisisi dalam kebijakan. Masyarakat, sebagai komponen pemungkin, lebih dipandang sebagai tujuan *Smart City* dibanding modal dan tujuan *Smart City*.

Praktik terbaik di lokasi penelitian menunjukkan bahwa niatan strategis (*strategic intent*) memberikan dorongan terbesar pada implementasi *Smart City*. Kota dan kabupaten yang matang dalam niatan strategisnya mampu merumuskan visi dan misi *Smart City* yang berangkat dari pemahaman potensi daerah, masalah daerah, dan nilai strategis. Akan tetapi, implementasi *Smart City* belum menunjukkan keterikatan antara pemerintah daerah dan masyarakat (*citizen engagement*) yang melahirkan partisipasi dan kolaborasi. Visi dan misi *Smart City* masih berpusat pada visi pimpinan daerah.

Isu tentang *Smart City* memiliki masa depan yang luas untuk dikembangkan. Penelitian ini masih sarat dengan faktor dan indikator yang luput untuk diperhatikan dan dianalisis terutama luasnya konteks dan pengalaman di tiap komponen. Kami menyarankan untuk mengembangkan tulisan dengan fokus pada tiap komponen terutama komponen teknologi dan manusia sehingga konsep teoritis yang ditemukan berkembang dan dapat diadopsi oleh insiator dan aktor *Smart City*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih ke Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian (BPSDMP) Komunikasi dan Informatika Yogyakarta, khususnya tim peneliti yang terdiri dari Daru Nupikso, Novian Anata Putra, dan Vieka Aprillya Intanny yang telah mengizinkan pengambilan beberapa data dukung penelitian “Usulan Model Kota Cerdas Berkelanjutan yang Integratif” dan mendukung penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Albino, Vito, Umberto Berardi, dan Rosa Maria Dangelico. “Smart Cities : Definitions , Dimensions , Performance , and Initiatives.” *Journal of Urban Technology* 22, no. 1 (February 2015): 37–41. <https://doi.org/10.1080/10630732.2014.942092>.
- AlYahmady, Hamed Hilal, dan Saleh Said Al Abri. “Using Nvivo for Data Analysis in Qualitative Research.” *International Interdisciplinary Journal of Education* 2, no. 2 (2013): 181–86. <https://doi.org/10.12816/0002914>.
- Angelidou, Margarita. “Smart cities: A conjuncture of four forces.” *Cities* 47 (May 2015): 95–106. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.05.004>.
- Anindra, Firman, Suhono H. Supangkat, dan Raymondus Raumont Kosala. “Smart Governance as Smart City Critical Success Factor (Case in 15 Cities in Indonesia).” *Proceeding - 2018 International Conference on ICT for Smart Society: Innovation Toward Smart Society and Society 5.0, ICISS 2018* (October 2018). <https://doi.org/10.1109/ICTSS.2018.8549923>.
- Anindra, Firman, Harco Leslie Hendric Spits Warnars, dan Daniel Moonkee Min. “Smart City Implementation Modelling in Indonesia with Integration Platform Approach.” *Proceedings of 2018 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2018* (October 2018): 43–48. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2018.8528141>.
- BAPPEDA Kabupaten Badung. "Usulan Model Kota Cerdas Berkelanjutan yang Integratif." Wawancara oleh Tim Peneliti BPSDMP Kominfo Yogyakarta. Kantor BAPPEDA Badung, Maret 2019.
- BAPPEDA Kabupaten Boyolali. "Usulan Model Kota Cerdas Berkelanjutan yang Integratif." Wawancara oleh Tim Peneliti BPSDMP Kominfo Yogyakarta. Kantor BAPPEDA Boyolali, Maret 2019.
- BAPPEDA Kabupaten Sleman. "Usulan Model Kota Cerdas Berkelanjutan yang Integratif." Wawancara oleh Tim Peneliti BPSDMP Kominfo Yogyakarta. Kantor BAPPEDA Sleman, Maret 2019.
- BAPPEDA Kota Denpasar. "Usulan Model Kota Cerdas Berkelanjutan yang Integratif." Wawancara oleh Tim Peneliti BPSDMP Kominfo Yogyakarta. Kantor BAPPEDA Kota Denpasar, Maret 2019.
- BAPPEDA Kota Semarang. "Usulan Model Kota Cerdas Berkelanjutan yang Integratif." Wawancara oleh Tim Peneliti BPSDMP Kominfo Yogyakarta. Kantor BAPPEDA Kota Semarang, Maret 2019.
- BPSDMP Kominfo Yogyakarta. “SURVEI TINGKAT KEMATANGAN PROVINSI JAWA TENGAH, PROVINSI BALI DAN D.I. YOGYAKARTA MENUJU SMART PROVINCE Kajian Dimensi Teknologi: Infrastruktur, Aplikasi dan Data.” Yogyakarta, 2018.
- Chourabi, Hafedh, Taewoo Nam, Shawn Walker, J. Ramon Gil-Garcia, Sehl Mellouli, Karine Nahon, Theresa A. Pardo, dan Hans Jochen Scholl. “Understanding smart cities: An integrative framework.” *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences* (2012): 2289–97. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2012.615>.
- Cohen, Boyd. “The Evolution of The Evolution of Desire.” *The Evolution of Smart Cities*, 2015. <https://www.fastcompany.com/3047795/the-3-generations-of-smart-cities>.
- Diskominfo Kabupaten Badung. "Usulan Model Kota Cerdas Berkelanjutan yang Integratif." Wawancara oleh Tim Peneliti BPSDMP Kominfo Yogyakarta. Kantor Diskominfo Badung, Maret 2019.
- Diskominfo Kota Jogja. "Usulan Model Kota Cerdas Berkelanjutan yang Integratif." Wawancara oleh Tim Peneliti BPSDMP Kominfo Yogyakarta. Kantor Diskominfo Kota Jogja, Maret 2019.
- Faidati, Nur, dan Muhammad Khozin. “Analisa Strategi Pengembangan Kota Pintar (Smart City): Studi Kasus Kota Yogyakarta.” *Jurnal Ilmu Pemerintahan* 3 (2018): 171–80. <http://dx.doi.org/10.24905/jip.v3i2.1037%0AAnalisa>.

- Fridayani, Helen Dian. "Smart City Sebagai Salah Satu Alat Untuk Mencapai Kota Berkelanjutan (Studi Kasus : Penerapan Konsep Kabupaten cerdas di kabupaten Sleman Indonesia) Smart City as A Tool to Achieve Sustainability City Case Study : Sleman Smart Regency Implementation , I" 5, no. 2 (2019).
- Giffinger, R, dan Haindlmaier Gudrun. "Smart Cities Ranking: An Effective Instrument For The Positioning Of Cities." *ACE: Architecture, City, and Environment* 4, no. 12 (2010): 7–25.
- Gil-garcia, J Ramon, Theresa A Pardo, dan Taewoo Nam. "What makes a city smart ? Identifying core components and proposing an integrative and comprehensive conceptualization," *Information Polity* 20, no. 1 (July 2015). <https://doi.org/10.3233/IP-150354>.
- Hara, Minako, Tomomi Nagao, Shinsuke Hanno, dan Jiro Nakamura. "New Key Performance Indicators for a Smart Sustainable City," *Sustainability (Switzerland)* 8, no 3 (2016). <https://doi.org/10.3390/su8030206>.
- Lazaroiu, George Cristian, dan M Roscia. "Definition methodology for the smart cities model," *Energy* 47, no. 1 (November 2012): 326-332. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2012.09.028>.
- Leech, Nancy L., dan Anthony J. Onwuegbuzie. "Beyond Constant Comparison Qualitative Data Analysis: Using NVivo." *School Psychology Quarterly* 26, no. 1 (2011): 70–84. <https://doi.org/10.1037/a0022711>.
- Myeong, Seunghwan, Yuseok Jung, dan Eunuk Lee. "A study on determinant factors in smart city development: An analytic hierarchy process analysis." *Sustainability (Switzerland)* 10, no. 8 (2018). <https://doi.org/10.3390/su10082606>.
- Nam, Taewoo, dan Theresa A. Pardo. "Conceptualizing smart city with dimensions of technology, people, and institutions." *Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Research Conference on Digital Government Innovation in Challenging Times - dg.o '11*, 2011, 282. <https://doi.org/10.1145/2037556.2037602>.
- . "Smart city as urban innovation: focusing on management, policy, and context." In *ICEGOV '11 Proceedings of the 5th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*, 185–94, 2011. <https://doi.org/10.1145/2072069.2072100>.
- Pratama, Arif Budy. "Smart city narrative in Indonesia: Comparing policy documents in four cities." *Public Administration Issues* 2018, no. 6 (2018): 65–83. <https://doi.org/10.17323/1999-5431-2018-0-6-65-83>.
- Purnomo, Fredy, dan Harjanto Prabowo. "Smart city indicators: A systematic literature review." *Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering* 8, no. 3 (2016): 161–64.
- Sleman, Pemkab. Peraturan Bupati No 1.1 Tahun 2018 tentang Masterplan Pengembangan Smart City Kabupaten Sleman Tahun 2017-2026 (2017). <http://www.albayan.ae>.
- Supangkat, Suhono Harso, Arry Akhmad Arman, Ryan Adhitya Nugraha, dan Yuti Ariani Fatimah. "The Implementation of Garuda Smart City Framework for Smart City Readiness Mapping in Indonesia." *Journal of Asia-Pacific Studies (Waseda University) No.32*, no. 4 (2018): 169–76.
- Urban Tide. "Smart Cities Maturity Model and Self Assessment Tool," 2014.
- Utomo, Chandra Eko Wahyudi, dan Mochamad Hariadi. "Strategi Pembangunan Smart City dan Tantangannya bagi Masyarakat Kota." *Jurnal Strategi dan Bisnis* 4, no. 2 (2016): 159–76.
- Yudatama, Uky. "Pengukuran penerapan teknologi informasi untuk membangun smart city." In *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI)*, n.d.

Studi Eksperimen Peningkatan Literasi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah

Experimental Study to Improve Social Media Literacy for Local Government Public Relations

Vioka Aprilya Intanny¹, Novian Anata Putra²

^{1,2} Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian (BPSDMP) Kominfo Yogyakarta
Jl. Imogir Barat Km 5, Sewon, Kabupaten Bantul, DI. Yogyakarta

¹viek001@kominfo.go.id, ²novi010@kominfo.go.id

Naskah diterima: 17 Oktober 2019, direvisi: 28 Oktober 2019, disetujui: 19 November 2019

Abstract

The spread of hoaxes on social media needs to be addressed by government public relations (GPR). Therefore, it is necessary for GPR to develop their digital literacy skills, among others through trainings using a specific module based on the framework of Linn et.al. on new media literacy. The aim of this study is to investigate the impact of such treatment on the improvement of local GPR social media literacy. Quantitative approach with quasi-experimental method was conducted in this research. Purposive non random sampling was used as the sampling method. After pre-test and post test measurements through T-test, it was concluded that the GPR social media literacy has slightly improved. Hence, it is important to upgrade the quality of the module and the delivery technique of the training material

Keywords: *local government public relations, social media literacy, new media literacy, quasi experimental*

Abstrak

Maraknya penyebaran informasi bohong di media sosial, perlu disikapi oleh humas pemerintah. Oleh karena itu, humas pemerintah perlu meningkatkan keterampilan literasi digital mereka, salah satunya melalui pelatihan dengan menggunakan modul literasi media baru dari Linn dkk. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh dari pelatihan tersebut terhadap peningkatan literasi media sosial humas pemerintah daerah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Quasi-Experimental. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive non-random sampling. Setelah dilakukan perhitungan nilai pre-test dan post-test melalui T-Test, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi peningkatan literasi media sosial humas pemerintah daerah, meskipun belum signifikan. Oleh sebab itu perlu dilakukan beberapa perbaikan pada modul maupun teknik penyampaian materi pelatihan.

Kata kunci: *humas pemerintah daerah, literasi media sosial, literasi media baru, quasi experimental.*

Vioka Aprilya Intanny dan Novian Anata Putra, keduanya merupakan kontributor utama artikel ini.

PENDAHULUAN

Humas Pemerintah sebagai ujung tombak pengelola informasi berperan untuk menyikapi fenomena maraknya penyebaran hoaks di media sosial dengan aksi meredam penyebaran hoaks melalui media sosial. Humas pemerintah daerah dituntut untuk memiliki tingkat literasi yang baik terhadap media baru (internet) khususnya media sosial. Padahal belum semua pegawai Humas Pemerintah di daerah melek (*literate*) media sosial (Putra 2017).

Penelitian ini merupakan tindak lanjut dari riset tentang “Kompetensi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah” pada tahun 2017 untuk memberikan gambaran tentang tingkat literasi sosial media pada praktisi Humas di daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola media sosial humas pemerintah daerah telah memiliki literasi media sosial yang cukup (BPPKI Yogyakarta 2017). Hasil perbandingan nilai rata-rata antardimensi menunjukkan bahwa nilai dimensi *critical media literacy* lebih tinggi dibandingkan dengan nilai dimensi *functional media literacy*. Temuan ini menunjukkan bahwa pegawai humas pemerintah daerah sebenarnya telah memiliki modal yang besar dalam literasi media sosial sebagai tombak untuk menangkal hoaks pada media sosial. Mereka telah menguasai pengetahuan dimensi *critical* yang jelas lebih sulit dikuasai. Untuk mengoptimalkan fungsi dan peran humas pemerintah daerah dalam menangkal hoaks, diperlukan peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang bersifat teknis (*functional dimension*) tentang media baru dan media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka kami bersama pakar sekaligus praktisi di bidang literasi media baru, menyusun sebuah modul pelatihan untuk mengoptimalkan literasi media sosial yang dimiliki humas pemerintah daerah. Maka pada penelitian ini akan mengangkat permasalahan utama, yaitu sejauh mana *treatment* yang berupa pelatihan yang telah kami susun tersebut mempengaruhi literasi media sosial humas pemerintah daerah.

Perkembangan media baru yang terjadi dalam masyarakat telah dipetakan oleh beberapa ahli belasan tahun yang lalu. Seperti konsep yang digambarkan oleh Jenkins tahun 2004. Kesan serupa pernah dirasakan juga setelah membaca tulisan (Piliang 2009) di mana cetakan pertama buku ini ditulis tahun 1998, mampu menggambarkan kondisi sosial, ekonomi, dan politik di era konvergensi media. Di beberapa studi lain (Lin, et al. 2013; Chen, Wu and Wang, 2011), era konvergensi media seperti yang digambarkan Jenkins disebut sebagai zaman Web 2.0. Jenkins (2006) menegaskan bahwa media konvergensi di era media baru lebih dari sekedar pergeseran teknologi. Konvergensi akan mengubah hubungan antara teknologi yang sudah ada, industri, pasar, genre, dan penonton. Konvergensi media merupakan cara di mana masyarakat akan bermain menentukan keseimbangan kekuasaan dalam era media baru (Jenkins 2006). Jika sebelum era konvergensi, yang terjadi adalah gambaran atas kekuasaan informasi yang hanya dimiliki oleh segelintir kecil konglomerat media, konteks keseimbangan kekuasaan dalam era konvergensi media ini sepertinya akan mendefinisikan ulang konsep konglomerasi media global. Merujuk dari penjelasan terjadinya keseimbangan kekuasaan ini, Jenkins menjelaskannya dengan mengambil konsep “kecerdasan kolektif” (*Collective Intelligence/CI*) dari Lévy (2010) kecerdasan kolektif sebagai kemampuan kolektif manusia untuk terlibat dalam kerja sama intelektual untuk mencipta maupun dalam berinovasi.

Gambaran lebih jelas dari konsep ini diperoleh dari tulisan Lin, et al. (2013) yang berusaha mendeskripsikan kembali konsep kecerdasan kolektif ini dalam era web 2.0. Penting bagi (Jenkins 2004) untuk mengangkat konsep kecerdasan kolektif karena pada gambaran akhir, Jenkins menyatakan bahwa masa depan media bisa bergantung pada adu kekuatan antara media komersial dan kecerdasan kolektif. Kecerdasan kolektif ini tidak hanya bermain atas industri media. Kietzmann menyatakan perkembangan media baru khususnya media sosial sangat

berdampak signifikan terhadap dunia bisnis seperti reputasi perusahaan dan penjualan. Namun, sampai saat ini masih belum banyak perusahaan yang mulai serius merespon kehadiran media baru ini (Kietzmann, et al. 2011).

Demokratisasi yang didorong kecerdasan kolektif jelas menuntut pelaku humas berubah. Mereka tidak bisa hanya mengandalkan belanja media massa sebagai sarana komunikasinya. Selain itu, dengan adanya nilai demokratisasi ini, Kovach and Rosenstiel (2011) menambahkan implikasi yang harus diwaspadai dari perkembangan media baru. Jika tidak berhati-hati memeriksa setiap informasi yang ditemui, masyarakat akan mudah tersesat di dalamnya. Meskipun fenomena informasi menyesatkan yang saat ini populer dengan sebutan hoaks, telah muncul jauh sebelum media baru hadir. Namun, perkembangannya semakin pesat dengan melajunya teknologi komunikasi dan informasi. Bahkan ilmu pengetahuan dan sejarah yang telah lama dipahami sebagai kebenaran, di era media baru semua kembali diperdebatkan (Lewandowsky, Oberauer and Gignac 2013). Piliang (2010) menggambarkan fenomena ini dengan konsep realitas semu, yang mampu mengubah fantasi, halusinasi, ilusi, atau *science-fiction* menjadi seolah nyata; mampu mereproduksi ulang masa lalu dan nostalgia; mampu melipat-lipat dunia sehingga tak lebih luas dari sebuah genggam tangan.

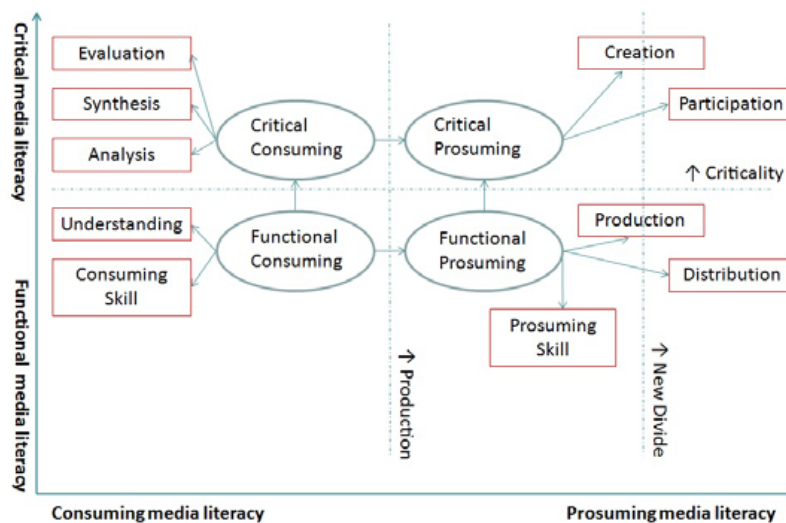
Dengan adanya gambaran atas hadirnya media baru ini, perlu adanya pembaruan konsep atas apa yang disebut literasi media baru. Pendekatan jurnalistik saja tidak cukup untuk mendukung literasi media baru (Marchi 2012; Hoobs 2010). Buku-buku mengenai literasi media memberikan suatu definisi yang umum mengenai literasi media meskipun definisi-definisi tersebut tidak saling sepakat satu dengan lainnya (Potter 2004). Literasi media merupakan suatu kontinum sehingga tidak bisa dikatakan bahwa seseorang telah berada pada derajat literasi yang penuh meskipun ia seorang profesional media (Potter 2001). Literasi media selalu berkembang. Literasi media tidak hanya berkaitan dengan persoalan pengetahuan dan *skill*, tetapi juga suatu *state of mind* yang memerlukan monitoring secara berkelanjutan (Rosenbaum, Beentjes and Konig 2008). Terkait khusus tentang humas pemerintah, (Cutlip, Center and Broom 2000) mengemukakan bahwa pemerintah menyentuh hampir semua aspek masyarakat. Ini jelas merefleksikan tujuan-tujuan diselenggarakannya hubungan masyarakat dalam suatu organisasi, yakni dalam rangka apa yang disebut Grunig dan Hunt (1992), "*Managing communication between organization and its public*".

Di era sekarang, tantangan sekaligus peluang yang dihadapi oleh pemerintah adalah perkembangan teknologi komunikasi dalam bentuk media sosial. Oleh karenanya, tidak mengherankan jika penggunaan media sosial dalam sektor publik menjadi topik hangat, dan para administrator pemerintah mulai menggunakan media baru untuk mendorong keterikatan publik dan membangun komunitas (Graham and Avery 2013). Bertot, et al. (2010) mengemukakan bahwa kemampuan transformatif media sosial bagi pemerintahan sangatlah signifikan. Sebagai *user-generated media*, Hand dan Ching (2011), mengemukakan bahwa media sosial memungkinkan praktisi *public relations* dalam pemerintahan mampu memberikan informasi dan mencari masukan-masukan dan opini dari publik yang relevan.

Konsep kerangka kerja media baru salah satunya ditawarkan oleh Chen, et al., (2011). Sebagai pembuka dalam studinya, Chen et al., menyatakan bahwa literasi mengalami perkembangan secara historis. Perkembangan ini mengikuti tahapan: (1) literasi klasik (membaca-menulis-memahami); (2) literasi audiovisual (sebagian besar terkait dengan media elektronik); (3) literasi digital; (4) literasi informasi (sebagian besar terkait dengan internet dan fenomena konvergensi media). Literasi media baru dipahami sebagai konvergensi semua literasi yang berkembang pada abad terakhir yang mencakup literasi klasik, literasi audiovisual, literasi digital, dan literasi informasi. Berdasar pada pemahaman itu, Chen, dkk., (2011) mengajukan

kerangka untuk membedah literasi media baru di era konvergensi media. Bahwa literasi media baru dapat dipahami sebagai dua dimensi dari literasi consuming hingga literasi prosuming dan dari literasi fungsional hingga kritis.

Dengan pembagian dari 1) *Consuming functional*; 2) *Consuming Critical*; 3) *Prosuming functional*; dan 4) *Prosuming Critical*; sebenarnya mereka telah berhasil memberikan gambaran besar atas kerangka definitif literasi media baru. Namun apa yang dituliskan Chen, et al., dalam perkembangannya mendapatkan respon dari Lin et al., (2013). Dalam jurnal yang merupakan pengembangan kerangka kerja literasi media dari Chen, et al., (2011), Lin bersama ketiga rekannya memberikan dua kritik besar atas kerangka kerja tersebut. Oleh karenanya Lin bersama rekan-rekannya menawarkan 10 definisi yang lebih detail untuk lebih mempertegas perbedaan dari keempat dimensi Chen. Selain itu, Lin, et al., (2013) memasukkan *distribution*, *production*, *participation*, dan *creation* sebagai keterampilan literasi media era web 2.0.



Gambar 1. Kerangka kerja literasi media baru (Lin, dkk., 2013)

Dari semua kajian literatur yang dilakukan, memperhatikan setiap kesamaanya, terlihat bahwa untuk terliterasi dalam media baru, individu dituntut menjadi kritis atas semua konten media baru. Chen, dkk.,(2011) dan Lin, dkk., (2013) menjadikan level *prosuming critical* sebagai tingkatan tertinggi dalam literasi media baru. Senada Jenkins (2006) menjadikan keterampilan *negotiation* menjadi keterampilan tertinggi dalam studinya.

Selanjutnya, tindakan di dalam eksperimen disebut *treatment*, yakni tindakan/ perlakuan, variasi atau pemberian kondisi yang akan dinilai/diketahui pengaruhnya. Sedangkan, menilai tidak terbatas pada mengukur atau melakukan deskripsi atas pengaruh *treatment* yang dicobakan, tetapi juga ingin menguji sampai seberapa besar tingkat signifikansinya (kebermaknaan atau berarti tidaknya) pengaruh tersebut jika dibandingkan dengan kelompok yang sama, tetapi diberi perlakuan yang berbeda.

Salah satu desain dalam metode eksperimen adalah *quasi experimental* disebut juga dengan eksperimen semu. Bentuk desain ini merupakan pengembangan dari *true experimental design*. Desain ini mempunyai variabel kontrol, tetapi tidak digunakan sepenuhnya untuk mengontrol variabel luar yang mempengaruhi pelaksanaan eksperimen. Desain digunakan jika peneliti dapat melakukan kontrol atas berbagai variabel yang berpengaruh, tetapi tidak cukup untuk melakukan eksperimen yang sesungguhnya.

Salah satu jenis dalam *quasi experimental* adalah *non equivalent control group design* yang akan digunakan dalam penelitian ini. Desain ini hampir sama dengan *pretest-posttest*

control group design. Kata eksperimen menunjukkan beberapa pengertian diantaranya adalah: (1) sebuah tes pengujian, (2) sebuah tes yang tidak begitu kentara klausalnya, dan (3) percobaan atau manipulasi dengan sengaja (Cook and Campbell 1979). Stouffer, et al. (1950) dan Campbell (1979) telah merumuskan eksperimen kuasi sebagai eksperimen yang memiliki perlakuan, pengukuran dampak, unit eksperimen, tetapi tidak menggunakan penugasan secara acak untuk menciptakan perbandingan dalam rangka menyimpulkan perubahan yang disebabkan perlakuan.

Penelitian dengan menggunakan metode *quasi experimental design* sudah menjangkau di berbagai bidang seperti bidang kesehatan, pendidikan, ekonomi, teknologi, dsb. Dalam bidang pendidikan, *quasi experimental design* digunakan untuk membandingkan metode pembelajaran konvensional dengan metode pembelajaran digital (Brom, Preuss, & Klement, 2011; Ya-Ting C and Wan-Chi I 2012). Penelitian di bidang kesehatan juga menggunakan metode *quasi experimental* untuk mengukur efek dari kampanye melalui media sosial untuk penghentian merokok usia muda dan dewasa (Baskerville, et al. 2015). *Quasi experimental design* digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari *online review* oleh pengguna toko buku *online* di China terhadap tingkat produk buku *online* (Wang, Zhang and Hann 2018).

Dalam metode kuasi terdapat kelompok kontrol yang digunakan sebagai pembanding terhadap kelompok yang diberikan *treatment*. Dalam melakukan *experimental design*, hendaknya kelompok kontrol dan kelompok *treatment* memiliki persamaan dalam hal tujuan yang hendak dicapai (Brom, Preuss and Klement 2011). Untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai dalam suatu penelitian eksperimen, maka *pretest* dan *posttest* yang melibatkan kelompok kontrol dan kelompok *treatment* perlu dilakukan (Ya-Ting C and Wan-Chi I 2012; Baskerville, et al. 2015).

Untuk menjaga kualitas kontrol dari konten *treatment* yang akan dilakukan, maka sebaiknya *treatment* dilakukan oleh orang yang sama (Brom, Preuss, & Klement, 2011). Menurut Christensen, 2001 (dalam Seniati 2008) desain ini disebut juga *before-after design*. Pada desain ini, di awal penelitian, dilakukan pengukuran yang telah dimiliki subjek. Setelah diberikan manipulasi, dilakukan pengukuran kembali terhadap variabel terikat dengan alat ukur yang sama (Wardani 2012). Homogenitas dalam hal responden merupakan poin penting dalam penelitian *quasi eksperimental design*. Menurut saran dari (Caldwell 2007) dan (Trees and Jackson 2007), responden dalam penelitian eksperimen harus mengetahui tujuan akhir, latar belakang dan metode dari dilakukannya penelitian eksperimen ini. Setelah itu baru dilakukan *treatment* terhadap kelompok *treatment* yang akan diteliti.

METODE

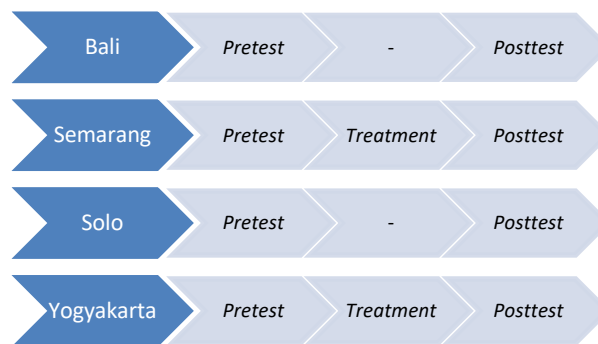
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *quasi experimental* di mana pemilihan sampel tidak dilakukan secara acak (Cook and Campbell 1979; Stouffer, et al. 1950; dan Campbell 1979). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Instrumen yang digunakan adalah penyederhanaan dari kuesioner yang dipakai pada penelitian Kompetensi Media Sosial Humas Pemerintah (BPPKI Yogyakarta 2017) yang telah melalui uji reliabilitas dan uji validitas. Penyederhanaan yang dilakukan hanya mengurangi indikator yang tidak termasuk dalam kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Jadi uji reliabilitas dan uji validitas tidak perlu lagi dilakukan

Mengacu pada hasil penelitian tahun 2017 bahwa nilai yang kurang dari literasi media sosial humas pemerintah daerah adalah bagian pengetahuan teknis tentang media baru dan

media sosial. Dalam penelitian eksperimental ini ditentukan *treatment* berupa Bimbingan Teknis tentang Pengelolaan Media Sosial dengan menggunakan modul yang disusun oleh pakar dengan berdasarkan hasil riset di tahun 2017. *Treatment* tersebut diberikan selama kurang lebih 2 jam. Dalam penelitian ini menggunakan narasumber yang sama dalam dua kali *treatment* di lokasi yang berbeda, yaitu pakar yang menyusun modul *treatment* tersebut. Hal ini dilakukan Untuk menjaga kualitas kontrol dari konten *treatment* yang akan dilakukan (Brom, Preuss, & Klement 2011).

Pelaksanaan pengumpulan data sebanyak 2 kali dengan melibatkan 2 kelompok, kelompok kontrol dan kelompok eksperimen (Brom , Preuss, & Klement 2011; Ya-Ting C & Wan-Chi I 2012; Baskerville, Azagba, Norman 2015). Jarak antara *pre-test* dan *post-test* adalah 1 bulan untuk meminimalisasi responden mengingat materi *pre-test* (Kerlinger & Lee 2000; Wardani 2012). Pertama, data dikumpulkan pada awal penelitian yang disebut sebagai *pretest*. Kedua, dalam jangka waktu selama kurang lebih 1 bulan setelah *pretest*, responden diberikan *treatment*/perlakuan. Setelah *treatment* berakhir, para responden diberikan *posttest* untuk mengukur tingkat literasi mereka setelah diberikan *treatment*. Menurut Christensen (2001) dalam Seniati (2008) desain seperti ini disebut juga *before-after design*.

Dari empat lokasi sampel (lokasi yang mendapatkan nilai rendah pada penelitian sebelumnya (Putra 2017), ada dua lokasi yang diberikan *treatment* dan dua lokasi lainnya akan menjadi grup kontrol tanpa *treatment*. Namun, *pretest* dan *posttest* tetap dilakukan untuk keempat lokasi tersebut.



Gambar 2. Model penelitian eksperimen yang digunakan

Teknik sampling untuk pengambilan sampel lokasi dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive non random sampling* yang didasarkan pada hasil nilai pada penelitian Kompetensi Media Sosial Humas Pemerintah (BPPKI Yogyakarta 2017; Putra 2017). Penelitian ini menentukan empat lokasi penelitian dari delapan lokasi yang mendapat nilai rata-rata rendah dan hampir sama, yaitu Bagian Publikasi dan Penjaringan Informasi, Biro Humas, Pemerintah Provinsi Bali; Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Pemkab Semarang; Bagian Humas dan Protokol Pemkot Surakarta; dan Bidang Informasi Publik, Pemkot Yogyakarta. Dipilihnya lokasi sampel tersebut berdasarkan kesamaan nilai literasi media sosial yang diperoleh oleh masing-masing daerah pada penelitian sebelumnya (Putra 2017) merupakan usaha untuk menyamakan karakteristik responden antargrup. Bali dan Kabupaten Semarang memiliki nilai kisaran 65, sedangkan Kota Yogyakarta dan Surakarta mendapatkan nilai kisaran 69.

Dengan demikian, dua sebagai kelompok yang diberi perlakuan, dan dua sebagai kelompok kontrol. Setiap responden di masing-masing kelompok, sesuai saran dari Caldwell (2007) dan Trees and Jackson (2007), diberikan informasi untuk mengetahui tujuan akhir, latar belakang dan metode dari dilakukannya penelitian eksperimental ini. Lokasi yang menjadi kelompok perlakuan adalah Bidang Informasi Publik, Pemkot Yogyakarta, dan Bidang Komunikasi

dan Informasi Publik Pemkab Semarang. Sementara itu, lokasi yang menjadi kelompok kontrol adalah Bagian Humas dan Protokol Pemkot Surakarta, dan Bagian Publikasi dan Penjaringan Informasi, Biro Humas, Pemerintah Provinsi Bali. Pemilihan responden juga menggunakan teknik *purposive non random sampling*, yakni memilih 5 pegawai yang mempunyai tugas mengelola media sosial dalam setiap lokasi. Dengan demikian, total responden sebanyak 20 orang.

Ada dua datum dalam penelitian ini. Pertama, data yang dikumpulkan melalui *pretest* kemudian diolah untuk mengetahui nilai masing-masing aspek, dan nilai rerata untuk semua aspek. Kedua, data yang dikumpulkan melalui *posttest*. Kedua datum tersebut akan diolah secara statistik dengan menggunakan program SPSS. Hasil olah data akan menunjukkan seberapa besar pengaruh *treatment*/perlakuan yang berupa Bimbingan Teknis optimalisasi literasi media sosial humas pemerintah.

Tahap awal analisis data adalah dengan menghitung nilai *gain score* pada masing-masing dimensi. *Gain score* adalah selisih nilai rerata *pre-test* dan *post-test* kelas eksperimen dan nilai *pre-test* dan *post-test* kelas kontrol. Nilai *gain score* akan digunakan untuk membandingkan indikator mana saja yang meningkat dan mengalami penurunan setelah diberikan *treatment*. Selanjutnya, dilakukan uji normalitas dan homogenitas sebagai prasyarat untuk melakukan Uji T. Uji T digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi dengan mengukur perbedaan rerata antar dua atau beberapa kelompok

Lokasi sampel dipilih berdasar pada penelitian sebelumnya, yaitu pemerintah daerah yang telah melakukan deklarasi anti hoaks, tetapi dengan tingkat kompetensi media sosial yang lebih rendah dari pada yang lain. Berdasar teknik pemilihan sampel tersebut, artinya hasil dari penelitian ini belum dapat digeneralisasikan untuk memberikan gambaran seluruh humas pemerintah daerah yang ada di Indonesia. Selain itu, bentuk perlakuan dalam studi eksperimen ini terbatas pada modul dan penyampainnya dalam bentuk lisan tanpa pelatihan praktik. Tentunya hal ini akan memberikan batasan pada beberapa hal yang akan menjadi temuan dalam studi eksperimen ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal dilakukan perbandingan nilai *gain score* pada 10 indikator. Perbandingan ini bertujuan untuk untuk mencermati indikator mana saja yang meningkat dan indikator mana yang tidak berpengaruh atau justru nilainya menurun setelah diberikan perlakuan. Nilai perbandingan *gain score* pada kesepuluh indikator ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan nilai *Gain Score*

No	Dimensi	Indikator	Gain Score
1	<i>Consuming Functional</i>	<i>Consuming Skill</i>	-1,400
		<i>Understanding</i>	2,500
2	<i>Consuming Critical</i>	<i>Analysis</i>	25,000
		<i>Synthesis</i>	7,000
		<i>Evaluation</i>	15,000
3	<i>Prosuming Functional</i>	<i>Prosuming Skill</i>	-2,000
		<i>Distribution</i>	-2,750
		<i>Production</i>	5,000
4	<i>Prosuming Critical</i>	<i>Participation</i>	10,000
		<i>Creation</i>	1,250

Sumber: Olah data peneliti

Indikator yang memiliki nilai negatif adalah *Consuming Skill*, *Prosuming Skill*, dan *Distribution*. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada peningkatan literasi media sosial bagi responden setelah dilakukan pelatihan kepada mereka. Hal ini terlihat pada nilai *gain score* dengan hasil minus. Ada penurunan nilai pada ketiga indikator tersebut.

Berdasarkan hasil analisis, penulis mencoba mencari faktor penyebab dari nilai negatif tersebut. Dilihat dari nilai sebaran indikator, menunjukkan bahwa nilai tertinggi diraih oleh satu-satunya responden perempuan. Sementara itu menurut hasil penelitian (Lynn dan Irwing dalam Wijaya (2014), laki-laki lebih cerdas dari perempuan. IQ laki-laki dewasa adalah rata-rata lima poin lebih tinggi dibanding perempuan. Di sini menunjukkan bahwa gender tidak berhubungan dengan literasi media sosial.

Berdasarkan data usia responden, usia dari 10 responden kelas eksperimen adalah terbanyak pada rentang 41-50 tahun (50%), urutan kedua 31-40 tahun (30%), serta diikuti rentang 21-30 tahun dan 51-60 tahun yang masing-masing sebanyak 10%. Arafia (2011), dalam (Tsalitsa & Rachmansyah 2016) menyatakan bahwa semakin matang usia seseorang maka perilaku dalam mengambil keputusan akan semakin rasional. Jika dihubungkan dengan pendapat Arafia tersebut, hasil penelitian ini juga mengejutkan karena responden kelompok eksperimen menunjukkan hasil yang sebaliknya meskipun didominasi responden dengan usia matang.

Selanjutnya, data responden kelas eksperimen menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden terbanyak adalah Strata-1 (S-1) sebanyak 50%, diikuti berturut-turut Diploma (30%), S-2 (20%). Responden kelompok eksperimen seharusnya menunjukkan adanya peningkatan literasi media sosial setelah diberi perlakuan berupa pelatihan, karena menurut Iswantoro dan Anastasia (dalam Wijaya 2014), pendidikan adalah tingkat penguasaan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang tentang bagaimana kemampuannya dalam memahami sesuatu hal dengan baik. Namun, hasil analisis menunjukkan adanya ketidaksesuaian bila dihubungkan dengan tingkat pendidikan responden. Dari temuan ini, secara kasar bisa ditegaskan bahwa gender, usia, dan tingkat pendidikan tidak berhubungan dengan bagaimana pengaruh perlakuan berupa pelatihan terhadap tingkat literasi media para responden.

Kembali perlu dilihat, indikator *consuming skill*, *prosuming skill*, dan *distribution* (indikator yang memiliki nilai negatif), ketiganya masuk dalam dimensi fungsional. Dimensi fungsional lebih berbicara hal-hal praktis dan teknis, dibanding dimensi kritis cenderung mengarah pada pemahaman ideologi dan nilai-nilai. Dalam buku "Strategi Pembelajaran dan Pemilihannya" yang dikeluarkan (Direktorat Tenaga Kependidikan, Dinas Pendidikan Nasional 2008), metode pengajaran lisan memiliki kelemahan terutama jika tidak disertai dengan peragaan. Slameto (1988) menyarankan seharusnya menggunakan banyak metode penyampaian agar materi dapat efektif diterima. Nilai minus yang dihasilkan pada ketiga indikator tersebut merupakan hasil dari penyampaian materi teknis yang hanya dilakukan dengan metode verbal.

Jika dicermati lebih lanjut pada modul pelatihan, modul yang disusun juga tidak membahas hal teknis secara langsung. Seperti pada dimensi *prosuming skill*, yang membutuhkan keterampilan teknis dalam menguasai beragam aplikasi pembuat konten. Semakin banyak keterampilan teknis yang dikuasai oleh seseorang, akan semakin baik tingkat literasi media sosial pada tataran *prosuming skill*. Pelatihan yang diberikan pada responden tentunya tidak mengakomodir sampai pada pembahasan teknis penggunaan aplikasi pembuat konten. Hal ini menjadi catatan dalam temuan hasil penelitian.

Pada Tabel 1, dimensi *critical consuming* adalah dimensi yang ketiga indikatornya memiliki nilai *gain score* di atas 5000. *Gain score* yang tinggi ini menunjukkan peningkatan yang

cukup baik atas literasi media sosial mereka sebagai dampak dari perlakuan dari studi eksperimen. Ketiga indikator yang terdapat dalam dimensi *critical consuming* ini lebih banyak melibatkan kemampuan individu untuk menafsirkan isi media dalam konteks sosial, ekonomi, politik dan budaya tertentu. Keterampilan tafsir ini tidak melibatkan penggunaan alat bantu dan teknologi, melainkan hanya melibatkan cara pandang seseorang. Oleh karena itu, materi yang disampaikan secara verbal dalam perlakuan studi eksperimen ini sudah cukup efektif untuk mendapatkan peningkatan.

Selain itu, pada *dimensi prosuming critical*, terdapat satu indikator, yaitu indikator *participation* dengan nilai gain score sebesar +10.000. Pada indikator *creation* juga mendapatkan peningkatan nilai meski hanya sebesar +1.250. Secara keseluruhan, indikator yang berada pada dimensi *critical* mendapatkan peningkatan yang lebih besar daripada indikator yang berada pada dimensi fungsional. Dimensi *critical* banyak berbicara tentang nilai dan ideologi yang artinya banyak melibatkan indra, pemikiran, dan cara pandang seseorang. Karena tidak melibatkan alat bantu dan teknologi, indikator-indikator pada dimensi *critical* ini dapat efektif meningkat dengan metode penyampaian materi secara lisan.

Setelah dilakukan perhitungan *gain score*, selanjutnya dilakukan analisis dimensi untuk mengetahui signifikansi kenaikan sebagai hasil dari adanya perlakuan terhadap para pegawai humas pemerintah daerah. Uji signifikansi ini dimulai dengan uji prasyarat. Uji signifikansi dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi atas perubahan, baik itu peningkatan maupun penurunan, yang terjadi atas perlakuan berupa pelatihan dalam studi eksperimen ini.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Data pada uji normalitas diperoleh dari hasil *pretest* dan *posttest*. Uji normalitas dilakukan menggunakan bantuan program komputer SPSS for windows 13.00 dengan rumus *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$).

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Dimensi	Pre. Eks	Post. Eks	Pre Kontrol	Post Kontrol
<i>Consuming Critical</i>	0.741	0.076	0.812	0.768
<i>Prosuming Functional</i>	0.660	0.865	0.638	0.319
<i>Consuming Functional</i>	0.352	0.704	0.406	0.623
<i>Prosuming Critical</i>	0.676	0.809	0.940	0.512

Sumber: Olah data peneliti

Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas pada *pretest* dan *posttest* kelas eksperimen maupun kelas kontrol pada seluruh dimensi mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 atau ($p > 0.05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data penelitian pada kelas eksperimen maupun kelas kontrol pada keempat dimensi terdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Homogenitas

Dimensi	Pre test	Post test
<i>Consuming Critical</i>	0.126	0.149
<i>Prosuming Functional</i>	0.096	0.510
<i>Consuming Functional</i>	0.758	0.383
<i>Prosuming Critical</i>	0.803	0.155

Sumber: Olah data peneliti

Tabel 3 menunjukkan bahwa untuk data *pretest* dan *posttest* diketahui nilai signifikansi pada keempat dimensi lebih besar dari 0.05 ($p > 0.05$). Artinya data pada kelas eksperimen maupun kelas kontrol tersebut bersifat homogen, sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan

Uji-T.

Tabel 4. Hasil Uji T-Test

Dimensi	Pre test	Post test
<i>Consuming Critical</i>	0.084	0.060
<i>Prosuming Functional</i>	0.652	0.561
<i>Consuming Functional</i>	0.895	0.796
<i>Prosuming Critical</i>	0.632	0.406

Sumber: Olah data peneliti

Berdasarkan hasil uji T-Test pada tabel 4, dimensi *consuming functional* menunjukkan adanya penurunan nilai kesalahan (dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner) pada *pretest* dan *posttest*. Meski nilai kesalahan berkurang dari 0.895 menjadi 0.796, tetapi tetap dianggap tidak signifikan karena nilai tersebut lebih besar 0.05. Dari data *pretest* dan *posttest* pada dimensi *consuming functional* dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan literasi, tetapi peningkatannya tidak signifikan.

Hasil uji-T pada dimensi *prosuming functional* menunjukkan nilai 0.652 pada hasil *pretest* dan 0.561 pada hasil *posttest*. Meski terjadi penurunan jumlah kesalahan, tetapi nilai signifikansi pada T-test *posttest* masih berada di atas nilai batas maksimum kesalahan yang ditetapkan sebesar 5%. Sama halnya dengan dimensi *consuming functional*, dimensi *prosuming functional* juga mendapatkan peningkatan literasi dengan adanya perlakuan dari studi eksperimen ini, tetapi peningkatan ini tidak signifikan.

Nilai signifikansi dari hasil uji T-test *pretest* pada dimensi *consuming functional* menunjukkan nilai 0.084, sedangkan pada nilai *posttest* menunjukkan nilai 0.060. Dari tabel 4 terlihat nilai signifikansi dimensi *consuming functional* nyaris mendekati batas maksimal kesalahan yang ditetapkan sebesar 5%, yaitu 6%. Dimensi ini adalah dimensi dengan nilai kesalahan paling sedikit dibanding dengan dimensi lain. Namun, meski hanya terpaut 1% atau sebesar 0,01, hasil peningkatan keterampilan literasi media sosial dimensi *critical consuming* tetap dianggap tidak signifikan.

Meski memiliki nilai kesalahan terendah, masih perlu dicermati bahwa dalam dimensi ini peningkatan hasil uji T tidak terlalu banyak. Tingkat kesalahan pada dimensi *critical consuming* hanya berkurang 0.024, paling rendah bila dibandingkan dengan dua dimensi sebelumnya (0.999 dan 0.091). Penurunan tingkat kesalahan yang rendah ini tidak sejalan dengan besaran *gain score* yang tinggi. Anomali ini ada hubungannya dengan nilai *pretest* kelompok eksperimen yang lebih tinggi. Para responden telah memiliki modal keterampilan literasi media sosial yang baik pada dimensi *consuming critical* bahkan sebelum pelaksanaan studi eksperimen diterapkan. Hasil ini sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya (BPPKI Yogyakarta 2017; Putra 2017).

Hasil uji signifikansi pada dimensi *prosuming critical* menunjukkan nilai 0.632 pada *pretest* dan 0.406 pada *posttest*. Terjadi penurunan sebesar 0.226 setelah diberikan perlakuan berupa pelatihan. Namun, penurunan ini masih dianggap tidak signifikan karena tingkat kesalahan pada *posttest* masih berada jauh di atas 5% atau 0.050.

Jika memperhatikan di keempat dimensi yang telah disajikan, kesemuanya terjadi peningkatan literasi media sosial setelah diberikan perlakuan berupa pelatihan literasi media sosial. Namun, kesemua bentuk peningkatan tersebut masih dianggap tidak signifikan, meskipun untuk dimensi *critical consuming* nilainya sudah mendekati signifikan. Jika merujuk pada pemikiran Arikunto (2019) memang seharusnya perlakuan dilakukan tidak hanya sekali, tetapi beberapa kali. Perlakuan dalam studi eksperimen memiliki langkah kerja. Semangat yang sejalan dengan temuan Rosenbaum, et al. (2008) bahwa literasi media tidak hanya berkaitan dengan

persoalan pengetahuan dan *skill*, tetapi juga suatu *state of mind* yang memerlukan monitoring secara berkelanjutan. Arikunto mencontohkan jika dalam dunia pendidikan, langkah kerja ini semacam Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) Silabus. Dalam RPP Silabus tersebut akan menunjukkan berapa banyak perlakuan yang akan digunakan dalam sebuah studi eksperimen. Namun, prosedur tersebut tidak diterapkan dalam penelitian ini, karena fokus pengujian dalam penelitian ini adalah modul yang disusun oleh tim Ahli literasi media sosial.

KESIMPULAN

Perlakuan berupa pelatihan yang diberikan kepada pegawai humas daerah, telah mampu memberikan peningkatan pada tujuh dari sepuluh indikator literasi media sosial yang diujikan. Indikator *consuming skill*, *prosuming skill*, dan *distribution* yang merupakan indikator yang bersifat teknis dan melibatkan alat bantu dan teknologi, tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam keterampilan literasi media sosial.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa tingkat literasi media sosial tidak berhubungan langsung dengan jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan. Metode penyampaian verbal juga ditemukan sebagai kelemahan dari perlakuan sekaligus penyebab ketiga indikator pada dimensi fungsional bernilai negatif. Penyampaian materi teknis seharusnya disertai dengan praktik langsung oleh peserta karena banyak berkaitan dengan keterampilan teknis yang melibatkan penggunaan alat bantu dan teknologi.

Di sisi lain, dimensi *critical consuming* menunjukkan hasil yang berbeda. Dimensi ini adalah satu-satunya yang memiliki rapor hijau pada ketiga indikatornya, yaitu indikator *analysis*, *evaluation* dan *participation*. Ketiga indikator ini lebih banyak melibatkan kemampuan individu untuk menafsirkan isi media dan tidak melibatkan penggunaan alat bantu dan teknologi sehingga materi yang disampaikan secara verbal dalam perlakuan studi eksperimen mampu menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Ke depan, perlu adanya pembedaan tegas antara modul untuk dimensi *critical* dan modul untuk dimensi fungsional. Pengembangan materi modul perlu dilakukan pada materi untuk peningkatan dimensi fungsional terutama materi yang berkaitan dengan langkah-langkah praktis untuk menguasai keterampilan teknis. Pelatihan sebagai bentuk perlakuan studi eksperimen ini tidak hanya dilakukan dengan metode verbal, tetapi juga disertai dengan metode praktik agar peserta benar-benar paham dan menguasai keterampilan teknis. Untuk mendapatkan peningkatan literasi yang signifikan, perlu dirancang pelatihan yang dapat dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan karena literasi media sosial tidak dapat ditingkatkan secara signifikan dalam sekali pelatihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian (BPSDMP) Komunikasi dan Informatika Yogyakarta, Bapak Nur Zaini dan Ibu Emmy Poentarie yang telah mendukung dalam melaksanakan penelitian ini yang telah mendukung dalam melaksanakan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada penyusun modul, Bapak Wisnu Martha Adiputra, Vieka Aprillya Intanny dan Novian Anata Putra, keduanya merupakan kontributor utama artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2019.
- Baskerville, N B, S Azagba, C Norman , K McKeown , and K S Brown . "Effect of Digital Social Media Campaign on Young Adult Smoking Cessation." *Nicotine & Tobacco Research Advance* 18, no. 3 (2015): 351-360.
- Bertot, J C, P Jaeger, S Munson , and T Glaisyer. "Social Media Technology and Government Transparency." *IEEE Computer Society* 43, no. 11 (2011): 53-59.
- BPPKI Yogyakarta. *Kompetensi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah*. Laporan Penelitian: Yogyakarta, 2017
- Brom , J C, M Preuss, and D Klement. "Are Educational Computer Micro-Games Engaging and Effective for Knowledge Acquisition at High School? A Quasi Experimental Study." *Computer & Education* 57, no. 13 (2011): 1971-1988.
- Caldwell, J E. "Clickers in The Large Classroom: Current Research and Best-Practices Tips." *CBE-Life Sciences Education* 6, no. 1 (2007): 9-20.
- Chen, D T, J Wu, and Y M Wang. "Unpacking New Media Literacy." *Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics* (2011): 84-88.
- Cinthia, Wijaya, Kardinal, and Cholid Idham. "Analisis Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Literasi Keuangan Warga di Komplek Tanah Mas." nd
- Cook , T, and D Campbell. *Quasi-Experimentation: Design & Analysis Issues For Field Settings*. Boston : Houghton Mifflin Company, 1979.
- Cutlip , S M, A H Center, and G Broom. *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall International, 2000.
- Direktorat Tenaga Kependidikan, Dinas Pendidikan Nasional. *Strategi Pembelajaran dan Pemilihannya*. Jakarta, 2008.
- Graham , M , and E J Avery. "Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level." *Public Relations Jurnal* 7, no. 4 (2013).
- Grunig, J E, and T Hunt. *Model of Public Relations and Communication*. Excellence in Public Relations and Communications Management, 1992, 285-325.
- Hand , L C, and B D Ching. "You Have One Friend Request: An Exploration of Power and Citizen Engagement in Local Governments." *Administrative Theory and Practise* 33 (2011): 362-382.
- Hoobs, R. "News Literacy: What Works and What Doesn't." Denver, 2010
- Jenkins, H. "Cultural Logic of Media Convergence." *Journal of Cultural Studies* 7, no. 1 (2004): 33-43.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: When Old and New Media Collide*. NY: New York University Press, 2006.
- Kerlinger, F N, and H Lee. *Foundation of Behavioral Research*. College Publisher, 2000.
- Kietzmann, J H, K Hermkens, I P McCarthy, and B S Silvestre. "Social Media? Get Serious! Understanding the Funcional Building Blocks of Social Media." *Business Horizons* 54, no. 3 (2011): 241-251.
- Kovach, Bill, and T Rosenstiel. *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*. New York: Bloomsbury Publishing USA, 2011.

- Lévy, Pierre. "From social computing to reflexive collective intelligence: The IEMML research program." *Information Sciences* 180, no. 1 (2010): 71-94.
- Lewandowsky, S, K Oberauer, and G E Gignac. "NASA Faked the Moon Landing-Therefore, (Climate) Science is a Hoax: An Anatomy of the Motivated Rejection on Science." *Psychological Science* 24, no. 5 (2013): 622-633.
- Lin, B T, Li, Y J, F Deng, and L Lee. "Understanding New Media Literacy: An explorative theoretical framework." *Journal of Educational Technology and Science* 16, no. 4 (2013): 160-170.
- Marchi, R. "With Facebook, Blogs, and Fake News, Teen Reject Journalistic "Objectivity"." *Journal of Communication Inquiry* 36, no. 3 (2012): 246-262.
- Piliang, Yasraf Amir. *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Postmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- Potter, J W. *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. London: Sage Publication, 2004.
- Potter, James W. *Media Literacy*. second edition. London: Sage Publications, 2001.
- Putra, N A. "Literasi Media Sosial Humas Pemerintah." *Informasi* 47, no. 1 (2017): 271-284.
- Rosenbaum , J E, J W Beentjes, and R P Konig. "Mapping Media Literacy: Key Concepts and Future Directions." *Annals of the International Communication Association* 32, no. 1 (2008): 313-353.
- Slameto. *Belajar dan Fakto-Faktor yang Mempengaruhinya*. Bina Aksara, 1988.
- Stouffer, A S, L Guttman , E A Suchman, P F Lazarsfeld, S A Star, and J A Clausen. *Measurement and Prediction*, 1950.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif* . Bandung : Alfabeta, 2014.
- Trees, A R, and M H Jackson. "The Learning Environment in Clickers Classromms: Student Processes of Learning and Involvement in Large University-Level Courses Using Student Response System." *Learning, Media and Technology* 32, no. 1 (2007): 21-40.
- Tsalitsa, Alina, and Yanuar Rachmansyah. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi terhadap Pengambilan Kredit pada PT. Columbia Cabang Kudus." *Media Ekonomi dan Manajemen* 31, no. 1 (2016): 1-13.
- Wang , A, M Zhang, and I H Hann. "Socially Nudged: A Quasi -Experimental Study of Friends' Social Influence in Online Product Ratings." *Information Systems Research* 29, no. 3 (2018): 641-655.
- Wardani , Deta Shinta K. "Pengaruh Pelatihan Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Efikasi Diri Mahasiswa." *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan* 1, no. 2 (2012): 1-7.
- Ya-Ting C, Y, and W Wan-Chi I. "Digital Storytelling for Enhancing Student Academic Achievement, Critical Thinking, and Learning Motivation: A Year Long Experimental Study." *Computer & Education* 59, no. 2 (2012): 339-352.

Perbandingan Paradigma Otoritarianisme dan Demokrasi dalam Regulasi Media Massa di Indonesia

Comparing Authoritarianism and Democracy Paradigm in Mass Media Regulations in Indonesia

Puji Rianto

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Psikologi dan Sosial Budaya,
Universitas Islam Indonesia, Indonesia, Jl. Kaliurang Km 14,5, Ngaglik, Sleman,
Yogyakarta, Indonesia

puji.rianto@uii.ac.id

Naskah diterima: 7 Oktober 2019, direvisi: 3 November 2019, disetujui: 6 Desember 2019

Abstract

This study aims to compare the paradigms of media regulation in Indonesia, namely print media (press), broadcasting, and film. Using a comparative study, this research found that the dominant paradigms underlying media regulation in Indonesia varied. Press regulations adhere to the democratic paradigm, while broadcasting adheres to a semi-democratic paradigm, and films tend to be authoritarian. Several factors have led media regulation in Indonesia to adopt varied paradigms, such as the weakening of civil society pressure, powerful oligarchs in the politics of media policy in Indonesia, and the strengthening of the pro-status quo group (especially the government) who wishes the government to act as a media regulator as in the New Order era. These factors influence the choice of paradigms adopted in developing media regulation in Indonesia.

Keywords: *comparative regulation, paradigm, media, authoritarianism, democracy*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan melakukan perbandingan terhadap paradigma regulasi media di Indonesia, yakni media cetak (pers), penyiaran, dan film. Dengan menggunakan studi komparasi, penelitian ini menemukan bahwa paradigma dominan yang mendasari regulasi media di Indonesia berbeda-beda. Regulasi pers menganut paradigma demokratis, penyiaran semi demokratis, sedangkan film cenderung otoritarian. Ada banyak faktor yang menyebabkan regulasi media di Indonesia menganut paradigma yang berbeda-beda, di antaranya semakin lemahnya tekanan masyarakat sipil, kuatnya oligarki dalam politik kebijakan media di Indonesia, serta menguatnya kelompok status quo (terutama pemerintah) yang menghendaki pemerintah sebagai regulator media seperti era otoritarianisme Orde Baru. Faktor-faktor ini memberikan pengaruh terhadap pilihan paradigma yang dianut dalam mengembangkan regulasi media di Indonesia.

Kata kunci: *komparasi regulasi, paradigma, media, otoritarianisme, demokrasi.*

PENDAHULUAN

Setiap regulasi hampir selalu didasarkan pada paradigma dan filsafat tertentu, yang mendasari bagi pengaturan keseluruhan sistem pengoperasian media (Siebert et.al. 1986; Rivers et.al 2003; Neuman, McKnight, dan Solomon 1993). Sebagai contoh, regulasi yang didasarkan pada paradigma libertarian (demokrasi) akan memberikan kekuasaan yang lebih luas pada individu (dan perusahaan-perusahaan swasta) dibandingkan negara. Sebaliknya, regulasi yang menganut paradigma otoritarian akan memberikan kekuasaan dan kontrol kuat kepada negara. Dalam sistem otoritarian, pers hanya bertindak sebagai pengabsah kebenaran yang dipasok penguasa, sedangkan dalam sistem libertarian pers justru yang mengontrol pemerintah (Merril 1991 dalam Malik et.al 1993).

Hukum dan regulasi media merupakan produk politik (Chakravartty dan Sarikakis 2006; Wahyuni 2007; Rasul & McDowell 2012), dan karenanya merupakan pertarungan beragam kelompok, yang masing-masing mempunyai kepentingan dan paradigmanya sendiri dalam menyusun regulasi media. Bahkan, di era globalisasi sekarang ini, aktor yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan (*decision-making*) tidak hanya berada di tingkat nasional, tetapi juga internasional sehingga aktor-aktor yang memengaruhi proses kebijakan tidak hanya pemerintahan nasional dan aktor lokal, tetapi juga lembaga-lembaga supranasional, jaringan-jaringan internasional, dan perusahaan (MNCs/TNCs) (Chakravartty dan Sarikakis 2006). Studi Wahyuni (2006) mengenai UU No. 32/2002 tentang penyiaran menjadi contoh menarik bagaimana pertarungan kelompok-kelompok itu berlangsung, yang kemudian menentukan paradigma dan corak regulasinya. Studi Rahayu dkk (2015) mengenai liberalisasi telekomunikasi di Indonesia juga menunjukkan betapa aktor-aktor global seperti IMF dan Bank Dunia sangat berperan dalam mendorong liberalisasi di Indonesia. Liberalisasi menjadi kata kunci kebijakan yang didorong oleh IMF dan Bank Dunia karena dalam kedua institusi inilah paradigma liberalisasi pasar bersemayam (Chorev dan Babb 2009). Ini menunjukkan bahwa paradigma suatu regulasi sangat ditentukan oleh kepentingan dan paradigma yang dibawa oleh masing-masing aktor dalam proses kebijakan.

Thomas Kuhn (Ritzer 2016) mengemukakan bahwa paradigma adalah suatu pandangan yang mendasar tentang apa yang menjadi pokok persoalan (*subject matter*) dari suatu cabang ilmu. Dengan berpijak pada Kuhn dan beberapa ilmuwan sosial, George Ritzer (2016: 6) merumuskan paradigma sebagai pandangan yang mendasar dari ilmuwan tentang apa yang menjadi pokok persoalan yang semestinya dipelajari oleh suatu cabang ilmu pengetahuan. Dalam kaitan ini, paradigma membantu merumuskan tentang apa yang harus dipelajari serta aturan-aturan apa yang mesti dijawab, bagaimana seharusnya menjawabnya serta aturan-aturan apa yang harus diikuti dalam menginterpretasikan informasi yang dikumpulkan dalam rangka menjawab persoalan-persoalan tersebut. Dalam perspektif yang lebih luwes, paradigma adalah suatu "*worldview*", suatu kerangka berfikir dalam melihat fenomena (McQuail 2013), bagaimana suatu soal dilihat dan pada akhirnya diorganisasikan?

Dalam kerangka regulasi media, Abrar (2008) mengemukakan bahwa paradigma lebih kepada kerangka cita-cita yang menjadikan tujuan kebijakan komunikasi tersebut. Dalam sistem media, ada dua paradigma besar, yakni otoritarianisme dan libertarianisme. Kedua paradigma ini dikembangkan berdasarkan pertanyaan filosofis menyangkut masalah-masalah tentang hakikat manusia, hakikat masyarakat, hakikat hubungan manusia dengan negara serta hakikat kebenaran dan pengetahuan (Siebert et. al. 1986).

Siregar (2012) mengusulkan suatu kerangka kerja untuk menilai regulasi media yang

demokratis. Menurutnya, indikator sebuah negara demokratis adalah adanya jaminan kemerdekaan berekspresi (*freedom of expression*), kemerdekaan berbicara (*freedom of speech*), dan kemerdekaan pers (*freedom of the press*) sebagai jaminan hak sipil dan politik. Namun, menurut Siregar, ketiga jaminan tersebut tidaklah cukup. Sebaliknya, harus ada jaminan terhadap keberagaman suara (*diversity of voices*), keberagaman isi (*diversity of content*), dan keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*). *Diversity* ini dapat terwujud jika ada pelaksanaan keadilan dan penghormatan terhadap minoritas. Artinya, media tidak hanya melayani kelompok-kelompok masyarakat mayoritas yang mempunyai daya beli, tapi kelompok minoritas. Menurut Siregar (2012), jaminan terhadap *diversity* ini penting karena tanpa ada jaminan semacam itu akan membuka peluang bagi munculnya otoritarianisme baru, otoritarianisme kapital, dan oligopoli oleh segelintir orang atas nama *freedom*, dan dengan sendirinya membunuh demokrasi. Di negara-negara Eropa, kemerdekaan dan pluralisme telah menjadi tujuan penting bagi regulasi media (Brogi dan Parcu 2014).

Regulasi merupakan sejenis program pengaturan yang dilakukan oleh pemerintah guna mendapatkan dampak-dampak khusus. Regulasi mempunyai kaitan erat dengan negara (Wahyuni 2007; Rasul & McDowell 2012). Dalam praktiknya, regulasi media ditentukan oleh nilai-nilai ekonomi dan politik menurut suatu kebebasan media secara khusus, dan kebebasan berbicara secara umum. Regulasi media pada dasarnya dilakukan untuk menjamin hak-hak warga negara untuk mendapatkan isi media yang baik dan akses yang memadai. Oleh karena itu, regulasi media biasanya didasarkan atas dua pendekatan, yakni *content-based regulations* dan *access-oriented regulations* (Croteau dan Hoyness 2006).

Regulasi yang didasarkan isi media (*content-based*) ditujukan untuk mempromosikan atau membatasi (*undermines*) kepentingan publik (Croteau dan Hoyness 2006). Ada dua pendekatan yang biasa digunakan. Pendekatan pertama ditujukan untuk membatasi tipe-tipe tertentu isi media atau untuk pembatasan terhadap akses tipe-tipe isi media tertentu. Kebijakan semacam ini, misalnya, dapat dilihat dari pembatasan *content* pornografi. Pendekatan kedua dikenal sebagai pemasukan tipe-tipe isi media tertentu (*the mandatory inclusion of certain types media*). Termasuk dalam pendekatan ini adalah kewajiban lembaga penyiaran untuk, misalnya, memberikan alokasi terhadap program-program siaran yang ditujukan untuk pendidikan anak. Pendekatan yang lebih menitikberatkan pada upaya-upaya untuk mempromosikan *content* positif demi memperkuat demokrasi jauh lebih bisa diterima. Pembatasan isi media adalah upaya untuk melindungi kepentingan publik (*public interest*) dengan mencegah atau membatasi isi media yang “negatif” atau “berbahaya”. Namun, di luar itu, dibutuhkan suatu regulasi media yang mendorong dan lebih-lebih memerlukan isi media yang memberikan kontribusi bagi *public sphere* yang ramai (Croteau dan Hoyness 2006).

Regulasi media telah menjadi tema bagi banyak penelitian dengan beragam pendekatan (Wahyuni 2006; Tai 2014; Rasul & McDowell 2012; Nugroho et.al 2012; Veneti dan Karadimitriou 2013; Neuman, McKnight dan Solomon 1993). Beberapa studi menggunakan perspektif ekonomi politik (Sudibyo dan Patria 2013; Sudibyo 2009). Namun, tidak banyak studi yang berusaha menggali paradigma atau cara berfikir dari keseluruhan regulasi media, yang dalam konsep penelitian ini disebut sebagai paradigma. Padahal, paradigma atau ‘cara berfikir’ dalam menyusun regulasi tidak hanya menentukan arah atau cita-cita serta regulasinya, melainkan termasuk dalam menentukan sistem medianya (Masduki 2017; Halin dan Mancini 2004; Rohrhofer 2014). Atas dasar itu, penelitian ini akan mengkaji paradigma regulasi media massa di Indonesia, terutama media cetak (UU Pers), penyiaran (UU Penyiaran), dan film (UU Film) dengan menggunakan studi komparasi. Internet atau media baru tidak dimasukkan dalam kajian ini karena sifatnya yang berbeda dibandingkan dengan media konvensional (Lister et. al 2009;

Chaffee dan Metzger 2001; Kaul 2012). Studi ini penting dilakukan karena meskipun regulasi bersandar pada konstitusi yang sama, yakni pasal 28 F UUD 1945, tetapi implementasinya untuk setiap undang-undang dapat saling berbeda atau bahkan bertolak belakang. Intepretasi atas pasal 28 F bahwa negara menjamin hak asasi warga negara di bidang komunikasi. Jaminan itu hanya mungkin dilaksanakan dalam sistem demokrasi (Pandjaitan dan Siregar 2006). Namun, dalam ketiga regulasi media massa di Indonesia, berbeda-beda dalam implementasinya. Ada yang menggunakan prinsip pengaturan sendiri (*self-regulation*), tapi ada yang menyertakan sensor di dalamnya. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan komparasi atas ketiga regulasi itu. Dengan studi komparasi, peta paradigma masing-masing regulasi dapat lebih mudah digambarkan sehingga dapat dilakukan kritik dan koreksi atas masing-masing regulasi. Selain itu, studi komparasi akan memungkinkan dirumuskannya suatu gagasan atau pemaknaan baru (Bahm 2003) mengenai (paradigma) regulasi di Indonesia sehingga dapat dirumuskan rekomendasi yang tepat bagi regulasi media massa di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan studi komparasi dengan membandingkan paradigma tiga regulasi media massa di Indonesia, yakni media cetak, media televisi, dan film. Untuk membandingkan paradigma masing-masing regulasi media massa, penelitian ini menggunakan tiga variabel, yakni keberadaan sensor dalam setiap regulasi, regulator media, dan jaminan atas keberagaman (*diversity*). Berdasarkan tiga variabel ini, paradigma regulasi media dikategorikan menjadi tiga, demokratis, otoritarianisme, dan semi demokratis.

Pada tahap awal, penulis melakukan studi pustaka dan dokumentasi. Seperti kebiasaan dalam studi komparasi (Pickvance 2001) di mana data dikumpulkan dari beberapa kasus, maka pada tahap awal ini, peneliti mencari seluruh peraturan perundangan di masing-masing media dengan mengandalkan mesin pencari di internet, baik dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, ataupun peraturan menteri. Peraturan perundangan yang menjadi pokok analisis disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Peraturan Perundangan yang menjadi Objek Analisis

No.	Undang-Undang	Peraturan Pemerintah
1	Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers	Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Swasta
2	Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran	Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Berlangganan
3	Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2009 tentang Film	Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Komunitas

Penulis juga mencari sumber-sumber kepustakaan untuk menemukan kajian-kajian awal mengenai masing-masing regulasi media massa. Termasuk berbagai berita di media daring yang membahas konteks kelahiran dan implementasi masing-masing regulasi. Kajian awal ini menjadi titik tolak peneliti untuk merumuskan pertanyaan penelitian dan strategi perbandingan.

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis dengan berpijak pada dasar teoretik untuk mengukur demokratis tidaknya sebuah regulasi. Dalam penelitian ini, ukuran yang digunakan adalah ada tidaknya sensor dalam peraturan perundangan itu, siapa yang menjadi

regulator, dan keberadaan pasal-pasal yang menjamin keberagaman, baik keberagaman isi dan kepemilikan. Untuk melengkapi analisis, dimasukkan dimensi kepentingan publik dalam regulasi siaran. Dimensi ini untuk menjawab mana sistem yang lebih menjamin kepentingan publik? Dari hasil analisis ini, kemudian ditarik kesimpulan (Miles dan Huberman 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memudahkan paparan hasil penelitian, uraian pada bagian ini akan dibagi menjadi dua subbagian, yakni paparan secara deskriptif paradigma masing-masing regulasi dengan bersandar pada tiga indikator utama, yakni sensor, regulator, dan jaminan keberagaman. Paparan dilanjutkan dengan analisis komparatif atas ketiga regulasi. Uraian ditutup dengan melacak faktor penyebab yang menjadi dasar perbedaan paradigma dalam regulasi media di Indonesia dan posisi kepentingan publik.

Paradigma Regulasi Pers

Dilihat dari beberapa indikator, regulasi pers menjadi yang paling demokratis di antara peraturan perundangan lainnya. Dirumuskan segera setelah reformasi, undang-undang pers membalik UU Pokok Pers yang telah melahirkan banyak korban pembredelan dan sensor seperti majalah *Detik*, *Tempo*, dan sebagainya. Menariknya, UU Pers No. 40/1999 tidak mempunyai aturan turunan dalam bentuk Peraturan Pemerintah sebagaimana lazimnya undang-undang di Indonesia. Sebaliknya, Dewan Pers yang menjadi "regulator" mempunyai wewenang dalam menerbitkan aturan sehingga prinsip-prinsip *self-regulation* dapat diterapkan dengan relatif lebih baik.

Sensor dalam UU Pers. Pasal 4 UU Pers No 40 tahun 1999 ayat (1) menyatakan bahwa "Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara." Kemudian, sebagai wujud pelaksanaan atas hak asasi warga negara tersebut, ayat 2 pasal yang sama menyatakan, "Terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan atau pelarangan penyiaran." Tidak hanya itu, agar pers dapat melaksanakan tugas dan fungsinya dalam melayani hak warga negara, pasal 4 ayat (3) menyatakan bahwa untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyebarkan gagasan dan informasi. Wartawan juga dilindungi dalam tugasnya. Ayat (4) menyatakan, "Dalam mempertanggungjawabkan pemberitaan di depan hukum, wartawan mempunyai Hak Tolak."

Pasal 4 ini memberikan jaminan terhadap kemerdekaan pers dengan tidak memberikan ruang bagi penguasa untuk menyensor ataupun membredel pers nasional sebagaimana sering terjadi pada masa Orde Baru. Sebaliknya, pers dilindungi dari niat jahat yang berusaha untuk menghalangi kemerdekaan pers. Orang yang menghalangi wartawan yang akan melaksanakan tugas profesionalnya justru diancam dengan hukuman (pasal 18), "Setiap orang yang secara melawan hukum dengan sengaja melakukan tindakan yang berakibat menghambat atau menghalangi kemerdekaan pers dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima ratus juta rupiah)."

Pasal 4 dan pasal 18 menjamin kebebasan wartawan dalam dua segi, yakni bebas untuk (melaksanakan kerja-kerja jurnalis) dan bebas dari (tekanan pihak lain dalam melaksanakan kerja jurnalis). Dengan dijaminnya wartawan dari sensor dan pembredelan serta ancaman dari pihak-pihak yang menghambat kemerdekaan pers dengan pidana, wartawan terbebas dari tekanan pihak lain untuk melaksanakan peran dan fungsinya dalam melayani hak warga negara. Ini sangat berbeda jika dibandingkan dengan pada masa Orde Baru (dan juga Orde Lama) di mana wartawan dan pers banyak mendapatkan intimidasi untuk menyiarkan informasi yang

mempunyai nilai kontrol sosial.

Secara relatif, pasal 4 ayat (3) dan (4) memberikan independensi dan kemerdekaan kepada wartawan untuk melaksanakan kerja jurnalistik. Dengan jaminan pasal 4 (ayat 3 dan 4), wartawan menjadi jauh lebih leluasa untuk mendapatkan sumber-sumber informasi sensitif yang berkaitan erat dengan kepentingan publik. Informasi ini seringkali mengancam kekuasaan sehingga sedapat mungkin disembunyikan. Melalui jaminan pasal ini, wartawan menjadi lebih leluasa mendapatkan informasi karena dapat melindungi—seandainya ada proses di pengadilan karena berita yang disiarkannya—narasumber berita yang penting. Dengan begitu, narasumber akan mendapatkan keamanan pribadi dalam menyampaikan informasi kepada wartawan.

Regulator. Di negara demokrasi, pemerintah dhindarkan dari campur tangan terhadap kehidupan pers karena kerentanan yang ditimbulkan oleh penyalahgunaan kekuasaan. Di beberapa negara demokrasi, pers—dalam pengertian media cetak—tidak diatur, dan pengaturannya diserahkan kepada pers itu sendiri (*self regulation*) (Thomlinson dan Chambers, 2014; Fielden, 2012). Pengaturan sendiri juga lebih menjamin tercapainya demokrasi. Pada satu sisi, pengaturan sendiri menjamin publik karena nilai-nilai profesional jurnalis, sedangkan di sisi lain melepaskan diri dari pengaturan pemerintah yang juga adalah partisipan politik (Haraszti 2008). *Self-regulation* juga efektif dalam menegakkan prinsip kerja profesional jurnalis meskipun memerlukan insentif lebih lanjut (Fengler et.al 2015).

Prinsip pengaturan sendiri dianut dalam mengatur pers (dalam arti media cetak). Hal ini dapat dilihat dari keanggotaan Dewan Pers. Pasal 15 ayat (3) menyatakan bahwa keanggotaan Dewan Pers terdiri dari wartawan yang dipilih oleh organisasi wartawan; pimpinan perusahaan pers yang dipilih oleh organisasi perusahaan pers; tokoh masyarakat, ahli di bidang pers dan atau komunikasi, dan bidang lainnya yang dipilih oleh organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers. Ketentuan ini sangat berbeda jika dibandingkan dengan ketentuan yang ada pada pasal 6 dan pasal 7 UU No. 11 Tahun 1966. Dalam pasal 6 mengenai Dewan Pers UU No. 11, disebutkan bahwa keberadaan Dewan Pers untuk mendampingi pemerintah dalam membina pertumbuhan dan perkembangan pers nasional. Peranan pemerintah lebih superior dibandingkan dengan Dewan Pers. Sementara itu, terkait dengan keanggotaan Dewan Pers, meskipun pasal 6 ayat (2) menyatakan bahwa anggota Dewan Pers terdiri dari wakil-wakil organisasi pers dan ahli-ahli dalam bidang pers, tetapi pasal 7 ayat (1) menyatakan bahwa Ketua Dewan Pers adalah Menteri Penerangan. Ini mengindikasikan dengan sangat jelas kontrol pemerintah terhadap Dewan Pers, dan, dengan demikian, terhadap pers nasional.

Jaminan atas keberagaman. Pada dasarnya, media cetak atau pers tidak menggunakan *public domain* sehingga pengaturannya dapat bersandar pada *self-regulation*. Oleh karena itu, dengan menjamin wartawan atau jurnalis untuk bekerja secara profesional, keberagaman berita akan lebih terjaga. Ini berbeda jika dibandingkan dengan pers dalam negara otoriter di mana negara menyensor isi media. Akibatnya, hanya berita yang senada dengan penguasa diizinkan beredar sehingga yang kemudian terjadi bukanlah *public opinion*, tetapi *general opinion*. Dalam sistem demokrasi, diharapkan media akan mampu menampilkan diri sebagai 'ruang publik' demokratis.

Dalam rangka melindungi publik, UU No. 40/1999 juga memberikan solusi atas kasus-kasus defamasi atau pencemaran nama baik sehingga publik dapat dihindarkan dari penyalahgunaan kekuasaan oleh pers. Dalam menyelesaikan kasus pers yang merugikan kepentingan publik, pers berpijak pada pandangan bahwa persoalan yang diakibatkan oleh kerja jurnalistik seharusnya diselesaikan melalui jurnalistik juga. Atmakusumah Astraamadja mengemukakan bahwa "kata-kata balas dengan kata-kata." (Pandjaitan dan Siregar 2006: 26). Karya jurnalistik merupakan produk tulisan atau lisan (dalam media penyiaran) sehingga

penyelesaiannya haruslah dengan kata-kata juga. Oleh karena itu, UU No. 40/1999 memberikan mekanisme penyelesaian atas kerugian yang ditimbulkan oleh karya jurnalistik melalui mekanisme hak jawab dan koreksi (lihat pasal 5 ayat (2)). Selain itu, dalam pasal 7 ayat (2) menyatakan bahwa “Wartawan memiliki dan menaati kode etik jurnalistik.” Dengan demikian, kode etik jurnalistik menjadi kewajiban bagi wartawan. Dengan cara demikian, wartawan bukan saja bekerja secara profesional, tetapi sekaligus menghalanginya dari usaha untuk menyalahgunakan posisinya demi kepentingan pribadi.

Paradigma Regulasi Penyiaran

Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 sebenarnya dirancang dalam satu paket dengan Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999. Namun, ketika undang-undang pers disahkan, undang-undang penyiaran masih pada tahap awal. Undang-undang ini baru disahkan pada era Presiden Megawati Soekarno Putri. Situasi politik telah mengalami pergeseran sedemikian rupa terutama konsolidasi kekuatan *status quo* pada satu sisi, dan mulai mengendurnya kekuatan masyarakat sipil pada sisi lain.

Sebagai wujud dari pertarungan kepentingan, pada akhirnya, UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 merupakan wujud kompromi banyak pihak (Wahyuni 2006). Meskipun begitu, ada beberapa kemajuan penting bagi demokratisasi penyiaran, terutama jika dibandingkan dengan undang-undang penyiaran sebelumnya (UU No. 24 Tahun 1997). *Pertama*, lahirnya lembaga penyiaran publik (pasal 13) dan penyiaran komunitas (pasal 21). Pasal 14 ayat (1) menyatakan bahwa yang dimaksud sebagai lembaga penyiaran publik adalah “lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.” Sementara itu, pasal 21 ayat (1) menyatakan bahwa lembaga penyiaran komunitas adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.

Keberadaan lembaga penyiaran publik dan komunitas adalah baru, dan sangat penting bagi usaha membangun sistem penyiaran yang demokratis. Kedua jenis lembaga penyiaran ini tidak ditemukan dalam Undang-Undang No. 24 Tahun 1997. Pasal 10 ayat (1) undang-undang penyiaran tahun 1997 ini mengakui lembaga penyiaran pemerintah yang didefinisikan sebagai suatu unit kerja organik di bidang penyiaran di lingkungan Departemen Penerangan, yang diberi wewenang khusus, berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri, serta berkedudukan di ibu kota negara, yang stasiun penyiarnya berada di ibu kota negara, ibu kota propinsi, dan ibu kota kabupaten/kotamadya yang dianggap perlu. Keberadaan lembaga penyiaran pemerintah jelas bertentangan dengan demokrasi. Diakukannya lembaga penyiaran publik dan komunitas dalam UU Penyiaran No. 32 yang secara bersamaan menghapuskan lembaga penyiaran pemerintah adalah langkah maju bagi kebijakan media penyiaran di Indonesia menuju ke arah kebijakan yang lebih demokratis.

Sensor dalam Regulasi Penyiaran. Ada dua undang-undang yang secara langsung terkait dengan penyelenggaraan penyiaran, yakni UU Pers dan UU Film. UU Pers terutama untuk *content* siaran faktual (*news*), sedangkan UU Film untuk isi siaran nonfaktual. Oleh karena itu, produk jurnalistik terikat pada UU Pers, sedangkan produk siaran nonjurnalistik terutama film dan iklan terikat pada UU Film. Akibatnya, jika produk jurnalistik tidak diberlakukan sensor sebagaimana ketentuan UU Pers No. 40 tahun 1999, tetapi produk film dan iklan harus melalui sensor di LSF. Ini ditegaskan UU Penyiaran No. 32 pasal 47 yang menyatakan bahwa “Isi siaran dalam bentuk film dan/atau iklan wajib memperoleh tanda lulus sensor dari lembaga yang

berwenang". Keberadaan sensor ini bertentangan dengan prinsip-prinsip sistem penyiaran yang demokratis (Article IX 2002).

Regulator penyiaran. UU No. 24 Tahun 1997 pasal 7 ayat (1) menyatakan bahwa penyiaran dikuasai oleh Negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh Pemerintah. Ini adalah wujud otoritarianisme kebijakan dan hukum penyiaran di era sebelum reformasi. Namun, berdasarkan UU No. 32 Tahun 2002, regulator media penyiaran tidak lagi dipegang oleh pemerintah. Meskipun demikian, sebagaimana dicatat oleh Wahyuni (2007) dengan pendekatan politik media, mekanisme *self regulation* belum dapat dilaksanakan dengan baik. Sebaliknya, pemerintah masih turut campur tangan dalam regulasi penyiaran. Bahkan, posisi pemerintah sebagai regulator penyiaran semakin kuat jika dilihat pada peraturan di bawahnya (PP No. 50 Tahun 2005).

Upaya membangun regulator yang kuat dan independen di bidang penyiaran mengalami kegagalan ketika Mahkamah Konstitusi (MK) mengabulkan *Judicial Review* pihak swasta yang dimotori Asosiasi Televisi Seluruh Indonesia (ATVSI). MK mengabulkan poin penting yang mengakibatkan peran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai regulator penyiaran independen menjadi semakin marginal. Sebagai catatan, dari 22 pasal yang diajukan pihak swasta terhadap MK, hanya dua yang dikabulkan, yakni pasal 44 ayat (1) dan pasal 66 ayat (2). Pasal 44 ayat (1) terkait erat dengan koreksi jika ada kekeliruan pemberitaan tanpa adanya sanggahan, sedangkan pasal 66 ayat (2) terkait dengan peran KPI dalam menyusun Peraturan Pemerintah. Menurut MK, Peraturan Pemerintah harus disusun pemerintah, terlepas bahwa pemerintah dapat menerima masukan dari pihak manapun. Dengan tiadanya peran KPI dalam menyusun PP, peran KPI menjadi marginal. Dalam perkembangannya, KPI hanya mengawasi isi siaran.

Selain persoalan *Judicial Review* yang memarginalkan peran KPI, PP di bidang penyiaran (PP No. 49, PP No. 50, PP No. 51, dan PP No. 52) sebagai ketentuan pelaksanaan UU Penyiaran, meneguhkan kembali kedudukan pemerintah sebagai regulator penyiaran. Menurut Agus Sudibyo, dengan berusaha terus meneguhkan posisi pemerintah dalam regulasi siaran dan secara bersamaan menegasikan KPI, langkah-langkah Kemkominfo lebih sebagai usaha untuk melakukan rebirokratisasi sistem media penyiaran (Sudibyo 2009: xxvii). Nugroho, Siregar, dan Laksmi bahkan menyimpulkan jika PP berlawanan dengan UU Penyiaran sebagaimana dikemukakan berikut.

Isi PP 50/2005 berlawanan dengan sejumlah poin yang dimuat dalam UU Penyiaran, terutama yang berkaitan dengan proses perizinan dan kewajiban penerapan sistem siaran berjaringan. Bahkan, PP tersebut bertentangan dengan UU Penyiaran karena mengizinkan jaringan penyiaran untuk mencakup maksimal 75% dari keseluruhan provinsi di Indonesia (Nugroho, Siregar, dan Laksmi, 2012: 39).

Dalam perkembangan selanjutnya, pemerintah menjadi regulator utama dan mendapatkan kendali atas kebijakan dan regulasi penyiaran di Indonesia. KPI, di sisi lain, kurang mempunyai kewenangan dalam perizinan kecuali memberikan rekomendasi. Keputusan akhir tetap di Kemenkominfo dalam memperpanjang atau memberikan izin baru penyiaran. KPI lebih bertindak sebagai pengawas siaran (*media watch*) yang sering kali diabaikan oleh industri yang berorientasi *rating*.

Jaminan Keberagaman. Jaminan atas keberagaman menjadi indikator penting sistem demokrasi. Untuk menjamin keberagaman, UU No. 32 membatasi kepemilikan lembaga penyiaran baik jasa penyiaran radio dan televisi. Ini tertuang dalam pasal 31 untuk jasa penyiaran radio, dan pasal 32 untuk jasa penyiaran televisi. Kepemilikan silang juga dibatasi dalam UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 (pasal 33). Namun, dalam praktiknya, pembatasan itu tidak pernah bisa ditegakkan, dan sistem siaran di Indonesia didominasi oleh televisi Jakarta

yang siaran secara nasional (Rianto dkk, 2012). Akibatnya, keberagaman yang menjadi semangat pasal-pasal pembatasan ini tidak tercapai (Haryanto 2013). Sebaliknya, yang kemudian terjadi adalah pemusatan kepemilikan lembaga penyiaran di Indonesia terutama lembaga penyiaran yang berada dalam naungan Asosiasi Televisi Seluruh Indonesia (ATVSI).

Implementasi sistem siaran berjaringan juga gagal dilaksanakan karena kuatnya kepentingan swasta yang didukung oleh pemerintah. Padahal, implementasi siaran berjaringan merupakan faktor utama dalam mendemokratisasi penyiaran (Nugroho et.,al. 2012). Situasi ini mencerminkan kuatnya aliansi pemerintah dan swasta dalam membangun sistem penyiaran yang berorientasi kepada kepentingan mereka sendiri dibandingkan dengan kepentingan publik (Masduki 2017; Rasul dan McDowell 2012).

Paradigma Regulasi Film

Regulasi di bidang film yang bersandar pada UU No. 33 Tahun 2009 banyak mengundang kontroversial (Atmojo 2016). Dibandingkan dengan regulasi film sebelumnya, dalam hal sensor, undang-undang film yang baru tidak mengalami kemajuan signifikan. Sensor terus berlanjut, dan beberapa film tidak lolos sensor. Pada 2014, film *Noah* tidak lolos sensor karena ceritanya tidak sesuai dengan kisah yang diceritakan dalam Al Kitab dan Al Quran. Film *Senyap (the Look Silence)* karya Joshua Oppenheimer hanya dapat diputar untuk kalangan tertentu karena dilarang beredar oleh Lembaga Sensor Film (LSF) pada Desember 2014. Beberapa contoh ini menjadi indikasi kuat dianutnya paradigma otoritarian dalam UU Perfilman.

Sensor dalam Regulasi Film. Dalam sistem demokrasi, sensor dilarang. Manusia, dalam pandangan demokrasi, adalah makhluk rasional yang mampu memilah mana yang baik dan buruk (Pandjaitan dan Siregar 2006). Oleh karena itu, kebebasan berekspresi harus dihormati dan tidak dilakukan penyensoran terhadap pers atau media karena tindakan semacam ini akan menghalangi orang untuk mencari kebenaran (Rivers et.al 2003). Di sisi lain, paradigma otoritarian memandang bahwa penguasa yang berhak menentukan kebenaran. Mereka jugalah yang berhak menentukan mana yang baik dan yang buruk bagi masyarakat. Individu-individu dalam paradigma otoritarian dianggap sebagai tidak rasional. Hanya yang berkuasalah yang mempunyai rasionalitas semacam itu, dan karenanya tugas mereka adalah melindungi masyarakat. Dalam regulasi media, ini diterjemahkan melalui sensor. Regulasi film menganut paradigma atau cara berfikir demikian. Ini diatur dalam Bab VI mengenai sensor yang terdiri dari 10 pasal.

Pasal 57 ayat (1) menegaskan bahwa setiap film dan iklan film yang akan diedarkan dan/atau dipertunjukkan wajib memperoleh surat tanda lulus sensor. Penyensoran sebagaimana disebutkan pada ayat 2 pasal tersebut meliputi tema, gambar, adegan, suara, dan teks terjemahan. Tujuan penyensoran adalah “perlindungan terhadap masyarakat dari dampak negatif yang timbul dari peredaran dan pertunjukan film dan iklan film yang tidak sesuai dengan dasar, arah, dan tujuan perfilman Indonesia” (pasal 7 poin a PP No. 18 Tahun 2014). Pasal 25 ayat (3) lebih lanjut menyatakan, “penyensoran sebagai mata rantai pembinaan diarahkan guna menumbuhkan kemampuan untuk mengendalikan diri di kalangan insan perfilman dalam berkarya dan berkreasi sebagai perwujudan tanggung jawab, harkat, dan martabat bangsa”. Dari pasal-pasal yang disebutkan ini, dapat disimpulkan paradigma yang dibangun dalam membuat regulasi di bidang perfilman. Meskipun film dianggap sebagai usaha kreatif yang menjunjung tinggi kebebasan (pasal 5 UU No. 33), tetapi keseluruhan ukuran atas nilai kebenaran berada di tangan negara, yang dalam hal ini direpresentasikan oleh Lembaga Sensor Film (LSF). Anggota LSF yang terdiri 17 orang itulah yang menjadi pemegang otoritas dalam mendefinisikan apa yang baik dan buruk, benar dan salah, serta boleh dan tidak boleh ditonton

oleh masyarakat. Bahkan, dari keanggotaan, dapat dilihat peran pemerintah yang sangat penting dalam menentukan kelayakan sebuah film untuk ditonton. Pasal 64 ayat (1) menyatakan, "Anggota lembaga sensor film berjumlah 17 (tujuh belas) orang terdiri atas 12 (dua belas) orang unsur masyarakat dan 5 (lima) orang unsur Pemerintah." Dengan pemerintah mempunyai lima orang wakil di LSF, menjadi sulit bagi film-film yang kritis terhadap pemerintah dan penguasa untuk mendapat surat izin lolos sensor.

Dalam sejarahnya, sensor telah digunakan oleh rezim untuk membatasi film demi menjamin stabilitas dan tujuan-tujuan pembangunan identitas bangsa yang dirumuskan oleh rezim. Sen memberikan komentar mengenai hal ini sebagai berikut.

After 1965 censorship was at its most restrictive under the control of the New Order regime. Films that were seen to support political ideologies other than those of the New Order (particularly communism), or that addressed social or ethnic tension, were either banned or heavily cut. Moral instruction or moral resolution was often tacked on to the end of a film by the censors (Dikutip dari Tatyzo 2011: 10).

Pada masa setelah reformasi, hal itu terus terjadi dengan tidak lolosnya beberapa film yang dianggap kontroversial atau secara lebih tepat tidak sesuai dengan pandangan rezim.

Regulator. Ada dua lembaga nonpemerintah dalam regulasi film nasional, yakni LSF dan Badan Perfilman Nasional (BPI). Namun, peran BPI lebih pada usaha untuk mendorong perkembangan film nasional. Sebaliknya, lembaga yang mempunyai kewenangan untuk menentukan "kelayakan" film untuk ditonton oleh masyarakat adalah LSF. LSF adalah lembaga independen yang bertugas melakukan sensor (pasal 58). Sifat independen yang dilekatkan pada LSF ini menarik karena seolah-olah negara tidak mempunyai kepentingan untuk melakukan sensor film. Namun, jika dilihat dari komposisi anggota LSF, maka wakil pemerintah ada lima orang yang berasal dari urusan pemerintah bidang pendidikan, kebudayaan, komunikasi dan informasi, agama dan kreatif masing-masing satu orang. Dengan komposisi demikian, adalah sulit untuk membayangkan bahwa sensor tidak akan mengadopsi kepentingan-kepentingan kekuasaan atau secara lebih khusus pemerintah. Maka, status independen menjadi paradoks jika dilihat dari komposisi keanggotaan LSF. Ini karena keberadaan anggota LSF dari unsur pemerintah akan menjadi pintu masuk bagi usaha-usaha untuk menghalangi kebebasan berekspresi warga negara dalam bentuk film ketika dianggap melawan kepentingan pemerintah dan penguasa.

Jaminan Atas Keberagaman. Sensor akan menciptakan suatu versi kebenaran tunggal. Setidaknya, kebenaran yang melawan versi penguasa akan cenderung ditenggelamkan. Dengan demikian, tidak akan menghasilkan keberagaman dalam perspektif. Tema-tema yang diangkat dalam film barangkali akan mempunyai keragaman tinggi. Namun, ketika realitas yang diangkat bertentangan dengan mayoritas maka dengan mudah dilakukan sensor atau bahkan dilarang beredar. Dilarang beredarnya film *Jagal* dan *Senyap* serta *Noah* menjadi contoh paling konkret ketika sebuah karya film mempunyai narasi yang bertentangan dengan mayoritas atau penguasa.

Komparasi Paradigma Ketiga Undang-Undang

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa UU Pers menjadi undang-undang paling demokratis, dan secara nyata menganut paradigma demokrasi dalam perumusannya. Ini dapat dilihat dari kenyataan bahwa bukan hanya UU Pers mengakui kemerdekaan pers sebagai hak asasi manusia, tetapi juga terkait sensor dan regulator. Sensor dan breidel dilarang menurut UU Pers, dan regulasi bersifat *self-regulation*. Penyelesaian defamasi juga egaliter di mana defamasi tidak diselesaikan melalui pidana, tetapi mekanisme hak jawab.

Kebijakan dan hukum penyiaran sebaliknya menganut paradigma semi demokratis.

Dikatakan demikian karena regulator penyiaran—meskipun diakui adanya regulator independen, KPI—tetapi perannya marginal. KPI hanya mengawasi siaran. Izin tetap dipegang oleh pemerintah. Peran pemerintah yang semakin kuat diperteguh melalui Peraturan Pemerintah. Peraturan pemerintah juga dianggap bertentangan dengan undang-undang (Nugroho et.al 2012). Oleh karena itu, meskipun undang-undang penyiaran berusaha menjamin *diversity*, tetapi implementasinya tidaklah baik. Masalah lain yang dihadapi siaran televisi bahwa tayangan nonfaktual masih terikat pada UU Film yang mensyaratkan sensor (Wahyono et.al 2011). Bahkan, akibat kurang jelas dan tegasnya P3SPS, *self-regulation* sering diterjemahkan ke dalam *blur* atas tayangan televisi (Utomo 2016).

Undang-undang film secara nyata menganut paradigma otoritarian. Negara melalui kelas elit dalam LSF mempunyai otoritas untuk menentukan mana yang layak dan tidak layak ditonton oleh masyarakat. Meskipun prinsip sensor adalah dialogis, tetapi ‘pengguntingan’ adalah hasrat menindas rezim otoritarian. Pengaturan dengan sistem klasifikasi jauh lebih masuk akal, terutama di era media baru di mana seseorang dapat mengakses film dari beragam *platform* media. Sensor menjadi tidak relevan dan anakronistik ketika media baru (internet) menyediakan akses luas terhadap *content* film dari sumber-sumber manapun tanpa sensor. Dalam situasi semacam itu, sarana melindungi publik, harus ditekankan pada prinsip-prinsip *self-regulations* yang bersandar pada etika pekerja kreatif film, klasifikasi, dan pemberdayaan khalayak melalui literasi media. Jika tiga hal ini dikerjakan, maka khalayak tidak hanya dapat diberdayakan, tetapi juga terlindungi secara lebih baik dibandingkan dengan sensor.

Tabel 2. Paradigma Kebijakan dan Hukum Pers, Penyiaran, Film, dan Internet

Objek Kebijakan	Paradigma	Indikator
Pers	Demokrasi	Tidak ada sensor, <i>self-regulations</i> , pasal defamasi diselesaikan secara elegan
Penyiaran	Semi demokrasi	Ada sensor untuk siaran nonjurnalistik, regulator KPI dan pemerintah sebagai regulator utama
Film	Otoriter	Sensor dan LSF menjadi lembaga sensor

Sumber: diolah dari hasil komparasi masing-masing regulasi

Tabel 2 memberikan gambaran paradigma regulasi di masing-masing media. Sebagaimana telah dijelaskan dari awal, perbedaan dalam paradigma itu disebabkan oleh banyak hal. Pertarungan beragam kelompok yang membawa kepentingan dan paradigmanya sendiri-sendiri. Kekuatan setiap kelompok dalam mendesak paradigma sangat menentukan corak kebijakan dan hukum medianya. UU Pers lahir dalam situasi reformasi. Di tengah desakan kuat masyarakat sipil pro reformasi, para pengambil kebijakan tidak mempunyai pilihan lain kecuali mengesahkan regulasi demokratis. Namun, seiring konsolidasi kelompok *status quo* yang hampir tidak mempunyai kultur demokrasi, regulasi mulai menguat ke arah otoritarianisme. Semakin jauh dari reformasi tampak bahwa peraturan perundangan semakin otoriter.

Banyak penelitian telah dilakukan untuk melihat regulasi media cetak, televisi, dan film. Studi-studi itu-terutama untuk penyiaran-lebih banyak menggunakan studi ekonomi politik sehingga kegagalan regulasi biasanya diletakkan pada masalah penguasaan kapital atau kaum oligarki (Wahyuni 2007; Haryanto 2013; Sudibyo dan Patria 2013; Rahayu 2018; Kristiawan 2013). Beberapa studi mengenai film juga menggunakan studi ekonomi politik ini (Bahrudin dan Eriyanto 2017). Seperti disimpulkan oleh Bahrudin dan Eriyanto (2017: 61).

Indonesia's post-reformation in 1998 actually gave birth to freedom of expression, of creativity, or of association-forming in society. But in the midst of the freedom, the condition of Indonesian films actually experiences various pressures either from the political, social, or economic sectors. This condition is assumed to have resulted in film products that can suppress conflicts in the

society as well as following the market taste.

Kesimpulan Bahrudin dan Eriyanto mengindikasikan bahwa industri film justru belum menikmati kebebasan media yang lahir seiring gerakan reformasi 1998. Kenyataannya, banyak hambatan muncul di sektor perfilman yang tidak memungkinkan film menjadi medium representasi kreativitas dalam prinsip *freedom of expression* dan *freedom of voice*.

Konteks Regulasi Pers, Penyiaran dan Film

Pers, Penyiaran dan film merupakan media massa sehingga mestinya terikat pada prinsip-prinsip demokrasi, yakni *freedom of the press*, *freedom of expression* dan *freedom of voice*. Namun, pada kenyataannya, paradigma regulasi ketiga media massa tersebut berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan ini tidak dapat dilepaskan dari konteks penyusunan regulasi di ketiga media massa tersebut. Undang-Undang Pers No. 40/2002 menjadi yang paling demokratis karena dibuat ketika era reformasi. Pada waktu itu, dikotomi antara kelompok pro reformis dan anti reformis (*pro status quo*) sangat kental. Para aktivis terlibat aktif dalam melakukan lobi dan tekanan-tekanan terhadap parlemen sehingga mampu melahirkan UU Pers No. 40 tahun 1999. Bahkan, undang-undang ini, sebagai antisipasi atas masuknya pemerintah untuk kembali mengatur pers, tidak membuka peraturan lain di bawahnya seperti lazimnya undang-undang di Indonesia yang harus diterjemahkan ke dalam PP dan peraturan-peraturan di bawahnya.

Undang-Undang No.32 Tahun 2002 menjadi satu paket dengan UU Pers, tetapi lahir lebih belakangan. Situasinya telah mengalami banyak perubahan, terutama konsolidasi kekuatan *pro status quo*, menguatnya kapital, dan juga mulai lemahnya tekanan masyarakat sipil. Undang-Undang Penyiaran lama yang otoriter, dan disahkan di detik-detik Orde Baru akan jatuh dianggap tidak relevan dengan semangat reformasi sehingga harus diubah. Namun, konsolidasi demokrasi pasca-reformasi 1998 menghadapi masalah karena kurangnya pemahaman demokrasi di antara penyelenggara negara. Dalam perkembangannya, reformasi diterima oleh sistem politik karena tidak mengubah secara substantif sistem lama sehingga yang muncul adalah demokrasi pura-pura (Setiawan, 2004). Suatu kesimpulan atas jalannya reformasi 1998 menyatakan sebagai berikut.

Karena itu, perubahan sebagai imbasan dari reformasi itu sendiri harus disikapi secara kritis. Apakah ia hanya bersifat sesaat dan tidak lebih dari sekadar euforia reformasi atau apakah perubahan tersebut sudah menyentuh wilayah struktural dalam tingkat kebijakan (Saidi et.al 2000: 148).

Saran yang diberikan dalam penelitian itu adalah mengkaji produk undang-undang. Kenyataannya, kurang lebih satu dekade setelah reformasi, lahir undang-undang film yang tidak berpijak pada paradigma demokratis. Pada 2008, Masyarakat Film Indonesia (MFI) mengajukan *judicial review* atas Undang-Undang Film No. 8 Tahun 1992 untuk meniadakan sensor dan LSF karena bertentangan dengan konstitusi. Namun, permohonan itu tidak dikabulkan Mahkamah Konstitusi karena sensor dilakukan demi menjamin hak asasi warga negara. Meskipun demikian, MK menyatakan bahwa sensor tidak sesuai dengan semangat zaman (Bambang 2018), dan agar segera dibuat undang-undang film baru yang lebih demokratis dan menjamin Hak Asasi Manusia (Amrullah, 2008). Pada 2009, Undang-Undang Film yang baru lahir, tetapi LSF dan sensor masih tetap diberlakukan bersamaan dengan keberadaan klasifikasi meskipun model sensornya telah mengalami perubahan.

Regulasi memang pada dasarnya merupakan hasil pertarungan beragam kepentingan. Itu berarti bahwa kemampuan kekuatan-kekuatan politik dan kelompok kepentingan dalam

mengonsolidasikan diri sangat menentukan corak paradigma regulasinya. Pada awal reformasi, regulasi pers sangat demokratis. Namun, seiring kemampuan kelompok *status quo* mengkonsolidasikan diri, regulasi menjadi cenderung tidak demokratis. Ini diperparah oleh keberadaan para “penumpang gelap” demokrasi yang membajak demokratisasi demi kepentingan ekonomi politik (Kristiawan 2013). Dalam industri penyiaran, ini telah menciptakan sentralisasi dan oligopoli oleh segelintir kelompok pemilik yang berjaln menjadi kekuatan oligarki. Mereka bahkan mengkooptasi regulasi penyiaran di Indonesia sehingga penyusunan undang-undang penyiaran baru berlarut-larut (Nugroho et.al 2012).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada persaingan kuat antara paradigma otoritarianisme dan demokrasi dalam regulasi media massa di Indonesia. Akibatnya, meskipun mengindik pada konstitusi yang sama, paradigma dominan yang mendasari kebijakan dan hukum media berbeda-beda. Regulasi pers menjadi yang paling demokratis, sedangkan regulasi film tidak demokratis (otoriter). Regulasi untuk penyiaran relatif demokratis atau semi demokratis, tetapi buruk dalam hal implementasi. Sementara itu, undang-undang film masih melegalkan sensor sebagai ciri utama dianutnya paradigma otoritarianisme.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan regulasi media menganut paradigma yang bermacam-macam, di antaranya semakin lemahnya tekanan masyarakat sipil, kuatnya oligarkhi dalam politik kebijakan media di Indonesia, serta menguatnya kelompok *status quo*. Semua faktor ini memberikan pengaruh bagi pilihan-pilihan paradigma yang dianut dalam mengembangkan regulasi media massa di Indonesia. Pers menganut paradigma demokratis karena selain bahwa konteks politik reformasi sangat mendukung, komitmen pemerintah dan gerakan masyarakat sipil yang kuat mampu memaksakan diadopsinya paradigma demokrasi dalam UU Pers.

Berdasarkan kesimpulan di atas, penelitian ini merekomendasikan bahwa regulasi haruslah bersandar pada konstitusi negara. Oleh karena itu, jaminan bahwa komunikasi sebagai hak asasi warga negara dalam pasal 28 UUD 1945 seharusnya menjadi dasar pijakan utama dalam merumuskan regulasi media massa di Indonesia. Dengan kata lain, berdasarkan konstitusi, regulasi media haruslah menjamin demokrasi media. Utamanya, dalam menjamin keberagaman (*diversity*). Selain itu, perlu dipahami bahwa regulasi terutama media penyiaran karena menggunakan *public domain* haruslah tetap berpegang pada keadilan ekonomi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini merupakan bagian laporan penelitian yang dibiayai oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi atas dukungan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Abrar, Ana Nadya. *Kebijakan Komunikasi: Konsep, Hakekat dan Praktek*. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media, 2008.

- Amrullah, Zaki "MK Tolak Pembubaran Lembaga Sensor Film", diakses 30 April 2008, <https://www.dw.com/id/mk-tolak-pembubaran-lembaga-sensor-film/a-3302648-0>.
- Article IX. Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation, March 2002, <https://www.article19.org/data/files/pdfs/standards/accessairwaves.pdf>
- Atmojo, Kemolo. "Perlunya Revisi UU Perfilman", diakses 2016, <https://kolom.tempo.co/read/1001297/perlunya-revisi-uu-perfilman/full&view=ok>
- Bahm, Archie J. *Filsafat Perbandingan: Filsafat Barat, India, Cina dalam Perbandingan*. Terjemahan A. Widyamarta, Yogyakarta: Kanisius, 2003.
- Bahrudin, Muh, & Eriyanto. "Freedom In Indonesian Film Industry: The Study Of Remake-Film Productions." *Proceeding/paper of INTERNATIONAL CONFERENCE ON MEDIA AND COMMUNICATIONS* (September 2017).
- Bambang "MK Tolak Judicial Review UU Perfilman", diakses 30 April 2008, <https://www.antaraneews.com/berita/100752/mk-tolak-judicial-review-uu-perfilman>
- Brogi, Elda dan Pier Luigi Parcu. "Evolving regulation for media freedom and pluralism in the European Union." *Utilities Policy* 31 (2014): 256-265. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jup.2014.03.001>.
- Cakhravarty, Paula dan Katharine Sarikakis. *Media Policy and Globalization*. Edinbuurg University Press, 2006
- Chaffee, Stephen H dan J. Metzger, Mirriam. "The End of Mass Communication?" *Mass Communication & Society* 4, no. 4 (2011): 365-379.
- Chorev, Nitsan and Sarah Babb. "The Crisis of Neoliberalism and the Future of International Institutions: A Comparison of the IMF and the WTO." *Theory and Society* 38, no. 5 (Sep 2009): 459-484.
- Creswell, John W. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih Di antara Lima Pendekatan*, edisi ketiga, terjemahan Ahmat Lintang, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Croteau, David & William Hoynes. *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*, second edition, Thousand Oaks, London, New Delhi: Pine Forge Press, 2006.
- Fielden, Lara. "Regulating the Press A Comparative Study of International Press Councils." diakses April 2012, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/Regulating%20the%20Press.pdf>.
- Fengler, Susanne, Tobias Eberwein, Salvador Alsius. "How effective is media selfregulation? Results from a comparative survey of European journalists." *European Journal of Communication* 30, no. 3 (2015): 249-266. DOI: 10.1177/0267323114561009.
- Hallin, DC., P Mancini. *Comparing Media System: Three Model of Media and Politics*, Cambridge: Cambridge University Press, 2004
- Haraszti, Miklós. *The Media Self-Regulation Guidebook: All questions and answers. Office of the Representative on Freedom of the Media*, 2008.
- Haryanto, Ignatius. "Menimbang Ulang Kekuatan Pemilik Media dalam Arena Politik Indonesia." *Prisma* 34, no 1 (2015): 45-57.
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. *Qualitative Data Analysis* (terjemahan). Jakarta: UI Press, 2005.
- Kaul, Vineet. "Changing Paradigms of Media Landscape in the Digital Age." *J Mass Communicat Journalism* 2, no. 2 (2012): 1-9. doi: 10.4172/2165- 7912.1000110.
- Kristiawan, R. *Penumpang Gelap Demokrasi: Kajian Liberalisasi Media di Indonesia*, Jakarta: AII Indonesia, 2013.
- Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly. *New Media: a critical introduction*, second edition, London and New York: Routledge, 2009.
- Malik, Deddy Djamaluddin., Rakhmat, Jalaluddin., Shoelhi, Mohammad. *Komunikasi Internasional*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993.
- Masduki. "Media and Politics: Re-Thinking the Indonesian Broadcasting System." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 21 no. 1 (July 2017): 14-27.
- McQuail, Denis. "Reflections on Paradigm Change in Communication Theory and Research." *International Journal of Communication* 7, no. 14 (2013): 216–229.

- Neuman, Russel W, Lee McKnight & Richard Jay Solomon. "The Politics of a Paradigm Shift: Telecommunications Regulation and the Communications Revolution." *Political Communication* 10, no. 1 (1993): 77-94.
- Nugroho, Yanuar, Muhamad Fajri Siregar, dan Shita Laksmi. *Memetakan Kebijakan Media di Indonesia*, Jakarta: CIPG, 2012.
- Pandjaitan, Hinca IP dan Amir Effendi Siregar. *Undang-Undang Pers memang Lex Specialis*. Jakarta: SPS dan B2HA, 2006.
- Pickvance, Christopher G. "Four varieties of comparative analysis." *Journal of Housing and the Built Environment* 16 (2001): 7-28.
- Utomo, Prasetya Wisnu. "Tayangan blur akibat kebijakan tak jelas." Diakses 05 Maret 2016. <https://beritagar.id/artikel/telatah/tayangan-blur-akibat-kebijakan-tak-jelas>.
- Rahayu. "Politik Implementasi Kebijakan Penyiaran Televisi di Indonesia Pasca-Reformasi (Tahun 2002-2017): Dominasi dan Intervensi Kapital." Doktoral diss., Program Studi Doktoral Manajemen dan Kebijakan Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, 2018.
- Rahayu, Bayu Wahyono, Puji Rianto dkk. *Menegakkan Kedaulatan Telekomunikasi Dan Penyiaran Di Indonesia*. Yogyakarta: PR2Media: Yayasan TIFA, 2015.
- Rasul, Azmat & Stephen D. McDowell. "Consolidation in the Name of Regulation: The Pakistan Electronic Media Regulatory Authority (PEMRA) and the Concentration of Media Ownership in Pakistan." *Global Media Journal* 12, no. 20 (Spring 2012): 1-15.
- Rianto, Puji., Iwan Awaluddin Yusuf., Moch. Faried Cahyono., dkk. *Dominasi TV Swasta (Jakarta), Tergerusnya Isi dan Kepemilikan*. Yogyakarta: PR2Media-Yayasan Tifa, 2012.
- Ritzer, George. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Terjemahan, cetakan ke-12, Jakarta: Rajawali Press, 2016.
- Rivers, William L., Jay W. Jensen., Theodore Peterson. *Media Massa dan Masyarakat Modern* (terjemahan). Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Rohrhofer, Eva. "Media Systems and Political Systems in East Asia: A Comparative Analysis of China, Japan, and South Korea." *Vienna Journal of East Asian Studies* 6, no. 1 (2014): 159-190. <https://doi.org/10.2478/vjeas-2014-0011>.
- Saidi, Zaim et.,al. "Kebebasan Berkesenian Pasca-Reformasi." *Jurnal Demorasi dan Ham* 1, no. 2 (September-November 2000): 146-179.
- Setiawan, Bonnie. "Krisis Demokrasi Liberal atau Pseudo Demokrasi." *Mandatori* 1, no. 1 (2004): 1-11.
- S. Siebert, Fred., Theodore Peterson., Wilbur Schraamm. *Empat Teori Pers*, Jakarta: Intermasa, 1986.
- Siregar, Amir Effendi. *Menegakkan Demokratisasi Penyiaran, Mencegah Konsentrasi, Membangun Keanekaragaman*, Jakarta: Komunitas Pejaten, 2012.
- Strauss, A dan Corbin J. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif: Tata Langkah dan Teknik-Teknik Teorisasi Data*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Sudibyo, Agus. *Kebebasan Semu: Penjajahan Baru di Jagat Media*. Jakarta: Kompas, 2009.
- Sudibyo, Agus dan Nezar Patria. "Ditempa Pertarungan Modal: Industri Pertelevisian di Indonesia Pasca-Orde Baru." *Prisma* 22, no. 1 (2013).
- Tai, Qiuqing. "China's Media Censorship: A Dynamic and Diversified Regime." *Journal of East Asian Studies* 14 (2014): 185-209.
- Tomlinson QC, Hugh., Matrix Chambers. "The New UK Model of Press Regulation, MEDIA POLICY BRIEF." <http://www.lse.ac.uk/media@lse/documents/MPP/LSE-MPP-Policy-Brief-12-The-New-UK-Model-of-Press-Regulation.pdf>.
- Wahyono, Bayu S., Puji Rianto, Darmanto, Moch. Faried Cahyono, Wisnu Martha Adiputra. *Ironi Eksistensi Regulator Media di Era Demokrasi*. Yogyakarta: PR2Media-Yayasan Tifa, 2011.
- Wahyuni, Hermin Indah. "Politik Media dalam Transisi Politik: Dari Kontrol Negara Menuju Self-Regulation Mechanism." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (Juni 2007).
- Wahyuni, Herman Indah. "Ekonomi Politik Kebijakan Penyiaran Indonesia: Aspirasi, Pilihan, dan Realitas." *Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik* 10, no. 2 (November 2006): 149-170.

- Pemerintah Indonesia. 2014. Keputusan Presiden No. 32 Tahun 2014 tentang Pengukuhan Badan Perfilman Indonesia (BPI)
- Pemerintah Indonesia. 2005. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Swasta
- Pemerintah Indonesia. 2005. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Komunitas
- Pemerintah Indonesia. 2005. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Berlangganan.
- Pemerintah Indonesia. 2014. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2014 Tentang Lembaga Sensor Film.
- Pemerintah Indonesia. 1966. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1966 Tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers.
- Pemerintah Indonesia. 1999. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.
- Pemerintah Indonesia. 2002. Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.
- Pemerintah Indonesia. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2009 tentang Film.

Respon Pengguna Twitter terhadap Regulasi Pengendalian Akses Ponsel Ilegal melalui Validasi IMEI

Twitter User's Response to Regulation of Contraband Cell Phone Access Control through IMEI Validation

Cut Medika Zelatifanny

Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Jalan Medan Merdeka Barat No 9, Jakarta

cmzelatifanny@gmail.com

Naskah diterima: 3 September 2019, direvisi: 28 November 2019, disetujui: 4 Desember 2019

Abstract

In early July 2019, Indonesian society has widely discussed the government's plan to control contraband cellphone access through IMEI validation. Consumers, producers and even companies, have given their opinion on the law, particularly on Twitter. This study analysed Twitter contents regarding these government regulations and used data mining methods through big data tools, namely IPA (Intelligence Perception Analysis). Based on the results, it was found that Twitter users predominantly indicated negative sentiments, anticipatory responses and their surprise towards the regulation..

Keywords: *Twitter user response, contraband cell phone, IMEI validation, sentiment analysis.*

Abstrak

Pada awal juli 2019 masyarakat Indonesia ramai memperbincangkan rencana pemerintah untuk melakukan pengendalian akses ponsel ilegal melalui validasi IMEI. Konsumen, produsen, dan perusahaan memberikan pendapat mengenai rencana tersebut, baik secara offline maupun online, terutama melalui Twitter. Penelitian ini menganalisis isi tweet opini pengguna Twitter mengenai aturan pemerintah tersebut dengan menggunakan metode data mining melalui big data tools yakni IPA (Intelligence Perception Analysis). Hasil analisis menyatakan bahwa sebagian besar pengguna Twitter menunjukkan sentimen negatif, respons yang bersifat antisipatif dan keterkejutan terhadap regulasi tersebut.

Kata kunci: *respon pengguna Twitter, pengendalian akses ponsel ilegal, validasi IMEI, analisis sentiment.*

PENDAHULUAN

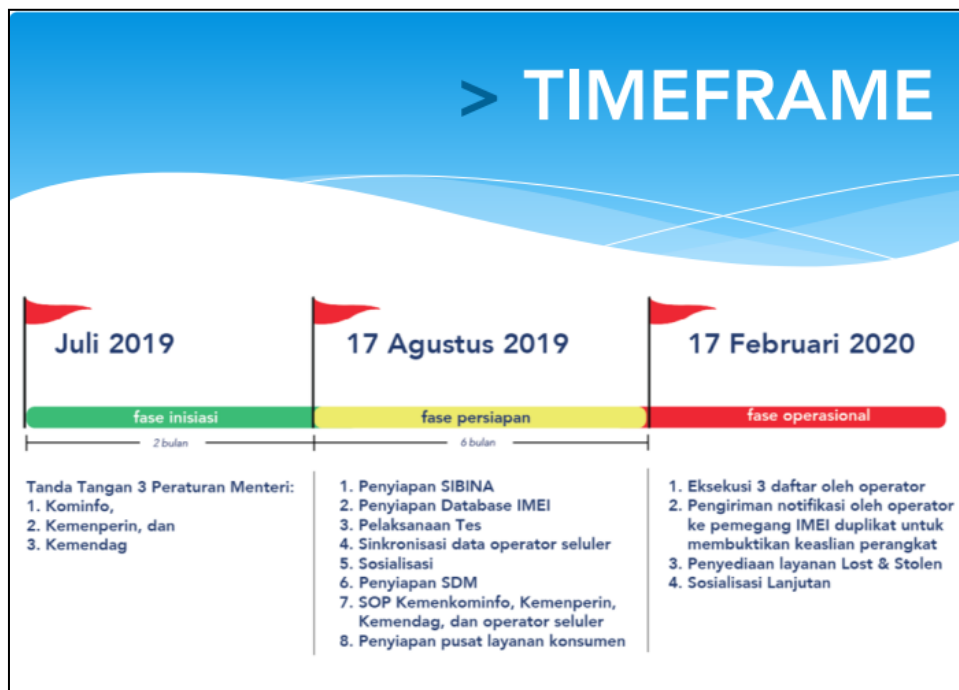
Pada awal Juli 2019, pemerintah dalam hal ini Kementerian Komunikasi dan Informatika, bersama Kementerian Perindustrian dan Kementerian Perdagangan menyampaikan wacana pemerintah untuk mengeluarkan regulasi mengenai pengendalian akses ponsel ilegal (*black market*) melalui validasi nomor identitas ponsel atau *International Mobile Equipment Identity* (IMEI). IMEI merupakan identitas khusus yang dikeluarkan oleh *Global System Mobile Association* (GSMA) untuk tiap slot kartu SIM yang terdiri dari 15 hingga 16 digit angka. Beberapa kategori yang membuat ponsel pintar tergolong kategori ilegal menurut GSMA dalam dokumen konsultan DIRBS Pakistan Telecommunication Authority (PTA 2015) adalah IMEI tidak sesuai format, IMEI tidak valid, adanya penggandaan IMEI, penyalahgunaan IMEI dan penggunaan IMEI sementara.

Regulasi untuk melakukan validasi IMEI ini merupakan salah satu langkah untuk memberantas peredaran dan perdagangan ponsel ilegal yang dianggap merugikan negara, industri, maupun konsumen. Peredaran dan perdagangan ponsel di pasar gelap merugikan negara sebab sebagian besar pendapatan negara Indonesia berasal dari bea cukai, sedangkan barang-barang di pasar gelap tidak terkena bea cukai. Sementara itu di sisi industri, akan berimbas pada terganggunya keseimbangan pasar, hal ini disebabkan karena barang ilegal akan cenderung lebih murah dibandingkan dengan barang yang diperoleh secara legal. Kemudian yang tidak kalah pentingnya adalah kerugian dari sisi konsumen. Tanpa disadari masyarakat yang membeli produk melalui pasar gelap menjadi korban para pihak yang tidak bertanggung jawab dengan ketidakjelasan garansi dan *hardware* serta aksesoris yang ada pada ponsel tersebut.

Hasil penelitian yang dipublikasikan oleh Internasional Telecommunication Union (ITU) dan kantor kekayaan intelektual Uni Eropa (EUIPO) pada tahun 2015 menunjukkan bahwa sepanjang 2015 jumlah ponsel ilegal yang beredar di Indonesia telah menyebabkan produsen dan distributor ponsel kehilangan 20,5 persen pendapatannya. Selain itu, menurut data yang dicatat oleh Direktorat Jenderal Bea Cukai Kementerian Keuangan, selama tiga tahun terakhir terdapat potensi kerugian negara sebanyak Rp. 143,68 miliar dari ponsel ilegal. Jumlah tersebut merupakan akumulasi dari hasil penindakan pada 2017 sampai Juni 2019 yang masing-masing tahunnya berjumlah Rp. 63,83 miliar, Rp. 16,35 miliar, dan Rp. 63,50 miliar. Menurut data yang juga dikeluarkan oleh Direktorat Bea dan Cukai Kemenkeu selama tiga tahun terakhir, pemerintah sudah menangkap hampir 50 ribu ponsel ilegal. Jumlah ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Pada 2017 dari 1.165 penindakan, terdapat 21.552 unit ponsel yang diamankan, lalu pada 2018 hanya terdapat 9.083 unit ponsel dari 558 penindakan, sedangkan pada 2019, dari 132 penindakan terdapat 19.715 unit ponsel yang diamankan (Fabian 2019).

Pertama kali isu mengenai pengendalian akses ponsel ilegal melalui validasi IMEI ini muncul baik di media cetak maupun elektronik, regulasi resmi direncanakan akan terbit pada Agustus 2019. Namun, proses penerbitan regulasi tersebut membutuhkan waktu dua bulan lebih lama dari target yang direncanakan, sehingga baru bulan Oktober regulasi tersebut ditandatangani. Kementerian Kominfo sendiri telah menyelesaikan draf peraturan menteri terkait pembatasan akses layanan seluler untuk perangkat *handphone*, komputer genggam dan tablet (HKT) yang memiliki IMEI tidak memenuhi ketentuan. Sementara itu, Kementerian Perdagangan telah menyelesaikan draf peraturan menteri terkait pengawasan IMEI perangkat *handphone*, komputer genggam, dan tablet (HKT) yang beredar di pasar. Namun, Kementerian Perindustrian masih memerlukan waktu untuk menyelesaikan draf peraturan menteri terkait pengelolaan

database IMEI Nasional. Adapun *timeframe* dari persiapan pemberlakuan regulasi ini meliputi fase inisiasi yang dimulai sejak Juli 2019, fase persiapan yang sudah berjalan sejak Agustus dan fase operasional yang rencananya akan dimulai pada 17 Februari 2020 (Ditjen SDPPI 2019):



Gambar 1. Timeframe Persiapan Pemberlakuan Regulasi Pengendalian IMEI (Bahan rapat koordinasi IMEI 3 Kementerian Teknis)

Regulasi mengenai pengendalian akses ponsel ilegal melalui validasi IMEI yang diinisiasi sejak tahun 2017 ini tentunya mengundang beragam reaksi dari masyarakat baik berupa opini positif, netral maupun negatif. Bukan hanya reaksi di dunia nyata, tetapi juga melalui media sosial. Media sosial dan portal berita tidak hanya menjadi salah satu wadah populer untuk memperbincangkan suatu masalah, tetapi juga menjadi wadah untuk menampung sentimen masyarakat tentang sesuatu objek yang dianggap viral. Twitter menjadi salah satu dari sekian banyak media sosial yang digunakan untuk menyampaikan pendapat secara massif mengenai aturan tersebut. Menurut data riset dari Hootsuite yang bekerja sama dengan perusahaan media We Are Social pada tahun 2019, Mikroblog Twitter memiliki 6,43 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia, hal ini menjadikan Indonesia berada pada posisi ke-10 sebagai negara dengan jumlah pengguna Twitter terbesar di dunia.

Tweet (twit) atau kicauan pada setiap pengguna Twitter dapat berpengaruh dalam pembentukan citra suatu produk, program, atau kebijakan karena semakin banyak suatu isu tertentu dibahas dalam twit pengguna maka topik tersebut dapat menjadi *trending topic*. Twitter menyediakan *Application Programing Interface* yang memungkinkan mengumpulkan twit oleh pengguna pihak ketiga (Busman dan Nurhayati 2018). Twitter telah menyediakan *Application Programming Interface* (API), yaitu sekumpulan fungsi atau protokol yang disediakan untuk pengguna dalam rangka mengembangkan sebuah aplikasi (Blanchette 2008). Twitter API memungkinkan pengguna untuk mengakses dan mendapatkan informasi mengenai *tweet*, data *follower*, serta profil pengguna. Meskipun Twitter telah membatasi akses API untuk public, yakni hanya sebesar 1%, tetapi Twitter tetap menjadi *microblog* yang banyak diminati perusahaan, organisasi, maupun individu untuk mendapatkan opini publik mengenai suatu isu tertentu.

Analisis sentimen merupakan metode analisis berbasis komputasi mengenai pendapat, sentimen, dan emosi (Liu 2010). Pada penelitian ini analisis sentimen dilakukan untuk melihat opini pengguna Twitter terkait aturan pengendalian akses ponsel ilegal melalui validasi IMEI dengan menerapkan metode *Natural Language Processing (NLP)*. Penelitian ini akan fokus pada pembicaraan yang terjadi di *platform* media sosial Twitter sebelum aturan IMEI tersebut secara resmi di tandatangani. Penelitian ini juga mengeksplorasi konten-konten apa yang dibicarakan oleh masyarakat terkait dengan pengendalian akses ponsel ilegal melalui validasi IMEI dalam kurun waktu Juli sampai dengan Agustus 2019. Mengingat bahwa karya tulis ilmiah ini dipublikasikan saat regulasi IMEI sudah ditandatangani, maka peneliti berharap kajian dengan menggunakan metode analisis sentimen ini ke depannya dapat dijadikan salah satu alternatif untuk menggali wawasan yang mendalam tentang pendapat masyarakat mengenai isu tertentu terkait kebijakan pemerintah melalui media Twitter sebagai saluran partisipasinya.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya, data yang berasal dari Twitter sudah digunakan di berbagai macam bidang. Penelitian yang dilakukan oleh Rumata (2017) menggunakan data Twitter untuk menggali tren opini masyarakat terkait dengan peluncuran program pengampunan pajak (amnesti pajak). Penelitian lain yang dilakukan oleh Buntoro (2017) menggunakan data Twitter untuk mengetahui opini masyarakat baik positif, netral maupun negatif terkait pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017. Twitter juga banyak digunakan sebagai subjek penelitian untuk bidang media, seperti penelitian Rafita (2014) yang menggunakan data Twitter untuk melihat kecenderungan pemberitaan pada akun Twitter @detikcom dan @metrotv. Selain itu pada penelitian sebelumnya banyak pula didapat penelitian yang menggunakan analisis sentimen dalam mengkaji respon masyarakat terhadap suatu isu, seperti penelitian yang dilakukan Gusriani (2016) yang melakukan analisis sentimen terhadap toko online Berrybenka di media sosial Facebook. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Busman dkk (2018), yaitu melakukan analisa sentimen untuk mendeteksi kemacetan di Jakarta dengan menggunakan data Twitter, Flume, Hive pada Hadoop dan Java.

METODE

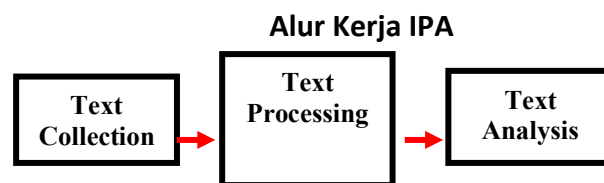
Analisis sentimen atau *opinion mining* mengacu pada bidang yang luas dari pengolahan bahasa alami, komputasi linguistik dan *Text Mining* yang bertujuan menganalisis pendapat, sentimen, evaluasi, sikap, penilaian dan emosi seseorang pembicara atau penulis berkenaan dengan suatu topik, produk, layanan, organisasi, individu, ataupun kegiatan tertentu lainnya (Liu 2010). *Text Mining* sendiri merupakan penggalian data untuk menyelesaikan masalah kebutuhan informasi dengan menerapkan teknik *data mining*, *machine learning*, *Natural Language Processing*, pencarian informasi, dan manajemen pengetahuan. Metode ini digunakan untuk mengekstraksi informasi dari sumber data melalui identifikasi dan eksplorasi pola yang menarik (Feldman & Sanger 2007).

Analisis sentimen dapat dikategorikan kedalam tiga *task*, yaitu *informative text detection*, *information extraction* dan *sentiment interestingness classification (emotional, polarity indentification)*. *Sentiment classification* (negatif atau positif) digunakan untuk memprediksi *sentiment polarity* berdasarkan data sentimen dari pengguna (Pan, Ni, Sun, Yang, & Chen 2010). *Textual sentiment analysis* telah banyak digunakan, penggunaannya tidak sebatas dalam area penelitian ilmiah tetapi juga untuk kebutuhan *business marketing* dan teknologi (Chintala 2012). Menurut Go (2009), *sentiment analysis* adalah sebuah area penelitian yang menonjol dan berkembang aktif yang dipengaruhi oleh pertumbuhan teknologi media sosial

yang cepat. Melalui media sosial terdapat peluang untuk mengakses opini dari sejumlah orang pada berbagai jenis bisnis, isu dunia dan isu sosial (Go, Huang, & Bhayani 2009)

Pada dasarnya analisis sentimen merupakan klasifikasi, namun dalam implementasinya tidak mudah seperti proses klasifikasi biasa dikarenakan terkait penggunaan bahasa dimana terdapat ambiguitas dalam penggunaan kata, tidak adanya intonasi dalam sebuah teks, dan perkembangan dari bahasa itu sendiri (Nomleni, Hariadi & IKE Purnama 2014). Sebelum melakukan analisis sentimen, diperlukan praproses teks dengan metode *Text Mining* untuk mengolah data teks agar siap untuk dianalisis. Praproses teks tersebut meliputi *case folding*, *tokenizing*, *stopwords*, dan *stemming*. *Case folding* merupakan praproses untuk merubah semua teks menjadi huruf kecil. *Tokenizing* adalah proses memecah teks yang berasal dari kalimat menjadi kata per kata. *Stopwords* merupakan kosakata yang tidak termasuk kata unik atau ciri dari sebuah dokumen sehingga perlu dihilangkan. *Stemming* adalah proses untuk mendapatkan kata dasar dengan menghilangkan imbuhan pada kata (Hemalatha, Varma, & Govardhan 2012).

Saat ini terdapat beberapa institusi atau organisasi yang telah mengembangkan NLP khususnya sentimen analisis contohnya adalah Indonesia Indicator (Adi, Wulandari, Mardiana & Muzakki 2018). Indonesia Indicator adalah perusahaan yang menyediakan jasa untuk mengolah data media menjadi pengetahuan dan prediksi sehingga dapat membantu dalam mengambil keputusan. Penelitian ini menggunakan metode *Text Mining* melalui *big data tools* yakni IPA (*Intelligence Perception Analysis*). Proses yang dilakukan IPA ini terdiri dari beberapa alur sebelum akhirnya data masuk dan tersimpan di dalam sistem.



Gambar 2. Alur Kerja *Intelligence Perception Analysis Tools*
(Indonesian Indicator 2019)

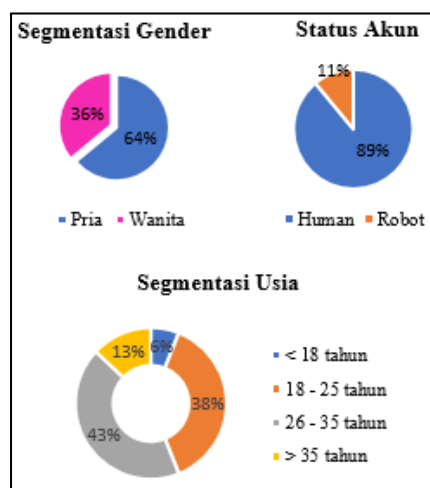
1. *Text Collection*: tahap pertama adalah proses mengumpulkan data (*crawler*) melalui kata kunci yaitu “regulasi imei di Indonesia”, “pembatasan akses imei”, dan “ponsel ilegal”. Kata kunci ini dominan digunakan oleh pengguna Twitter untuk menyatakan opini mereka terkait isu pengendalian akses ponsel ilegal melalui validasi IMEI tersebut. Sistem ini melakukan pemetaan terhadap media sosial melalui proses *skimming tweet*, *retweet*, *reply*, dan tagar unggahan di Twitter.
2. *Text Processing*: tahap ini merupakan tahap lanjutan yang berguna untuk memecah data berdasarkan tagar, dimensi emosi, narasumber, sentimen, dan *tagging* lokasi. Data yang diperoleh dalam proses *crawling* kemudian diolah oleh Pipeline/Anotasi NLP (*Natural Language Processing*) menjadi data yang menunjukkan karakteristik id unggahan, akun, konten unggahan, sentimen, emosi, hingga demografi. Dalam *Text Processing* menggunakan beberapa tahapan yang harus dilakukan. Pertama, melakukan *case folding* yaitu mengubah seluruh data teks menjadi huruf kecil setelah itu *tokenizing* yaitu memotong kalimat menjadi beberapa bagian kata sekaligus membuang karakter tertentu, seperti tanda baca berdasarkan spasi (Pratiwi 2017). Kemudian selanjutnya adalah melakukan *stopwords removal*. *Stopwords* adalah kumpulan kata dasar pada semua implementasi NLP baik itu dalam bahasa Inggris maupun bahasa Indonesia

memerlukan *stopwords removal* yang berfungsi untuk menghilangkan sejumlah kelas kata penghubung. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan efektifitas sistem sehingga data yang akan di olah adalah konten yang dianggap penting saja (Sadida Rizqon dkk 2017). Selanjutnya dilakukan proses *stemming* untuk menghilangkan kata-kata yang memiliki imbuhan (Feldman, R & Sanger, J. 2007) *Stemming* adalah proses yang dilakukan untuk melakukan pemetaan dan penguraian bentuk kata sehingga memiliki kata dasar (Berry, M.W. & Kogan, J. 2010). Proses *stemming* juga menggunakan bantuan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

3. *Text Analysis*: tahapan terakhir dari *tools* ini adalah data yang telah diolah dan sentimen analisis yang didapatkan akan muncul dalam bentuk grafik, setelahnya kita dapat melakukan proses analisis menggunakan grafik tersebut.

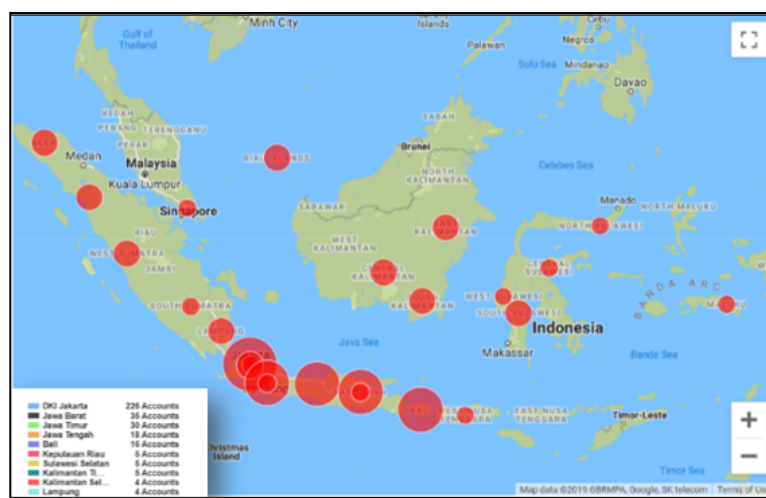
HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara keseluruhan terdapat 4.382 kicauan pengguna Twitter terkait dengan IMEI selama periode Juli 2019 sampai dengan Agustus 2019 dengan total akun yang turut berinteraksi sejumlah 3.555 akun. Secara spesifik, akun yang termasuk dalam kategori akun personal (*human*) mendominasi dengan persentase 89% atau sejumlah 3.163 akun. Sedangkan akun robot (*bot*) memiliki persentase 11% atau sejumlah 392 akun. Suatu akun dapat dikatakan sebagai akun *bot* berdasarkan beberapa faktor. Pertama, faktor waktu pembuatan setiap *tweet*. Umumnya, *tweet* yang dikicaukan oleh akun *bot* dilakukan dengan waktu yang terjadwal (Daffa, Bamasag & AlMansour 2018). Hal ini disebabkan akun *bot* merupakan *script* program yang berjalan otomatis sesuai dengan perintah yang diterimanya. Kedua, akun *bot* memiliki ciri-ciri, yaitu kecenderungan *tweet* yang satu dengan yang lainnya tidak berbeda jauh. *Tweet* tersebut memiliki target yang ingin dicapai seperti *trending topic* atau menyampaikan suatu pesan agar diketahui oleh banyak pihak. Proses mencapai tujuan biasanya selalu diselingi *hashtag* sebagai tanda atau kode yang mengarahkan kepada *tweet* yang dibuatnya. Demografi memetakan *user* Twitter dengan menganalisis *profile*, *content*, *follower*, relasi, favorit, dan *hashtag* untuk mendapatkan informasi yang berupa *age group*, *gender (male and female)*, *location*, aktivitas di *social media (time spending on Twitter)*, *awareness (tweet analysis)*, *influence level (follower analysis)*.



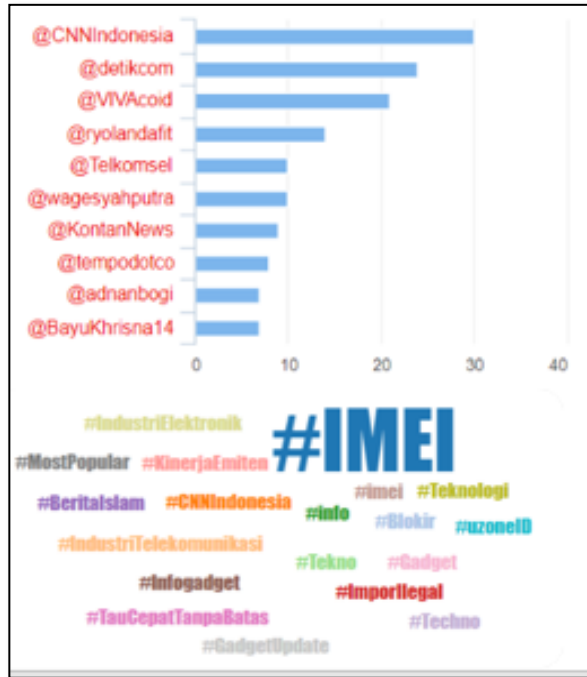
Gambar 3. Demografi Pengguna Twitter (olah data peneliti)

Isu mengenai regulasi IMEI ini direspon secara dominan oleh pengguna Twitter dengan jenis kelamin pria dengan persentase 64% atau sejumlah 2.275 akun dan pengguna Twitter dengan jenis kelamin wanita cenderung lebih sedikit yakni sebanyak 36% atau sejumlah 1.280 akun. Adapun pada proses ini *tools* melakukan penggolongan suatu akun dikategorikan pria atau wanita adalah berdasar pada 100 twit terakhir yang diunggah ke Twitter, yang meliputi topik yang paling sering diunggah dan preferensi melakukan *reply* maupun *retweet*. Temuan menarik lainnya yang berhasil didapat adalah pengguna Twitter dengan kategori usia milenial cukup aktif terlibat dalam perbincangan seputar topik regulasi IMEI dengan segmentasi usia 18 – 25 tahun dan 15 – 35 tahun yang sekaligus menjadikan segmentasi usia ini sebagai kontributor utama dengan persentase sebesar 38% dan 43%. Hal ini mengindikasikan bahwa kaum muda sudah sangat melek terhadap isu terkini yang terkait bidang teknologi, sehingga mereka akan cenderung reaktif dan responsif dalam memberikan pendapat di media sosial.



Gambar 4. Persebaran Isu terkait Regulasi IMEI (Intelligence Perception Analysis Tools 2019)

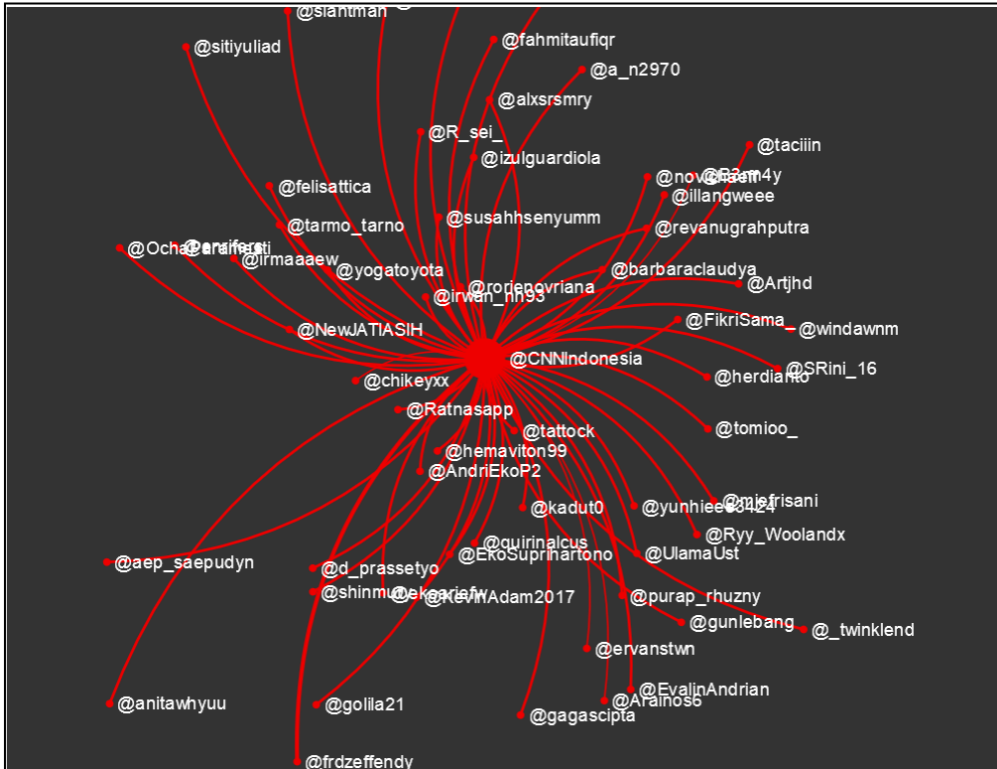
Sebagai negara dengan pertumbuhan pengguna aktif harian Twitter paling besar, tentu saja menarik jika kita menampilkan visualisasi persepsi publik secara menyeluruh. Seperti yang terlihat pada Gambar 4, gambar tersebut menunjukkan bahwa 10 akun yang paling aktif membicarakan beragam isu seputar regulasi IMEI tersebar di beberapa provinsi di Indonesia, adapun 3 provinsi dengan jumlah akun terbanyak yaitu DKI Jakarta dengan total 226 akun, disusul oleh provinsi Jawa Barat sejumlah 35 akun, dan Jawa Timur dengan dengan jumlah 30 akun. Adapun provinsi dengan jumlah akun yang paling sedikit yaitu Lampung dan Kalimantan Selatan sejumlah 4 akun. Peta tersebut juga menggambarkan bahwa persebaran isu terkait regulasi IMEI ini sudah cukup menyebar, meski demikian wilayah timur terlihat masih belum memberikan respon secara aktif, salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah konektivitas Internet dan preferensi isu prioritas di masing-masing wilayah.



Gambar 5. Akun Twitter paling aktif dan Tagar yang paling banyak digunakan (Intelligence Perception Analysis Tools 2019)

Kicauan @CNNIndonesia dan @detikcom ternyata menjadi akun paling aktif yang membicarakan mengenai regulasi IMEI tersebut. Hal yang dominan terlihat di Twitter adalah kicauan banyak digiring oleh tautan link pemberitaan media online. Pengguna Twitter banyak yang melakukan *retweet* terhadap pemberitaan di media online, meski begitu banyak pula yang memberikan opini pribadi terkait keresahan mengenai regulasi IMEI tersebut, khususnya mengenai kejelasan pengecekan IMEI di situs Kementerian Perindustrian sebab situs tersebut sempat tidak dapat diakses dalam kurun waktu yang cukup lama. Dalam mengunggah kicauan, pengguna Twitter paling sering menggunakan tagar atau *hashtag* #IMEI. Tagar yang biasa ditulis dengan simbol # ini digunakan untuk mengindeks kata kunci atau topik di Twitter. Fungsi ini ada pada beberapa media sosial lainnya juga selain Twitter dan tagar ini memungkinkan pengguna untuk mengikuti topik yang mereka minati dengan mudah (Ma’arif 2018). Meskipun demikian, isi tagar tidak selalu secara kasat mata sejalan dengan sesuatu yang disampaikan pengguna Twitter dalam konten twitnya. Ukuran *font* pada tagar #IMEI tersebut berbanding lurus dengan frekuensi kemunculannya dalam sebuah set dokumen, sehingga semakin sering topik tersebut muncul, maka ukurannya akan tampak semakin besar.

Akun Twitter yang paling aktif memberikan cuitan seputar regulasi IMEI secara garis besar merupakan akun portal berita, hal ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan *platform* media sosial dalam jurnalisme online sudah massif diimplementasikan oleh media *mainstream*. Hal tersebut terjadi karena adanya tuntutan bahwa media saat ini memang mengharuskan jurnalis untuk bekerja cepat dalam memproses sebuah berita atau isu terkini. Namun, yang perlu diperhatikan lebih lanjut adalah keakuratan berita seputar isu IMEI, hal ini berhubungan dengan kredibilitas dan kepercayaan masyarakat pada media tersebut. Jurnalis harus memiliki kehati-hatian yang tinggi dalam memproses suatu berita, sebab berita yang ditulis memberikan dampak yang luas kepada para masyarakat yang membacanya (Kusumaningrat 2016).



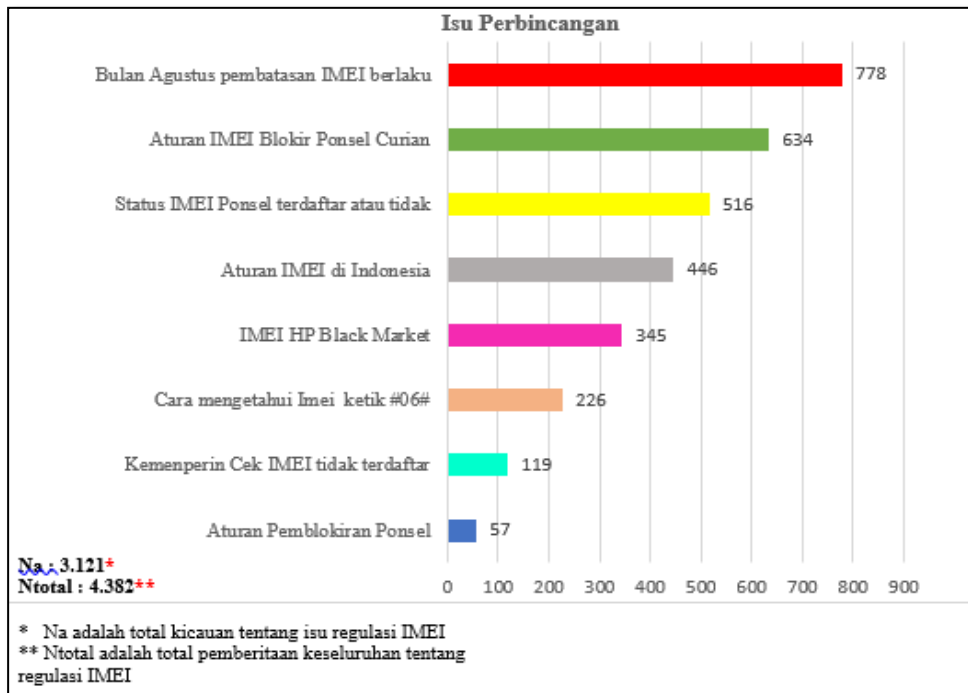
Gambar 6. Sebaran interaksi warganet seputar regulasi IMEI (Intelligence Perception Analysis Tools 2019)

Sebaran interaksi pengguna Twitter tergambar dari pola jejaring perbincangan seperti yang terlihat pada Gambar 6 menunjukkan bahwa akun berita media online tanah air yang dinilai cukup mendominasi adalah @CNNIndonesia, dengan jumlah twit dalam kurun waktu Juli hingga Agustus sejumlah 132 twit. Hal tersebut dapat dilihat dari sentralisasi banyak *link* kepada satu *node* (aktor) besar di tengah. Akun Twitter @CNNIndonesia sendiri telah memiliki pengikut sebanyak 374.000 dengan jumlah twit 378.000 per Agustus 2019. Selain itu, dalam pola jejaring perbincangan tersebut dapat pula kita lihat bahwa kicauan yang diunggah @CNNIndonesia mendapat respon yang cukup masif dari pengguna Twitter lainnya, respon tersebut muncul dalam bentuk *retweet*, *reply* dan *mention* akun tersebut. Akun @CNNIndonesia umumnya hanya mengunggah twit yang berisi sepenggal kalimat yang berisi tautan berita dan terhubung ke website CNN Indonesia. Sehingga pengguna Twitter bisa mendapatkan berita secara lebih lengkap dengan klik tautan tersebut. Jika melihat twit yang diunggah CNN hampir secara keseluruhan berisi berita yang bertendensi netral dan positif, seperti berikut:

@CNNIndonesia: Pemerintah menyatakan, keseriusannya dalam rencana aturan validasi IMEI ponsel akan memberikan kepastian investasi kepada perusahaan ponsel dan gawai dari serangan ponsel impor ilegal. <http://cnnindonesia.com/tv>

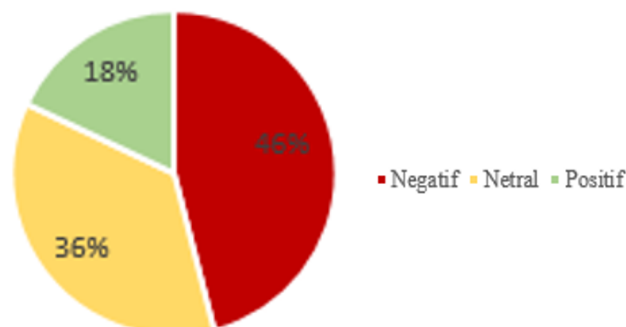
@CNNIndonesia: Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengatakan saat ini aturan validasi IMEI masih dalam tahap koordinasi dengan Menteri Keuangan (Menkeu). <https://t.co/p9SyLHnH7B>

@CNNIndonesia: Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menjelaskan akan membuat aplikasi khusus yang dapat digunakan masyarakat untuk melaporkan ponsel milik mereka yang dibeli di luar negeri bahkan saat ponsel hilang atau dicuri. <https://t.co/Be6v5bRo4A>



Gambar 7. Isu perbincangan seputar regulasi IMEI (olah data peneliti)

Gambar 7 menunjukkan bahwa isu mengenai regulasi IMEI dengan kicauan yang menyebutkan bahwa pembatasan IMEI berlaku pada bulan Agustus menjadi isu perbincangan tertinggi. Hal ini terjadi karena dalam periode Juni hingga awal Agustus 2019 banyak pemberitaan baik media online maupun media sosial yang menyebutkan bahwa aturan mengenai pembatasan akses IMEI akan dikeluarkan bertepatan dengan hari kemerdekaan Indonesia, sehingga memunculkan opini pengguna Twitter bahwa setelahnya ponsel dengan IMEI yang tidak terdaftar akan terblokir. Meskipun pada perkembangan pemberitaan selanjutnya, makna dari memanfaatkan euforia kemerdekaan Indonesia adalah untuk menandatangani regulasi tersebut, sementara untuk pemberlakuan regulasi adalah 6 bulan setelahnya yakni bulan Februari 2020. Kicauan lainnya yang turut meramaikan Twitter adalah aturan IMEI dapat digunakan untuk memblokir ponsel curian dengan jumlah 634 kicauan kemudian disusul oleh kicauan mengenai pengecekan status IMEI ponsel yang terdaftar maupun yang tidak sejumlah 516 kicauan. Keberagaman isu yang muncul tersebut membuktikan bahwa pengguna Twitter sangat responsif terhadap isu regulasi IMEI, respon tersebut seyogyanya disambut baik oleh pemerintah dengan memberikan kejelasan informasi baik di media sosial maupun di media konvensional.



Gambar 8. Sentimen Pengguna Twitter terhadap Isu Regulasi IMEI (Intelligence Perception Analysis Tools 2019)

Menurut Buntoro, Adji dan Purnamasari (2014), sebuah tweet memiliki kandungan sentimen positif dan negatif. Tujuh parameter sentimen yang digunakan pada sistem analisis sentimen adalah sangat positif, positif, agak positif, netral, agak negatif, negatif, sangat negatif. Sentimen pengguna Twitter mengenai isu regulasi IMEI sesuai dengan gambar 7 menunjukkan bahwa 46% warganet memberikan sentimen negatif dengan jumlah tweet yang mengindikasikan sentimen negatif ini sejumlah 2157 tweet. Isu yang dominan diperbincangkan terkait sentimen negatif ini dipicu oleh pernyataan Ahmad Alamsyah Saragih, Komisioner Ombudsman RI yang menyatakan bahwa maraknya peredaran ponsel ilegal yang terjadi di Indonesia terjadi karena permasalahan di sistem di hulu yang belum diselesaikan oleh pemerintah sehingga pemblokiran *gadget* ilegal ini hanya menyelesaikan sektor hilir saja. Selain itu sentimen negatif juga banyak disebabkan karena perbincangan isu terkait penandatanganan aturan IMEI yang masih terhambat persoalan perpajakan ponsel dari luar negeri.

Sementara itu, untuk sentimen netral berada pada persentase 36% atau sejumlah 1555 tweet. Isu yang dominan diperbincangkan dan menghasilkan sentimen netral terkait dengan harapan perusahaan telekomunikasi yang berharap pemerintah berperan dalam verifikasi IMEI serta informasi resmi dari Kementerian Kominfo yang mengusulkan regulasi IMEI akan diterapkan enam bulan setelah disahkan. Sedangkan, untuk sentimen positif berada pada persentase paling sedikit yakni 18% atau sejumlah 780 tweet. Isu yang ramai diperbincangkan terkait sentimen positif ini adalah terkait pernyataan pemerintah yang akan memberikan kepastian investasi kepada produsen dalam rencana aturan validasi IMEI serta jaminan reaksi positif warganet terhadap pemberantasan ponsel ilegal. Hal menarik yang dapat dilihat dari sentimen positif dan netral adalah mayoritas tweet berasal dari instansi pemerintah. Sedangkan untuk sentimen negatif mayoritas berasal dari masyarakat secara umum.

Adapun contoh tweet dengan sentimen positif, netral dan negatif adalah sebagai berikut:

Positif:

@beacukaiRI: Dari sisi pengawasan, aturan tentang IMEI akan memudahkan pemberantasan penipuan yang selama ini marak dengan modus barang BM.

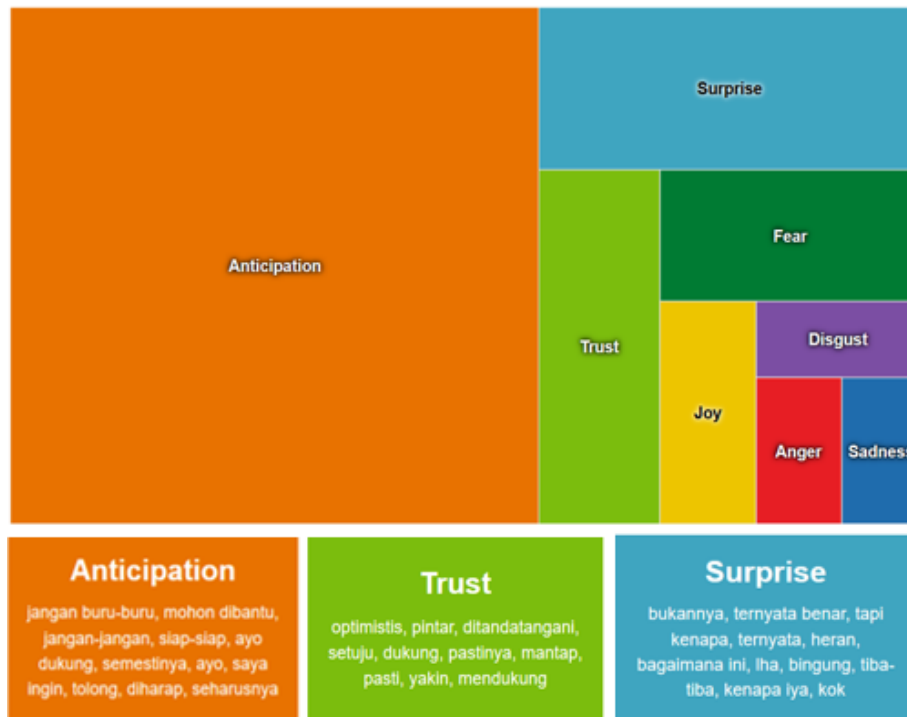
Netral:

@jonqeyy_: ngapain ya pemerintah ngatur IMEI ini? Butuh pencerahan sebenarnya tapi semoga buat kebaikan kita bersama.

Negatif

@daunkunir: Aturan ini hanya nambah PR baru yaitu nanti akan marak pencurian imei. Karena imei ada di box luar kemasan hp, bisa fiintip dan difoto siapa aja, kemudian "ditulis" diperangkat lain. Mark my word.

@angkatan94: Eh, tujuan IMEI diblokir untuk menghambat impor ilegal tu salah nutup lubang ndak si sebenarnya? Kan yang kebobolan bea cukai. Kok malah blokir IMEI? Ya berarti kan pengakuan terbuka ini, kalo di bea cukai ada lubang gede tapi malah nutup lubang di tempat lain.



Gambar 9. Dimensi Emosi Pengguna Twitter terhadap Isu Regulasi IMEI (Intelligence Perception Analysis Tools 2019)

Emotion mining dalam penelitian ini digunakan untuk memetakan persepsi secara lebih detail tidak hanya positif negatif tapi juga ekspresi senang (*joy*), sedih (*sadness*), marah (*anger*), bangga (*proud*), percaya (*trust*), takut (*fear*), kaget (*surprise*), dan lain-lain. Radar untuk menganalisis persepsi ini dikembangkan berdasarkan teori *psychoevolutionary* dari Robert Plutchik, yang membagi 8 (delapan) emosi primer: *anger, fear, sadness, disgust, surprise, anticipation, trust, dan joy* (Plutchik,2001). Gambar 9 menjelaskan bahwa *anticipation* menjadi dimensi emosi teratas dalam isu regulasi IMEI. Hal ini merujuk pada beberapa kata yang sering muncul dalam kicauan pengguna Twitter seperti “jangan buru-buru”, “mohon dibantu”, “jangan-jangan”, “siap-siap”, “ayo dukung”, “semestinya”, “saya ingin”, “tolong”, “diharap”, dan “seharusnya”. Sedangkan untuk dimensi emosi *surprise* berada pada dimensi emosi teratas kedua dengan kicauan warganet meliputi “ternyata benar”, “bingung”, “tiba-tiba”, “kok”, “kenapa iya”, “lha”, dan “bagaimana ini”. Sedangkan untuk dimensi emosi *trust* berada pada kicauan “optimistis”, “pintar”, “setuju”, “dukung”, “pastinya”, “mantap”, “yakin”, “pasti”, dan “mendukung”. Teori *psychoevolutionary* Robert Plutchik tentang emosi menunjukkan bahwa emosi bukan hanya keadaan perasaan melainkan rantai kompleks peristiwa yang dimulai dengan stimulus yang membangkitkan perasaan, perubahan psikologis, impuls mengarah ke tindakan dan tujuan perilaku. Adapun contoh twit dengan dimensi emosi *anticipation, surprise* dan *trust* adalah sebagai berikut:

Anticipation:

@nandanurbuana: @Telkomsel kak terkait hp black market yang nomor imei nya harus didaftarkan Ke operator seluler masing2 ini, saya pengen tahu gimana syaratnya kalo yang mau daftar nomer imei? Terimakasih.

@karman1208: @Kemenperin_RI tlng agar hp yang blm terdaftar imei nya agar bisa didaftarkan, kmi Rakyat kecil membeli hp distributor krena krangnya pengetahuan dan sosialisasi dri pihak terkait ap itu hp distributor

kami kira distributor itu resmi. Apa yg harus sy dilakukan agar kedepan..HP saya tidak diblokir 165641.

Surprise:

@kemlonih: Pajak ImEi ini apa maksudnya @kemkominfo? Bukannya, beli hape dah ada pajaknya, paket data dan pulsa juga dah kena pajak, sekarang IMEI? Abis itu apalagi?

@MenjejakBumi: @Kemenperin_RI Kalau bikin kebijakan yang benar dong pak!saya cek IMEI saya belinya resmi,garansi TAM,di box nya juga tertulis di produksi di Indonesia kok EMEi hp saya gak terdaftar di situs kalian?

Trust:

@Deary_P: Wah setuju banget. IMEI ini semacam no ktp nya HP jadi kalo di blokir sama seperti hp di penjara jd ga isa di pake dengan normal. Perdagangan hp curian masi banyak dan harus di berantas.

@rasheida: bapak @jokowi semakin mantul nih,imei hp ilegal mau diblokir, program yang mantap bapak!

KESIMPULAN

Penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa analisa *microblogging* dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan prioritas sebuah kebijakan publik yang berkaitan langsung dengan masyarakat. Secara khusus, penelitian ini juga menemukan bahwa analisis sentimen dengan menggunakan *big data tools* yaitu *Intelligence Perception Analysis* yang melakukan proses penarikan data dari media sosial Twitter, dapat digunakan untuk mengetahui sentimen masyarakat khususnya pengguna Twitter terhadap isu pengendalian akses ponsel ilegal melalui validasi IMEI. Kekuatan *tools* ini adalah visualisasi terhadap data informasi yang didapatkan, jangkauan yang cukup luas terhadap pengguna Twitter di tanah air, *query* atau kata kunci yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan riset, serta rentang waktu yang dapat disesuaikan dengan maksimal jangkauan hingga satu tahun terakhir. Selain itu analisis sentimen memiliki pengguna Twitter pada media sosial Twitter ini dinilai cukup efektif dalam memberikan informasi yang dapat dijadikan masukan dalam penerapan suatu kebijakan pemerintah.

Dari penelitian tersebut dapat dilihat bahwa pengguna Twitter sangat mudah beropini terhadap hal-hal yang bersentuhan langsung dan mempengaruhi kehidupan mereka sehari-hari. Fenomena tersebut dapat dimanfaatkan oleh pemerintah untuk melakukan analisis sentimen di media sosial terhadap kebijakan yang akan dikeluarkan selanjutnya, analisis sentimen tersebut bertujuan untuk melihat sentimen masyarakat secara umum. Berdasarkan hasil penelitian ini, menurut hemat penulis, pemerintah perlu melakukan sosialisasi terstruktur yang melibatkan *stakeholder* terkait menjelang regulasi terkait valisasi IMEI ini diberlakukan agar masyarakat tidak mendapatkan informasi yang bias. Selain itu pemerintah juga perlu memberikan kejelasan terkait langkah-langkah antisipatif yang dapat ditempuh konsumen yang terlanjur menggunakan ponsel ilegal maupun langkah pencegahan agar tidak menjadi korban dalam penggunaan ponsel ilegal di kemudian hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih pada pihak Indonesia Indicator yang telah mengenalkan *IPA tools* sehingga memberikan alternatif lain dalam melakukan penelitian. Tak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada para peneliti di lingkungan Puslitbang Aptika dan IKP yang selalu mendukung serta memberikan kritik dan saran terhadap penyempurnaan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Sumarni., Murni.W, A.K Mardiana., A. Muzakki. "Survei: Topik dan Tren Analisis Sentimen Pada Media Online." *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, (2018).
- Berry, M.W., Kogan, J. *Text Mining Application and Theory*. United Kingdom: WILEY, 2010.
- Chintala, S. *Sentiment Analysis using neural architectures*. New York University, 2012.
- Daffa, W., Bamasag, O., AlMansour, A. "A Survey On Spam URLs Detection In Twitter." In *2018 1st International Conference on Computer Applications & Information Security (ICCAIS)*. (April 2018): 1-6. IEEE.
- Buntoro, Ghulam Asrofi. *Analisis Sentimen Calon Gubernur DKI Jakarta 2017 Di Twitter*. Surabaya: Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, 2017.
- Buntoro, G. A., Adji, T. B., Purnamasari, A. E. "Sentiment Analysis Twitter dengan Kombinasi Lexicon Based dan Double Propagation." *CITEE* (2014): 39-43.
- Direktorat SDPPI, Kementerian Kominfo. *Bahan Rapat Koordinasi IMEI 3 Kementerian*. Diakses pada 23 Juli 2019. Jakarta, 2019.
- Fabian Thomas, Vincent. "Kebijakan IMEI: Kerugian Akibat Ponsel Ilegal Capai Rp143,68 Miliar." Diakses 1 Agustus 2019. <https://tirto.id/kebijakan-imei-kerugian-akibat-ponsel-ilegal-capai-rp14368-miliar-edDk>.
- Feldman, R., Sanger, J. *The Text Mining Handbook: Advanced Approaches in Analyzing Unstructured Data*. New York: Cambridge University Press, 2007.
- Go, A., Huang, L., Bhayani, R. "Twitter sentiment analysis." *Entropy* 17, (2009): 252.
- Hemalatha, I., Varma P. Saradhi., Govardhan A. "Preprocessing The Informal Text for Efficient Sentiment Analysis." *International Journal of Emerging Trends & Technology in Computer Science (IJETTCS)* 1, no.2 (2012): 58-61.
- Hootsuite (We are Social). "Indonesian Digital Report 2019." Diakses 3 Agustus 2019. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- ITU/EUIPO. "The Economic Cost Of IPR Infringement In The Smartphones Sector." <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/web/observatory/ipr-infringement-smartphone-sector>.
- Kusumaningrat, Hikmat., Kusumaningrat, Purnama. *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.
- Liu, Bing. *Sentiment Analysis and Opinion Mining*. USA: Morgan & Claypool Publishers, 2012.
- Makki, Safir. "Mengenal Apa itu IMEI." Diakses 1 Agustus 2019. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190116164420-185-361325/mengenal-apa-itu-imei>.
- Ma'arif, M. Rifki. "Analisis Konten Interaksi Pengguna Twitter pada Masa 100 Hari Pertama Pemerintahan Baru DKI Jakarta Menggunakan Text Mining." *Jurnal Pekommas* 3, no. 2 (2018): 137-142.
- Nomleni, Petrix., M. Hariadi., IKE Purnama. "Sentimen Analisis Berbasis Big Data." *Seminar Nasional Ke-9 Rekayasa Teknologi Industri dan Informasi*, (2014).
- Pakistan Telecommunications Authority. "DIRBS consultation document." 2015. <https://www.pta.gov.pk/assets/media/dirbs-cons-paper-220616.pdf>. pg.6
- Pan, S., Ni, X., Sun, J., Yang, Q., Chen, Z. "Cross-domain sentiment classification via spectral feature alignment." *International World Wide Web Conference Committee*, (2010): 751-760.

- Pang, B., Lee, L. "Opinion Mining and Sentiment Analysis." *Foundations and Trends® in Information Retrieval* 2, no. 1-2 (2008): 1-135.
- Plutchik, R. "The nature of emotions: Human emotions have deep evolutionary roots, a fact that may explain their complexity and provide tools for clinical practice." *American scientist* 89, no. 4 (2001): 344-350.
- Pratiwi, I. Y. R., Asmara, R. A., Rahutomo, F. "Study of hoax news detection using naïve bayes classifier in Indonesian language." In *2017 11th International Conference on Information & Communication Technology and System (ICTS)*. IEEE, (October 2017): 73-78.
- Sadida, R., Azkia, M. R., Candra, B. P., Rezeki, N., Rendy, M. O. C. "Perancangan Sistem Analisis Sentimen Masyarakat Pada Sosial Media Dan Portal Berita." *SEMNASSTEKNOMEDIA ONLINE* 5, no 1 (2017): 3-7. STMIK AMIKOM.
- Shantika, Eka. "Cara Twitter Deteksi Akun Bot." Diakses 11 agustus 2019. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180816103830-185-322716/cara-twitter-deteksi-akun-bot>.
- Tapscott, D. *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. New York, US: McGraw-Hill, 2009.

Strategi Komunikasi *Crowdfunding* melalui Media Sosial

Crowdfunding Communication Strategy through Social Media

Ferdiza Barthelemy¹, Irwansyah²

¹Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Kampus Salemba, Jakarta Pusat, Indonesia

²Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Kampus Salemba, Jakarta Pusat, Indonesia

¹ferdizabarthelemy@gmail.com, ²dr.irwansyah.ma@gmail.com

Naskah diterima: 26 September 2019, direvisi: 1 Oktober 2019, disetujui: 21 November 2019

Abstract

The Internet has become embedded in every aspect of our lives and transformed the way we interact with others. Nowadays, people can easily raise or donate funds online. This is what we called as crowdfunding. Crowdfunding is an Internet-based funding method for the realization of an initiative through online distributed contributions and micro-sponsorships in the form of pledges of small monetary amounts by a large pool of people within a limited timeframe. This research aims to investigate how Kitabisa.com as the most popular crowdfunding platform in Indonesia formulates their organizational communication strategy. This study used a qualitative approach, using interviews, observation, documentation and literature studies as a research method. In the discussion and data analysis, this study applied a theoretical conceptual framework regarding communication strategies, which was elaborated into 5 (five) categorizations; determining the purpose of communication, determining the segmentation of audiences, writing and sending messages, selecting media, and the role of the communicator.

Keywords: *Communication Strategy, Crowdfunding, Social Media*

Abstrak

Internet telah memasuki setiap segi kehidupan kita dan merubah cara kita berinteraksi dengan orang lain. Kini masyarakat dapat dengan mudah melakukan penggalangan dana maupun menyumbangkan dana yang mereka miliki secara online. Hal ini yang disebut dengan crowdfunding. Crowdfunding merupakan metode pendanaan berbasis Internet untuk merealisasikan suatu inisiatif melalui kontribusi pendanaan dari kelompok besar orang yang didistribusikan secara online dalam jangka waktu terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Kitabisa.com sebagai salah satu platform crowdfunding merumuskan strategi komunikasi organisasinya sehingga kini menjadi platform crowdfunding terpopuler di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Dalam pembahasan dan analisis data digunakan kerangka konsep teoritis mengenai strategi komunikasi yang meliputi 5 (lima) kategori, yaitu penentuan tujuan komunikasi, penentuan segmentasi khayalak, penyusunan dan metode penyampaian pesan, pemilihan media, dan peranan komunikator.

Kata kunci: *Strategi Komunikasi, Crowdfunding, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Di era perkembangan teknologi, Internet membawa begitu banyak kemudahan kepada penggunanya. Beragam akses terhadap informasi dari seluruh dunia dapat dilakukan melalui satu pintu. Internet juga dapat menembus batas dimensi ruang dan waktu dari kehidupan penggunanya. Teknologi informasi yang merupakan perpaduan antara teknologi komputer dan telekomunikasi, mengganti paradigma industrial menjadi paradigma post-industrial yang berarti juga mengubah perilaku lingkungan manusia (Mildawati 2000). Perubahan perilaku tersebut terjadi dalam berbagai aspek, salah satunya adalah dalam aspek finansial. Kini masyarakat dapat dengan mudah melakukan penggalangan dana maupun menyumbangkan dana yang mereka miliki secara *online*. Hal ini yang disebut dengan *crowdfunding*.

Crowdfunding merupakan kegiatan panggilan terbuka (*open call*), yang dilakukan melalui Internet, untuk penyediaan sumber daya keuangan baik dalam bentuk sumbangan (tanpa imbalan) atau sebagai imbalan atas beberapa bentuk hadiah dan/atau hak suara untuk tujuan tertentu (Hemer 2011). *Crowdfunding* juga dapat didefinisikan sebagai metode pendanaan berbasis Internet untuk merealisasikan suatu inisiatif melalui kontribusi yang didistribusikan secara *online* dengan pendanaan sejumlah uang oleh sekelompok besar orang dalam jangka waktu terbatas (Hossain & Oparaocha 2017). Istilah *crowdfunding* berasal dari istilah yang lebih dikenal dengan *crowdsourcing*, yang menggambarkan proses pekerjaan *outsourcing* ke sejumlah besar "kerumunan orang" (dalam hal ini adalah komunitas Internet) dan mengandalkan pada aset, sumber daya, pengetahuan atau keahlian mereka (Hemer 2011). *Crowdsourcing* didefinisikan sebagai cara untuk memanfaatkan solusi kreatif dari jaringan individu yang terdistribusi (Gerber, Hui, & Kuo 2012). Kleemann et al. (dalam Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher 2013) menyatakan bahwa *crowdsourcing* terjadi ketika perusahaan yang berorientasi laba mengalihdayakan tugas-tugas spesifik yang penting untuk membuat atau menjual produknya kepada masyarakat umum (suatu kerumunan) dalam bentuk panggilan terbuka (*open call*) melalui Internet.

Visi dari *crowdfunding* adalah untuk memanfaatkan kekuatan kerumunan untuk mendanai usaha kecil, proyek-proyek yang tidak mungkin didanai dengan cara tradisional, menggunakan *platform crowdfunding* atau media sosial, seperti Twitter, Myspace, dan Facebook (Gerber et al. 2012). Media sosial adalah istilah yang sering digunakan untuk merujuk pada bentuk media baru yang melibatkan partisipasi interaktif (Manning 2014). Media Sosial didefinisikan sebagai situs web yang memungkinkan pembuatan profil dan visibilitas hubungan antara pengguna; aplikasi berbasis web yang menyediakan fungsionalitas untuk berbagi, menjalin hubungan, membuat kelompok, percakapan, dan membuat profil (Wolf & Sims 2018). Internet sebagai strategi untuk mendorong *campaign* publik dan sebab-sebab politik telah meningkat secara substansial, terutama karena merebaknya media sosial Web 2.0. Banyak kelompok advokasi lingkungan khususnya, memiliki halaman di situs jejaring sosial dan juga menggunakan media sosial lain seperti blog, vlog, *podcast*, dan wiki (Pillay & Maharaj 2004). Kini *open call* untuk pendanaan kemudian dipromosikan melalui media sosial (misalnya, Facebook, MySpace, Twitter, YouTube, LinkedIn, Reddit, Google+, Quora, dan Sina Weibo Cina), serta melalui komunikasi berbasis Internet lainnya, seperti *email* (Hossain & Oparaocha 2017).

Melihat spektrum dari *campaign crowdfunding* yang sudah luas dan dapat diamati dalam skala global, mengklasifikasikan kategorinya dapat membantu untuk dapat mengidentifikasi cara mana saja yang merupakan kandidat sesuai dengan bentuk *crowdfunding*-nya. Hemer (2011) mengklasifikasikan kategorisasi *crowdfunding* menjadi dua, yaitu berdasarkan latar belakang berdirinya dan berdasarkan orisinalitas organisasi.

Crowdfunding menurut Hossain & Oparaocha (2017) juga dapat dikategorikan secara luas menjadi empat jenis, yaitu: model berbasis donasi, berbasis hadiah, berbasis pinjaman, dan berbasis ekuitas, secara lebih lanjut dapat dilihat melalui Tabel 1.

Tabel 1. Tipologi *Crowdfunding*

Tipe	Donation-based crowdfunding	Reward-based crowdfunding	Equity-based crowdfunding	Landing-based crowdfunding
Motivasi pendana	<i>Intrinsik dan sosial</i>	Intrinsik, sosial dan ekstrinsik	Keuntungan finansial	Sosial dan / atau finansial
Tipe kontribusi	Donasi	Pre-order	Investasi	Pinjaman
Ekspektasi pendana	<i>Intangible benefits</i>	<i>Tangible</i> dan <i>intangible benefits</i>	<i>Return on invesment</i>	<i>Return on investment</i>
Fokus utama	Jurnalisme/tujuan yang layak/ filantropi	Produk untuk pengadopsi hadiah	Start-ups	Peminjam jangka pendek
Kompleksitas proses	Sangat rendah	Rendah	Tinggi	Menengah
Penerima keuntungan	Pemilik proyek, musisi, entitas nirlaba	<i>Start-up</i> , penyandang dana	<i>Start-up</i>	Perorangan, entitas bisnis
Tipe perjanjian	Kontrak tanpa imbalan eksistensial	Kontrak pembelian	Kontrak kepemilikan saham	Kontrak pinjaman

Sumber: Hossain & Oparaocha (2017)

Strategi komunikasi menurut Smith (2002) adalah kegiatan atau kampanye komunikasi yang sifatnya informasional maupun persuasif untuk membangun pemahaman dan dukungan terhadap suatu ide, gagasan atau kasus, produk maupun jasa yang terencana yang dilakukan oleh suatu organisasi baik yang berorientasi laba maupun nirlaba, memiliki tujuan, rencana dan berbagai alternatif berdasarkan riset dan memiliki evaluasi.

Pace dan Faules (dalam Poentarie 2013) merumuskan 5 faktor yang perlu diperhatikan dalam strategi komunikasi yaitu: (1) Menentukan tujuan komunikasi; proses komunikasi dimulai ketika tujuan untuk berkomunikasi tersebut telah ditentukan. Prinsip dari tujuan berkomunikasi adalah untuk menginformasikan atau mendapatkan informasi, memengaruhi sikap dan memengaruhi tindakan yang dilakukan secara persuasif, (2) Segmentasi khalayak; program komunikasi dapat berhasil jika kondisi-kondisi spesifik dijumpai. Faktor utama yang paling dibutuhkan untuk menciptakan kondisi tersebut adalah memilih segmen khalayak secara cermat, (3) Penyusunan dan Metode Penyampaian Pesan; pesan mempunyai kedudukan sentral yang tidak boleh terabaikan dalam mencapai efektivitas komunikasi. Dalam menentukan tema pesan yang akan disampaikan, menurut Arifin (dalam Poentarie 2013) ada dua bentuk rumusan tema pesan yang bisa dipakai, yakni yang bersifat *one side issue* dan *both side issue*. *One side issue* merupakan rumusan pesan yang bersifat sepihak, yaitu pesan yang berisi hal-hal positif atau hal-hal negatif saja. Pesan hanya berisi konsepsi komunikator tanpa mempertimbangkan berbagai pendapat yang berkembang di kalangan khalayak. Sebaliknya *both side issue* merupakan rumusan pesan yang berisi hal positif dan negatif sekaligus. Dalam hal ini rumusan pesan berisi konsepsi komunikator maupun konsepsi yang berkembang pada khalayak, (4) Pemilihan Media; dalam melakukan komunikasi, komunikator senantiasa dihadapkan pada situasi yang harus memilih media yang tepat dalam menyampaikan pesan. Pemilihan media dalam strategi komunikasi merupakan pilihan yang ditentukan oleh komunikator terhadap media apa yang dianggap paling cocok dimanfaatkan dalam menyampaikan pesannya, (5) Peranan Komunikator; dalam proses komunikasi, komunikator memegang peran penting terhadap keberhasilan komunikasi. Ada faktor penting dari komunikator ketika menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran, yakni terkait daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan

kredibilitas sumber (*source credibility*). Agar pesan benar-benar dapat diterima oleh khalayak sasaran, komunikator harus memiliki kredibilitas. Kredibilitas di sini mengandung 2 (dua) unsur, yaitu: pertama adalah keahlian atau *expertise*. Artinya, komunikator harus memiliki keahlian atau kecakapan yang diakui oleh khalayak sasaran. Unsur kedua adalah dapat dipercaya atau *trustworthiness*. Sumber penyampai pesan harus dapat membangun kepercayaan pada khalayak sasaran.

Penelitian sejenis terkait *crowdfunding* melalui media sosial pernah dilakukan oleh Beier dan Wagner (2015) dalam upaya menggambarkan keberhasilan *crowdfunding* melalui media sosial. Penelitian yang dilakukan pada 740 proyek *platform crowdfunding* di Swiss menunjukkan bahwa aspek kuatnya strategi atau *campaign*, terutama di media sosial memengaruhi kesuksesan proyek *crowdfunding*. Beier dan Wagner (2015) menjelaskan bahwa "*Success of a campaign largely depends on the networking skills and efforts of the creator. Creator needs to employ its network to mobilize people to donate and mobilize himself on social media and persuade people to donate,*" dari kesimpulan yang diberikan di akhir penelitiannya, semakin menekankan bahwa bagaimana strategi dari pembuat *campaign* dalam *crowdfunding* di media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan *campaign*. Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Nevin et. al (2017), yang berusaha melihat pengaruh media sosial terhadap suatu *campaign crowdfunding* di UK dengan menguji bagaimana media sosial yang berbeda-beda dapat memengaruhi *crowdfunding*. Kaur dan Gera (2017) juga melakukan penelitian terkait strategi keberhasilan *campaign crowdfunding* di media sosial dengan metode eksperimental. Eksperimental dilakukan terhadap 4.121 *campaign* pada *platform crowdfunding* bernama Kickstarter. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kesuksesan dari suatu *crowdfunding* bergantung pada usaha dari pembuatnya. Pembuat *crowdfunding* harus dapat membujuk masyarakat untuk berdonasi, dan salah satunya adalah melalui media sosial. Kaur dan Gera (2017) memberikan kesimpulan "*the role of on-page and off-page communication influencing the number of donations, the average amount of donations and the "all-or-nothing" success of the crowdfunding campaign.*" Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dalam hal penggunaan pendekatan. Penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk melihat strategi komunikasi Kitabisa.com sebagai *platform crowdfunding* merumuskan strategi komunikasi organisasinya sehingga kini menjadi *platform crowdfunding* terpopuler di Indonesia melalui media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Creswell (dalam Raco 2010) mengemukakan bahwa pendekatan kualitatif digunakan untuk menangkap arti pengalaman hidup manusia tentang suatu gejala. Pendekatan kualitatif hendak mengetahui lebih jauh struktur kesadaran dalam pengalaman manusia. Menurut Husserl (dalam Raco 2010), pemahaman individu tentang sesuatu terjadi karena adanya kesadaran (*consciousness*) akan gejala tersebut. Kesadaran akan sesuatu hanya mungkin terjadi karena adanya keterarahan (*intentionality*) pada gejala tersebut. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang

alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Pemilihan pendekatan ini dipilih sesuai dengan tujuan penelitian dan bentuk data yang ingin diperoleh berupa narasi dari hasil wawancara. Dengan kata lain, penelitian kualitatif digunakan untuk memahami strategi komunikasi dan fenomena *crowdfunding*. Selanjutnya peneliti menentukan tipe penelitian yang ingin digunakan, yaitu tipe deskriptif. Penelitian jenis ini bertujuan untuk melakukan dokumentasi dan deskripsi atas suatu fenomena. Peneliti membatasi penelitian ini sampai dengan penggambaran strategi komunikasi yang dilakukan oleh platform *crowdfunding Kitabisa.com* terutama di media sosial. Tipe penelitian deskriptif cocok digunakan dalam penelitian ini karena membantu menjawab pertanyaan penelitian, antara lain; bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan platform *crowdfunding Kitabisa.com* dalam upaya mengumpulkan donasi melalui media sosial.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam. Melalui wawancara mendalam, informasi, data, dan keterangan didapatkan secara langsung dari informan, yaitu Staf *Public Relations* dari *Kitabisa.com*, Alvidhiansyah Putra. Penentuan informan dilakukan secara *purposive* (Neuman 2013). Pemilihan informan dari bagian *Public Relations Kitabisa.com* karena fungsi dan tugas untuk menentukan strategi komunikasi terdapat pada bagian *Public Relations*. Selain dari hasil wawancara mendalam, sumber data juga diperoleh melalui observasi, dan data sekunder berupa hasil studi dokumentasi dan kepustakaan.

Dalam pembahasan dan analisis data, penelitian ini menggunakan kerangka konsep teoritis mengenai strategi komunikasi dari Pace dan Faules (dalam Poentarie 2013) yang dijelaskan menjadi 5 (lima) kategorisasi, yaitu bagaimana penentuan tujuan komunikasi, penentuan segmentasi khayalak, penyusunan dan metode penyampaian pesan, pemilihan media, serta peranan komunikator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Crowdfunding merupakan bentuk pendanaan alternatif dari pinjaman atau pendanaan yang bersifat tradisional. Prinsipnya sama seperti pendanaan konvensional, *crowdfunding* terbuka untuk semua orang pribadi maupun pelaku ekonomi atau kelompok orang yang memberikan pendanaan kecil ataupun besar. Pada dasarnya *crowdfunding* tetap merujuk pada pendanaan dalam satu proyek/bisnis/kampanye, tetapi dengan melibatkan proses dari media baru, yakni Internet itu sendiri. Mekanisme ini diperlukan untuk memperlancar dan mempercepat arus informasi pendanaan sehingga dapat menjangkau luas masyarakat dan frekuensinya yang begitu tinggi. Faktor penting keberhasilan konsep *crowdfunding* adalah digitalisasi masyarakat dengan berkembangnya Internet. Orang dapat berkomunikasi, mengakses dan memberikan informasi secara konstan terhadap proyek atau kampanye sosial *crowdfunding* sendiri.

Kitabisa.com merupakan sebuah website *crowdfunding* untuk menggalang dana dan berdonasi secara *online* dan transparan. Ide didirikannya *Kitabisa.com* berasal dari pemikiran bahwa ada dua belah pihak yang memiliki sumberdaya berbeda, tetapi bisa saling berkolaborasi untuk mewujudkan suatu proyek. Satu pihak ada kemampuan finansial untuk pihak lain yang memiliki ide maupun misi yang sama, sedangkan di sisi lain ada pihak yang memiliki ide dan program cemerlang, tetapi tidak memiliki dukungan finansial. Untuk mempertemukan kedua pihak dengan potensi tersebut diperlukan kehadiran orang ketiga. Dalam konteks itulah, situs *crowdfunding Kitabisa.com* hadir untuk menjembatani kedua pihak tersebut. Siapa saja yang dapat dan ingin berbuat kebaikan dengan cara penggalangan dana dan donasi dana,

Kitabisa.com menyebutnya sebagai #OrangBaik (Wawancara, 22 Mei 2019). Pada tahun 2018, sudah terdapat 1 juta #OrangBaik yang telah terhubung dan *Kitabisa.com* sudah berhasil mengumpulkan donasi sampai dengan 500 Milyar (*Kitabisa.com* 2019).

Dari banyaknya tipe *crowdfunding* yang ada, *Kitabisa.com* merupakan tipe *Donation-based Crowdfunding*, di mana jenis *crowdfunding* ini merupakan tipe yang paling sederhana dan paling populer. Dalam model ini, pemberi dana menyumbang untuk tujuan filantropis. Sumbangan ini biasanya dibuat untuk inisiatif sosial dan amal, dengan pemberi dana tidak mengharapkan pengembalian (Hossain & Oparaocha 2017). Donasi juga dapat dilakukan untuk perusahaan yang berorientasi laba, tetapi *platform* donasi murni jarang terjadi dan umumnya berfokus pada permintaan dari badan amal dan organisasi nirlaba. Pendana umumnya menyumbang untuk tujuan yang mereka yakini, seperti mengumpulkan uang untuk memungkinkan band musik melakukan tur dan mengumpulkan uang untuk korban bencana alam maupun masyarakat kurang mampu. Para penyandang dana ini mungkin menerima pengembalian simbolik, seperti pesan terima kasih dari para pendiri, tetapi tidak ada imbalan material. Model berbasis donasi tidak terbatas pada organisasi nirlaba, karena beberapa orang dapat menyumbang untuk inisiatif jika memungkinkan mereka untuk kemudian membeli produk yang diinginkan di pasar terbuka. Secara alami, risiko yang terkait dengan *crowdfunding* berbasis donasi sangat rendah, karena tidak ada kewajiban bagi para pendiri untuk memberikan pengembalian, juga para penyandang dana tidak mengharapkannya (Hossain & Oparaocha 2017). Hal ini didasarkan dari visi dan misi organisasi *Kitabisa.com*, sebagaimana yang dinyatakan oleh Alvidhiansyah Putra, Staf *Public Relations*:

“Visi Misi Kitabisa.com itu menerapkan open platform dimana siapapun dapat membuat donasi ataupun berdonasi untuk beragam tujuan sosial maupun personal” (Wawancara, 22 Mei, 2019)

Perbedaan antara *crowdfunding* dan penggalangan dana tradisional adalah bahwa *crowdfunding* memadukan fitur *crowdsourcing* dan keuangan mikro, dengan menggunakan berbagai *platform online* untuk mengumpulkan dana dari massa, dalam jumlah kecil. Di sisi lain, penggalangan dana tradisional adalah teknik mengatur dana untuk mengeksekusi ide bisnis menggunakan sumber konvensional seperti mengambil pinjaman dari bank, investor dan modal ventura. Dalam *crowdfunding*, cukup mudah untuk menemukan investor untuk proyek atau ide, dibandingkan dengan penggalangan dana tradisional di mana membutuhkan lebih banyak waktu, upaya dan sumber daya diperlukan untuk membujuk investor untuk berinvestasi dalam bisnis. *Crowdfunding* memungkinkan kita untuk menjangkau banyak orang hanya dalam satu klik, tanpa batasan apa pun. Sebaliknya, dalam penggalangan dana tradisional hanya beberapa individu dengan kekayaan besar, bank atau lembaga keuangan yang dihubungi untuk memamerkan ide tersebut. Keuntungan lainnya yang didapatkan dalam *crowdfunding* adalah para kontributor terutama berfokus pada ide yang inovatif, menarik dan menggugah pikiran, untuk menjanjikan uang tunai. Sebaliknya, dalam penggalangan dana tradisional, para investor terutama berfokus pada ide yang memiliki kapasitas untuk menghasilkan pendapatan (Surbhi 2019).

Menentukan Tujuan Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi tentu ada tujuan yang ingin dicapai. Secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan, lebih lanjut diharapkan dapat mendorong adanya perubahan opini, sikap, maupun perilaku. Proses komunikasi dimulai ketika tujuan untuk berkomunikasi tersebut telah ditentukan. Tahap dimulai dengan penilaian menyeluruh terhadap situasi terkini untuk memahami kondisi dan tantangan yang harus dihadapi untuk melangkah ke depan dan

mencapai tujuan yang diinginkan. Tahap ini merupakan langkah awal yang sangat penting karena perencanaan masa depan harus diawali dengan keyakinan di mana posisi kita saat ini. Ada beberapa langkah untuk betul-betul memahami situasi terkini, yaitu dimulai dengan menanyakan pertanyaan yang tepat dan kemudian melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) (Kotler & Lee 2006).

Prinsip dari tujuan berkomunikasi adalah untuk menginformasikan atau mendapatkan informasi, mempengaruhi sikap dan mempengaruhi tindakan yang dilakukan secara persuasif. Tujuan Komunikasi juga dapat menjadi dasar supaya pesan yang ingin disampaikan dapat dimengerti. Penentuan tujuan komunikasi dalam suatu organisasi atau perusahaan merupakan hal yang fundamental. Hal ini dapat mempengaruhi orang lain untuk melakukan sesuatu. Pemilihan *crowdfunding* sebagai bisnis utama dari *Kitabisa.com* juga bukan semata-mata tanpa tujuan.

Menurut Staf *Public Relations*, Alvidhiansyah Putra, *Kitabisa.com* melihat bahwa *crowdfunding* kini menjadi hal yang familiar di lingkungan masyarakat. Masyarakat kini semakin sadar dan mengerti dengan adanya *crowdfunding* dan karena kebutuhan penggalangan dana secara *online* kini makin diperlukan dan dirasa banyak memiliki manfaat. Melihat peluang yang ada, *Kitabisa.com* hadir untuk memfasilitasi kegiatan-kegiatan sosial dengan cara yang lebih mudah, yaitu melalui *online platform*. *Kitabisa.com* juga memiliki tujuan untuk menjadi wadah bagi masyarakat menggalang dana dan berdonasi secara *online* (Wawancara, 22 Mei 2019). Hal ini menunjukkan bahwa *Kitabisa.com* telah berhasil menjalankan prinsip dari tujuan komunikasi, yakni menginformasikan atau mendapatkan informasi, memengaruhi sikap dan memengaruhi tindakan yang dilakukan secara persuasif (Pace & Faules dalam Poentarie 2013). Karena *Kitabisa.com* telah berhasil menjalankan dan menentukan tujuan komunikasinya, maka gagasan dari tujuan tersebut dapat lebih mudah diterima oleh khalayak melalui pendekatan yang persuasif, bukan memaksakan kehendak.

Segmentasi Khalayak

Khalayak merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber—yang dapat berupa satu orang atau lebih, kelompok, partai, bahkan negara. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi karena merupakan sasaran komunikasi. Tahap segmentasi khalayak menurut Kotler dan Lee (2006) berguna untuk mengidentifikasi semua segmen khalayak yang potensial bagi masing-masing tujuan komunikasi, memprioritaskan segmen khalayak tertentu dan mempelajari sebanyak mungkin tentang mereka. Langkah ini diawali dengan segmentasi khalayak yang dituju dan kemudian membuat prioritas. Alvidhiansyah Putra, Staf *Public Relations*, menyebutkan bahwa:

“Kitabisa.com menyebut khalayaknya sebagai #OrangBaik, yaitu semua orang yang ingin berbuat kebaikan dengan cara menggalang dana maupun memberikan donasi melalui platformnya. Kitabisa.com tidak membatasi siapa saja yang menjadi segmentasi khalayaknya. Hal ini yang menjadikan penyampaian informasi bersifat luas dan tersebar pada seluruh lapisan masyarakat” (Wawancara, 22 Mei, 2019).

Program komunikasi dapat berhasil jika kondisi-kondisi spesifik dijumpai. Faktor utama yang paling dibutuhkan untuk menciptakan kondisi tersebut adalah memilih segmen khalayak secara cermat. Khalayaklah yang akan mencerna dan menerjemahkan pesan yang disampaikan dan atau meneruskan pesan tersebut sesuai dengan tujuan dari proses komunikasi yang terjadi (Nasrullah 2018). *Kitabisa.com* tidak membatasi segmentasi khalayaknya dan juga dapat membuat informasi mengenai *crowdfunding campaign* tersebar luas. Dengan penyebutan khalayak sebagai #OrangBaik, juga dapat menjadi strategi komunikasi dan dapat menjadi cara

yang menarik agar khalayak merasa terangkut dan juga dapat meningkatkan kesuksesan kampanyenya. Hal ini sesuai dengan rumusan Pace dan Faules (dalam Poentarie 2013) bahwa faktor utama yang paling dibutuhkan untuk menciptakan kondisi tersebut adalah memilih segmen khalayak secara cermat.

Terkait dengan segmentasi khalayak, Vogel (Tankard dalam Poentari 2013) mengidentifikasi komponen khalayak menjadi dua kelompok: 1) pendukung aktif dan mereka yang berpotensi untuk berubah, dan 2) yang merupakan calon yang bagus untuk pesan-pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi yang berbeda hendaknya digunakan untuk dua target khalayak tersebut. Pendukung aktif perlu menerima pesan menguatkan sehingga dukungan tidak goyang. Mereka yang berpotensi untuk berubah perlu menerima pesan-pesan persuasif yang didesain dengan hati-hati dan mereka perlu penerima pesan itu lebih sering dari pada pendukung aktif. Dengan menggunakan sebutan #OrangBaik, strategi komunikasi akan bersifat universal dan dapat mencakup komponen khalayak tersebut. Penyebutan #OrangBaik yang bermakna positif juga menjadi strategi komunikasi untuk mencari calon khalayak baru yang juga sesuai dengan pesan dan tujuan komunikasi yang telah diuraikan di awal.

Penyusunan Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima atau komunikan. Pesan hendaknya berisi inti pesan (tema) sebagai pengaruh di dalam mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, tetapi perlu diperhatikan dan diarahkan pada tujuan akhir dari komunikasi. Adapun bentuk pesan meliputi tiga hal yaitu: informatif, persuasif dan koersif. Pesan Informatif, yaitu pesan yang ditujukan untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Pesan Persuasif, yaitu pesan yang ditujukan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa yang disampaikan akan mengubah sikap penerima pesan. Perubahan ini diterima bukan karena paksaan melainkan atas kesadaran dan keterbukaan. Pesan Koersif, yaitu pesan yang bersifat memaksa dan menggunakan sanksi-sanksi. Pesan Koersif berbentuk perintah atau instruksi untuk penyampaian suatu target (Suryanto 2015). Kotler dan Lee (2006) mengemukakan bahwa tujuan penyusunan pesan adalah untuk mengembangkan pesan yang efektif bagi khalayak yang dituju demi mencapai tujuan komunikasi yang sudah ditetapkan. Caranya adalah dengan membentuk pesan yang sesuai dengan nilai-nilai, keuntungan yang bisa diraih, menghadapi kendala, mengajak bertindak dan menguji pesan.

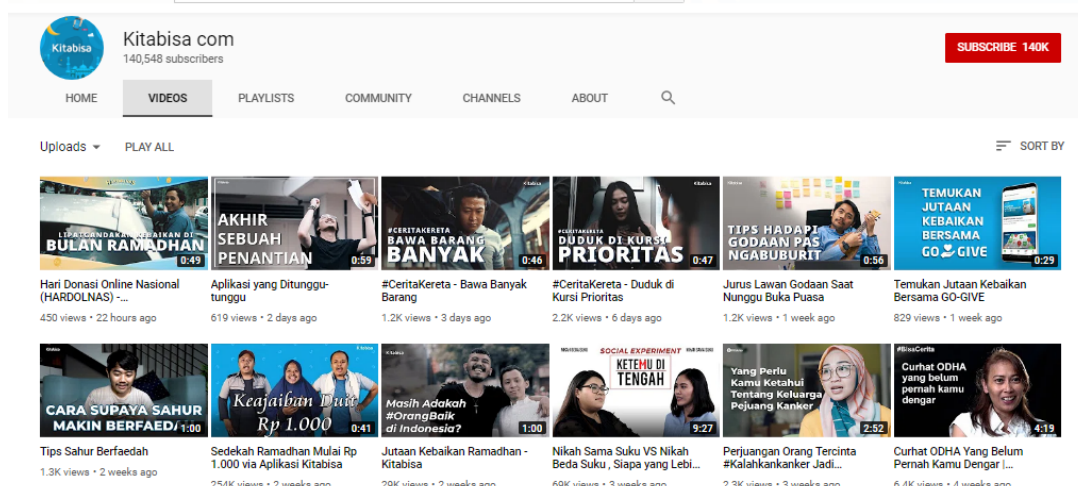
Pesan mempunyai kedudukan sentral yang tidak boleh terabaikan dalam mencapai efektivitas komunikasi. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan. Dalam menentukan tema pesan yang akan disampaikan, menurut Arifin (dalam Poentarie 2013), ada dua bentuk rumusan tema pesan yang bisa dipakai, yakni yang bersifat *one side issue* dan *both side issue*. *One side issue* merupakan rumusan pesan yang bersifat sepihak, yaitu pesan yang berisi hal-hal positif atau hal-hal negatif saja. Pesan hanya berisi konsepsi komunikator tanpa mempertimbangkan berbagai pendapat yang berkembang di kalangan khalayak. Sebaliknya *both side issue* merupakan rumusan pesan yang berisi hal positif dan negatif sekaligus. Dalam hal ini rumusan pesan berisi konsepsi komunikator maupun konsepsi yang berkembang pada khalayak.

Dalam menyampaikan pesan, *Kitabisa.com* menggunakan bentuk rumusan tema pesan *one side issue*, di mana pesan yang ingin disampaikan *Kitabisa.com* hanya berisi hal positif yang memotivasi khalayaknya dengan menyusun pesan yang dapat menggerakkan motivasi khalayak untuk melakukan donasi maupun melakukan penggalangan dana. Motivasi adalah kekuatan yang mendorong pendiri untuk memulai suatu proyek, dan ini sangat penting dalam menarik minat penyandang dana terhadap proyek tertentu. Motivasi adalah konstruksi kognitif kompleks yang mendorong individu untuk berperilaku atau bertindak dengan cara tertentu (Hossain & Oparaocha 2017). Melalui medianya, *Kitabisa.com* menarasikan kisah-kisah atau pengalaman tertentu dari penggalang dananya. Narasi tersebut dibangun dengan dasar simpati dan empati terhadap suatu fenomena tertentu. *Campaign* mengenai *crowdfunding* juga dilakukan *Kitabisa.com*, dengan latar belakang cerita atau narasi dengan fenomena yang dekat dengan masyarakat, sehingga dapat membangun motivasi khalayak untuk melakukan penggalangan dana maupun berdonasi melalui *Kitabisa.com*. Hal ini yang menyebabkan *Kitabisa.com* menjadi salah satu platform *crowdfunding* populer di Indonesia (Wawancara, 22 Mei 2019).

Pemilihan Media

Dalam melakukan komunikasi, komunikator senantiasa dihadapkan pada situasi yang harus memilih media yang tepat dalam menyampaikan pesan. Pemilihan media dalam strategi komunikasi merupakan pilihan yang ditentukan oleh komunikator terhadap media apa yang dianggap paling cocok dimanfaatkan dalam menyampaikan pesannya (Pace dan Faules dalam Poentarie 2013).

Sesuai dengan hasil wawancara dengan informan, dalam pemilihan media untuk menyampaikan pesan, *Kitabisa.com* lebih banyak menggunakan media visual dibandingkan teks. Penggunaan media visual, seperti video, gambar teknis, foto, dan bahkan forum obrolan interaktif sangat populer dalam kampanye *crowdfunding*. Memang, pola komunikasi ini beresonansi dengan baik dengan budaya visual dari era digital saat ini. Dalam kampanye *crowdfunding* yang diberikan, aplikasi efektif alat komunikasi ini memainkan peran penting dalam menyampaikan berbagai aspek informasi yang diperlukan (Hossain & Oparaocha 2017). Hal ini dapat dilihat dari pesan yang disampaikan melalui media sosial *Kitabisa.com* di mana penyampaian pesan dilakukan menggunakan video (Lihat Gambar 1). Karenanya, hal ini membantu menjembatani kesenjangan dalam pemahaman antara pendiri dan penyandang dana. Dengan cara ini, tujuan dari inisiasi atau proyek yang dapat dipahami dan proposisi nilai membantu membangun basis penggemar dan meningkatkan kepercayaan, dukungan, dan komitmen dari berbagai pemangku kepentingan.



Gambar 1. Konten Youtube Kitabisa.com (<https://www.youtube.com/user/kitabisaIndonesia/videos>)

Penggunaan media sosial juga menjadi media utama yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan menyebarkan informasi mengenai inisiatif atau proyek pendanaannya. Dalam media sosial, *Kitabisa.com* membuat *campaign-campaign* tertentu mengenai *crowdfunding*. Pemilihan media sosial dilakukan karena segmentasi khlayak dari *Kitabisa.com* tidak berpatokan pada segmentasi tertentu dimana menurut hasil wawancara dengan Alvidhiansyah Putra, Staf *Public Relations Kitabisa.com*, siapa saja yang ingin berbuat kebaikan dalam penggalangan dana maupun donasi dana menjadi target khlayaknya (Wawancara, 22 Mei 2019). Hal ini membuat pemilihan media sosial dianggap tepat karena media sosial dapat menembus khlayak luas tanpa ada batasan. Tidak hanya media sosial, *Kitabisa.com* juga seringkali bekerjasama dengan media konvensional seperti televisi, radio, maupun media cetak.

Hossain & Oparaocha (2017) menguraikan pengaruh dari media sosial dalam *crowdfunding* yaitu untuk media sosial pribadi pendiri, telah ditemukan bahwa demografi media sosial, seperti jumlah dan jenis teman, *like* di Facebook dan pengikut Twitter memiliki efek yang dapat dikenali pada siapa pemberi dana awal akan mendukung. Belleflamme, Omrani, dan Peitz (2015) mengemukakan gagasan "freeriders" yaitu orang-orang yang mendasarkan keputusan investasi mereka terutama pada penilaian para pendukung lain dalam suatu kelompok sosial. Dengan kata lain, beberapa individu lebih mungkin untuk mendukung suatu *campaign* jika telah menarik minat besar atau hampir mencapai ambang target. Beberapa platform memungkinkan pembentukan kelompok individu untuk mewakili kepentingan (khusus) yang berbeda. Kelompok-kelompok ini dapat berfungsi sebagai bentuk komunitas online dengan memberikan bimbingan, umpan balik, dan repositori contoh proyek untuk dijadikan model. Selanjutnya, Bellefemme et al. (2015) menyarankan bahwa media sosial dan teknologi lainnya memungkinkan *platform crowdfunding* untuk mengumpulkan informasi tentang perilaku dan preferensi pengguna, yang kemudian dapat mereka gunakan untuk merekomendasikan *campaign* yang potensial. Hal ini menyerupai bagaimana *e-commerce* seperti Amazon dan eBay merekomendasikan suatu produk yang mereka jual.

Peranan Komunikator

Dalam proses komunikasi, komunikator memegang peran penting terhadap keberhasilan komunikasi. Komunikator adalah penyampai atau penyebar pesan. Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara atau menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, dan sebagainya. Dalam komunikasi, komunikator dapat menjadi

komunikasikan, dan sebaliknya komunikasi dapat menjadi komunikator (Suryanto 2015).

Ada faktor penting dari komunikator ketika menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran, yakni terkait daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Agar pesan benar-benar dapat diterima oleh khalayak sasaran, komunikator harus memiliki kredibilitas. Kredibilitas di sini mengandung 2 (dua) unsur, yaitu: pertama adalah keahlian atau *expertise*. Artinya, komunikator harus memiliki keahlian atau kecakapan yang diakui oleh khalayak sasaran. Unsur kedua adalah dapat dipercaya atau *trustworthiness*. Sumber penyampai pesan harus dapat membangun kepercayaan pada khalayak sasaran (Pace dan Faules dalam Poentarie 2013).

Kitabisa.com memakai daya tarik komunikator berdasarkan kredibilitas sumbernya. Kredibilitas adalah sebuah sifat yang dimiliki seseorang yang dapat menimbulkan kepercayaan orang lain terhadap dirinya atas kebenaran yang disampaikan. Orang yang dapat dipercaya dan dianggap memiliki wawasan tentang isu, seperti kehandalan merek akan menjadikan orang yang paling mampu meyakinkan orang lain untuk mengambil suatu tindakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, komunikator *Kitabisa.com* adalah *Chief Executive Officer* (CEO) dari *Kitabisa.com* itu sendiri, yaitu Alfatih Timur. Kredibilitas yang dimiliki oleh CEO membuat pesan yang ingin disampaikan sejalan dengan citra diri Alfatih Timur yang positif, sehingga khalayak memiliki kepercayaan atau *trustworthiness* terhadap *campaign* yang dilakukan oleh *Kitabisa.com*. Citra positif yang dibangun *Kitabisa.com* dari CEO yang menjadi komunikator perusahaan dapat dilihat dari hasil pemberitaan media yang memberitakan kisah positif dan inspiratif dari Alfatih Timur. Hal ini juga sejalan dengan visi dan misi perusahaan untuk menjadi wadah pengumpulan dana *crowdfunding* bagi siapa saja. Namun, citra CEO yang dibentuk oleh *Kitabisa.com* belum cukup untuk menyampaikan pesan atau tujuan yang ingin disampaikan perusahaan kepada khalayaknya. Dengan demikian, *Kitabisa.com* masih memerlukan strategi yang berbeda seperti penggunaan komunikator lain yang lebih dikenal dan lebih dekat ke masyarakat, atau komunikator lain yang sesuai dengan segmentasi khalayak yang dituju.

Di samping itu, strategi lain untuk membangun kredibilitas perusahaan, informan juga menyatakan bahwa untuk membangun kredibilitas perusahaan, *Kitabisa.com* juga menggandeng beberapa *influencer* atau tokoh publik. *Kitabisa.com* sempat menggandeng selebriti seperti Raisa dan *public figure* di dunia pendidikan seperti Billy Boen. Sebagai komunikator yang mempunyai modal dasar dan citra di bidang pendidikan, *Kitabisa.com* dan Billy Boen berkolaborasi melalui program *Young On Top* dan *Love Donation*, yang melibatkan mahasiswa universitas di Indonesia dan menyebarkan pesan untuk berdonasi di bidang kesehatan, pendidikan, maupun lingkungan sebagai wujud kontribusi untuk masyarakat. Dengan kolaborasi yang dibangun oleh keduanya, terutama dalam bidang pendidikan, *Kitabisa.com* mampu membangun kepercayaan khalayaknya.

Peranan *influencer* atau *public figure* untuk mendukung kredibilitas perusahaan sangat berpengaruh besar. *Public figure* adalah mereka yang bisa membangun *brand image* yang kuat. Sebuah riset mengatakan bahwa *public figure* yang cocok akan menaikkan nilai perhatian dan persuasi (Lee dan Johnson dalam Aqsa 2015). Menurut Shendrikar (dalam Aqsa 2015) *endorser public figure* memainkan suatu peran yang penting di dalam iklan. Penggunaan *endorser terkenal* seperti *public figure* dinilai memiliki nilai komersial dari popularitas mereka. *Public figure* atau *influencer* juga digunakan oleh perusahaan adalah untuk meningkatkan *awareness*, mengedukasi target konsumen, meningkatkan followers dan tentunya untuk meningkatkan penjualan dari perusahaan tersebut. Aqsa (2015) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa sikap konsumen yang positif terhadap penggunaan *public figure* dalam suatu iklan dan pandangan terhadap kredibilitas perusahaan maka akan menstimulus terhadap terciptanya citra

perusahaan yang positif. *Public figure* memiliki pengaruh langsung yang lebih besar dibanding kredibilitas perusahaan, ini bisa dipahami karena jika *public figure* memiliki citra yang baik dan sesuai dengan produk secara langsung akan meningkatkan citra perusahaan dan pada akhirnya akan meningkatkan kredibilitas perusahaan.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh *platform crowdfunding Kitabisa.com* meliputi tahapan penentuan tujuan komunikasi, segmentasi khalayak, penyusunan pesan, pemilihan media komunikasi, dan peranan *Kitabisa.com* sebagai komunikator. Dalam penentuan strategi komunikasi, tujuan dari *Kitabisa.com* sendiri hadir untuk memfasilitasi kegiatan-kegiatan sosial dengan cara yang lebih mudah, yaitu melalui *online platform. Kitabisa.com* juga memiliki tujuan untuk menjadi wadah bagi masyarakat untuk menggalang dana dan berdonasi secara *online*.

Kitabisa.com menyebut khalayaknya sebagai #OrangBaik, yaitu semua orang yang ingin berbuat kebaikan dengan cara menggalang dana maupun memberikan donasi melalui *platform-nya. Kitabisa.com* tidak membatasi siapa saja yang menjadi segmentasi khalayaknya. Hal ini yang menjadikan penyampaian informasi bersifat luas dan tersebar pada seluruh lapisan masyarakat.

Dalam menyampaikan pesan, *Kitabisa.com* memotivasi khalayaknya dengan menyusun pesan yang dapat menggerakkan motivasi khalayak untuk melakukan donasi maupun melakukan penggalangan dana. *Kitabisa.com* menyebut khalayaknya sebagai #OrangBaik, yaitu semua orang yang ingin berbuat kebaikan dengan cara menggalang dana maupun memberikan donasi melalui *platform-nya. Kitabisa.com* tidak membatasi siapa saja yang menjadi segmentasi khalayaknya. Hal ini yang menjadikan penyampaian informasi bersifat luas dan tersebar pada seluruh lapisan masyarakat.

Pemilihan media komunikasi dalam membangun strategi komunikasi *Kitabisa.com* dilakukan melalui media sosial. Dalam menjalin komunikasi, *Kitabisa.com* memberikan kabar perkembangan dari inisiatif atau proyek penggalangan secara transparan melalui *website* maupun media sosial. *Kitabisa.com* juga berusaha merespon secara cepat setiap kritik dan saran yang masuk melalui media sosial. Pemilihan media sosial dilakukan karena segmentasi khalayak dari *Kitabisa.com* tidak berpatokan pada segmentasi tertentu dimana menurut *Kitabisa.com* siapa saja yang ingin berbuat kebaikan dalam penggalangan dana maupun donasi dana menjadi target khalayaknya. Hal ini membuat pemilihan media sosial dianggap tepat karena media sosial dapat menembus khalayak luas tanpa ada batasan.

Terkait dengan peranan *Kitabisa.com* sebagai komunikator, *Kitabisa.com* memakai daya tarik komunikator berdasarkan kredibilitas sumbernya. Komunikator *Kitabisa.com* adalah CEO dari *Kitabisa.com* itu sendiri, yaitu Alfatih Timur. Kredibilitas yang dimiliki oleh CEO membuat pesan yang ingin disampaikan sejalan dengan citra diri Alfatih Timur yang positif, sehingga khalayak memiliki kepercayaan atau *trustworthiness* terhadap *campaign-campaign* yang dilakukan oleh *Kitabisa.com*. Citra positif yang dibangun *Kitabisa.com* dari CEO yang menjadi komunikator perusahaan dapat dilihat dari hasil pemberitaan media yang memberitakan kisah positif dan inspiratif dari Alfatih Timur. Hal ini juga sejalan dengan visi dan misi perusahaan yang mana untuk menjadi wadah pengumpulan dana *crowdfunding* untuk siapa saja.

Dari hasil pembahasan dan simpulan diatas, rekomendasi untuk *Kitabisa.com* dalam strategi komunikasinya adalah dalam hal segmentasi khayalak, perlu diperhatikan lebih dalam karena penyampaian informasi bersifat luas, seringkali banyak yang menyalahgunakan

penggalangan donasi melalui *crowdfunding*. Maka dari itu, *Kitabisa.com* harus dapat lebih memilah lagi siapa saja khalayak yang dapat menggunakan *platform* mereka. Penggunaan tokoh selain CEO juga sebaiknya diperluas, *Kitabisa.com* dapat menggunakan *influencer* atau *Key Opinion Leader* (KOL) supaya strategi komunikasi dalam penyampaian pesan dan penyebaran informasi dapat lebih efektif.

Terkait dengan penggunaan media, *Kitabisa.com* juga perlu peningkatan dan perluasan kembali dalam hal pemilihan media, terutama di media sosial. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan kerjasama dengan media sosial maupun media *mainstream* lainnya, tidak hanya bergantung pada media sosial milik *Kitabisa.com* saja, supaya penyebaran informasi mengenai pengumpulan dana dapat lebih meluas lagi ke khalayak. Selain itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai efektifitas media sosial dalam *platform crowdfunding*, penelitian dengan metode lain yang dapat menganalisis lebih mendalam mengenai konten media sosial dari *platform crowdfunding*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, terutama manajemen *Kitabisa.com* yang telah berkenan memberi kemudahan dalam pelaksanaan rangkaian proses penelitian, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dan terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Apr, B. S. "From "Strategy" To "Corporate Communication Strategy": A Conceptualisation." *Journal of Communication Management* 8, no. 2 (July 2002): 168–183.
- Aqsa, Muhammad. "Pengaruh Kredibilitas Perusahaan dan Public Figure dalam Periklanan Online terhadap Sikap Konsumen". *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surabaya*, (Maret 2015):12. <http://103.114.35.30/index.php/balance/article/viewFile/1301/1194>.
- Beier, Michael and Kerstin Wagner. "Crowdfunding Success: A Perspective from Social Media and E-commerce." *Thirty Sixth International Conference on Information Systems*, (December 2015): 1-22.
- Belleflamme, Paul., Thomas Lambert, and Armin Schwienbacher. "Crowdfunding: Tapping the Right Crowd." *Journal of Business Venturing*, 29, no. 5 (July 2013): 585–609. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.003>.
- Fred C. Lunenburg. "Communication: The Process, Barriers, And Improving Effectiveness." *Schooling* 1, no. 1 (2010): 1–61.
- Gerber, E. M., Hui, J. S., Kuo, P.-Y. "Crowdfunding: Why People are Motivated to Post and Fund Projects on Crowdfunding Platforms." *Proc. of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics* 10, (2012). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1145/2530540>.
- Hemer, J. "A Snapshot on Crowdfunding." *Firms and Region*, 39 (July 2011). Accessed from <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/52302/1/671522264.pdf>.
- Hossain, M., Oparaocha, G. O. "Crowdfunding: Motives, Definitions, Typology and Ethical Challenges." *Entrepreneurship Research Journal* 7, no.2 (2017). <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0045>.
- Kaur, Harmeet., Jaya Gera. "Effect of Social Media Connectivity on Success of Crowdfunding Campaigns." *The 5th International Conference on Information Technology and Quantitative Management* 122, (2017): 767-774.

- Kim, T., Por, M. H., Yang, S. B. "Winning the Crowd in Online Fundraising Platforms: The Roles of Founder and Project Features." *Electronic Commerce Research and Applications* 25, (2017): 86–94. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2017.09.002>.
- Kotler, P., Lee, N. *Social Marketing: Influencing Behavior for Good* Thousand Oaks. California: Sage Publication, 2006.
- Mainardes, E. W., Ferreira, J. J., Raposo, M. L. "Strategy and Strategic Management Concepts: Are They Recognised By Management Students?." *E a M: Ekonomie a Management* 17, no. 1 (2014): 43–61. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2014-1-004>.
- Manning, J. "Definition and Classes of." *Encyclopedia of Social Media and Politics*, (January 2014). <https://doi.org/10.4135/9781452244723.n485>.
- Mildawati, Titik. "Teknologi Informasi Dan Perkembangannya." *Jurnal Ekuitas*, no. 4 (Juni 2000): 101–110.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Nasrullah, R. "Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial." *Jurnal Sositologi* 17, no. 2 (2018): 271–287. <https://doi.org/10.5614/SOSTEK.ITBJ.2018.17.2.9>.
- Neuman, W. Lawrence. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Ed. 7. Jakarta: PT Indeks, 2013.
- Nevin, S., Gleasure, R., O'Reilly, P., Feller, J., Li, S., Cristoforo, J. "Social identity and social media activities in equity crowdfunding." *In Proceedings of the 13th International Symposium on Open Collaboration*, (August 2017): 11. ACM. <https://doi.org/10.1145/3125433.3125461>.
- Pillay, K., Maharaj, M. "An Overview of Web 2.0 Social Media as a Tool for Advocacy," *Design*, (October 2004): 0–12. Retrieved from http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:hFPDpsPDF8J:scholar.google.com/+social+media+use+facebook+twitter+greenpeace&hl=en&as_sdt=0,23.
- Poentarie, E. "Penerapan Strategi Komunikasi pada PLIK Nanggulan 2." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 17, no. 2 (2013): 163–172.
- Raco, R. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.
- Smith, R. D. *Strategic Planning for Public Relations* (Vol. 6). London: Lawrence Erlbaum Associates, 2002.
- Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi* (1). Bandung: CV Pustaka , 2015.
- Surbhi, S. "Difference Between Crowdfunding and Traditional Fundraising." Accessed November 15, 2019. <https://keydifferences.com/difference-between-crowdfunding-and-traditional-fundraising.htm>, (2019): 7.
- Wolf, M., Sims, J. "Social Media? What Social Media?." *Annual Conference of the UK Academy for Information Systems*, (2018).

Kecenderungan Isi Sistem Informasi Desa di Kabupaten Gunungkidul

Village Information System Content Trends in Gunungkidul Regency

Evi Nilawati

¹Universitas Gunung Kidul, Jl. KH. Agus Salim No. 170 Gunungkidul,
Yogyakarta, Indonesia

¹alfitra_n@yahoo.co.id.

Naskah diterima: 15 Agustus 2019, direvisi: 1 Oktober 2019, disetujui: 21 November 2019

Abstract

This study aims to investigate Village Information System (VIS) content trends in Gunungkidul Regency, known as Sida Samekta. The objects consisted of Sida Samekta of Karangmojo, Sawahan, Girisuko, Nglanggeran, and Wonosari. This research used descriptive content analysis method. The results of the research showed that Sida Samekta contained 3 (three) types of contents, namely: literacy, participation, and innovation. Based on the contents, Sida Samekta was found useful in improving literacy, institutionalizing citizen participation, and promoting innovation among Gunungkidul villagers.

Keywords: *village information system, sida samekta, literacy, participation, innovation*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kecenderungan isi pada Sistem Informasi Desa di Kabupaten Gunungkidul, yang dikenal dengan istilah Sida Samekta. Objek penelitian terdiri dari Sida Samekta Karangmojo, Sawahan, Girisuko, Nglanggeran, dan Wonosari. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sida Samekta mempunyai 3 (tiga) kategori muatan isi, yaitu: literasi, partisipasi, dan inovasi. Berdasarkan isinya, keberadaan Sida Samekta memberikan manfaat dalam meningkatkan literasi warga, melembagakan partisipasi warga, dan mendorong inovasi warga masyarakat desa di Kabupaten Gunungkidul.

Kata kunci: *sistem informasi desa, sida samekta, literasi, partisipasi, inovasi*

PENDAHULUAN

Sida Samekta (Sistem Informasi Desa Sarana Mewujudkan Masyarakat Desa Aktif dan Sejahtera) adalah implementasi Perda No. 2 Tahun 2015 tentang Penanggulangan Kemiskinan dan Perbup No. 55 Tahun 2015 tentang Penanggulangan Kemiskinan di Kabupaten Gunungkidul. Sistem informasi desa merupakan respon terhadap perkembangan desa yang semakin pesat seiring kemajuan teknologi komunikasi informatika serta amanat Pasal 86 UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa, menyatakan bahwa desa mendapatkan informasi melalui sistem informasi desa dan pemerintah daerah mengembangkan sistem informasi desa.

Sistem informasi desa adalah seperangkat alat dan proses pemanfaatan data dan informasi untuk mendukung pengelolaan sumber daya berbasis komunitas di tingkat desa (*Combine Resource Institution* 2015). Keberadaan Sida Samekta adalah untuk menjawab permasalahan masih terbatasnya akses masyarakat terhadap informasi dan minimnya fasilitas teknologi dan informasi. Sida Samekta tidak hanya menjadi kebutuhan pemerintah desa dalam rangka menjalankan fungsi manajemen pemerintahan berbasis elektronik, tetapi juga mendorong warga terlibat lebih aktif dalam ranah publik dan penumbuhan demokratisasi di desa.

Fungsi manajemen pemerintahan desa yang penting di era modern dan demokrasi sekarang ini yaitu manajemen informasi. Hal tersebut ditunjukkan adanya para pengkaji manajemen organisasi yang merancang sistem informasi manajemen untuk memastikan agar para manajer mendapatkan informasi yang tepat dan akurat (Rianto et al. 2018). Pemerintah desa harus mampu mengelola data dan informasi untuk perencanaan, pengambilan keputusan, penilaian pekerjaan, monitoring, dan pengendalian dalam bentuk sistem informasi desa. Pengelolaan informasi dalam bentuk *Management Information System* (MIS) menentukan keberhasilan organisasi (Keban, 2014). Paradigma *administrative science* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan organisasi publik melalui pemanfaatan teknologi komputer (Keban 2014). Sistem informasi adalah kaitan di antara unit-unit yang membawa informasi sebagai suatu produk dalam sistem organisasi guna pengambilan keputusan (Rianto et al. 2018). Sistem Informasi Desa merupakan serangkaian proses yang melibatkan antarkomponen (struktur maupun infrastruktur, perangkat keras maupun lunak, dan sumber daya alam maupun manusia) sesuai fungsinya, untuk mencapai tujuan pemerintahan desa yang transparan, akuntabel, meningkatkan aksesibilitas, dan partisipatif (Shomad 2018). Sida Samekta merupakan bentuk manajemen informasi desa untuk menunjang efektivitas pemerintahan desa. Dalam manajemen bisnis, sistem informasi berbasis internet penting peranannya (O'Brien 2008).

Sejarah sistem informasi desa di Kabupaten Gunungkidul pertama kali dikenalkan melalui pendampingan IDEA sampai dengan tahun 2014 dan *Combine Resource Institution* (CRI) yang berlanjut sejak tahun 2015 sampai sekarang. Sebagai pedoman dan tata cara penggunaan SID telah diterbitkan Panduan Penggunaan Modul Analisis Aplikasi Sistem Informasi Desa (SID) versi 3.101 oleh CRI. Dalam perkembangannya Sida Samekta telah berjalan di 144 desa yang dikelola oleh pemerintah desa dan operator serta relawan desa sebagai pelaku SID. Warga diberikan kesempatan dan akses yang luas untuk menuliskan artikel dan berita Sida Samekta. Untuk mengenalkan Sida Samekta kepada warga masyarakat, sudah dilakukan pelatihan termasuk *trick* dan *tips* menulis artikel oleh Pemkab Gunungkidul bekerja sama dengan CRI.

Menyikapi pentingnya sistem informasi, Pemkab Gunungkidul menetapkan Perbup No. 32 Tahun 2018 tentang Sistem Informasi Desa Sarana Mewujudkan Masyarakat Desa Aktif dan Sejahtera (Sida Samekta) dan Sistem Informasi Kabupaten Guna Mewujudkan Masyarakat

Gunungkidul Sejahtera (Sikab Gumregah). Sida Samekta memuat tentang: pertama, prosedur dan tata cara pelayanan publik; kedua, metode pemutakhiran data kemiskinan; ketiga, menu terbuka bagi semua pemangku kepentingan desa dalam menuliskan ide, gagasan, saran, masukan, usulan, kritik, berita, dan artikel. Muatan Sida Samekta terdiri dari: data desa, informasi pemerintahan desa, media komunikasi antara pemerintah desa dan masyarakat, layanan administrasi desa, dan informasi lain yang berkaitan dengan pemerintahan, pembangunan desa dan pembangunan kawasan perdesaan.

Sida Samekta menjadi menarik sebagai objek kajian penelitian karena merupakan media komunikasi antara masyarakat sipil dengan pemerintah desa serta pemerintah kabupaten dalam membangun sistem informasi dan ikut mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Permasalahan penelitian ini yaitu bagaimanakah kecenderungan isi Sistem Informasi Desa Sarana Mewujudkan Masyarakat Desa Aktif dan Sejahtera yang selanjutnya ditulis Sida Samekta Kabupaten Gunungkidul. Penelitian bertujuan untuk mengetahui kecenderungan isi Sida Samekta Kabupaten Gunungkidul.

Penelitian sebelumnya “Upaya Membangun Sistem Informasi yang Bermakna”, bahwa warga dan pemerintah desa telah menyadari pentingnya mengimplementasikan SID karena manfaatnya telah dirasakan bersama. Warga telah mengidentifikasi dan menyepakati informasi penting dan dibutuhkan, seperti: informasi kesehatan, ekonomi, sosial kemasyarakatan, hukum waris, pertanahan, dan pendidikan (Hartoyo & Merdekawati 2017). Artikel “Partisipasi Warga dalam Sistem Informasi Desa” menyimpulkan bahwa keberlanjutan program SID tergantung dari manfaat program bagi masyarakat. Keberadaan program dirasakan sebagai kebutuhan sehingga terwujud keberlanjutan SID (Sulistiyowati & Dibyorin 2013). Penelitian Herpendi (2017) menyimpulkan bahwa dengan SID di Kecamatan Takisung masyarakat secara langsung mengakses berbagai macam informasi yang disajikan. Segala bentuk informasi mengenai pengurusan kependudukan bisa diakses di laman SID. Penelitian Meiji et al. (2019) menyimpulkan bahwa fungsi utama SID adalah membuat pengumpulan data dan identifikasi warga menjadi lebih mudah. Dengan adanya SID pemerintah desa dapat memperbaiki sistem pelayanan masyarakat dan menciptakan tata kelola pemerintahan yang baik. Penelitian Sudaryati dkk (2019) menyimpulkan bahwa SID memengaruhi kinerja melalui variabel moderator, yaitu tata kelola pemerintahan yang baik. Bhatia dan Kiran (2016) menyatakan bahwa melalui SID pemerintahan menjadi lebih transparan dan administrasi lebih baik (*through this, government can ensure more transparency and better administration*). Penelitian Rianto dkk (2018) tentang Sistem Informasi Desa dan Akses Informasi menyimpulkan bahwa keberadaan “agen” dan sumber daya yang menguasai teknologi (*literate*) penting dalam menopang keberhasilan SID.

Kekhasan penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya adalah fokus kajian tentang Sistem Informasi Desa Sida Samekta. Analisis mencakup kecenderungan kategori isi, yaitu: literasi, partisipasi, dan inovasi. Perkembangan demokrasi desa menunjukkan masyarakat sipil sebagai subjek aktif dan berpartisipasi dalam pembangunan sejak perencanaan hingga pengawasan. Manajemen informasi tidak lagi didominasi oleh pemerintah, tetapi berasal dari, oleh, dan untuk masyarakat atau berbasis masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan perkembangan model pembangunan yang telah bergeser dari sistem *government driven development* atau *community driven development* menjadi *village driven development* (Silahuddin 2015). Sida Samekta merupakan media komunikasi pembangunan yang mendorong peran masyarakat mewujudkan desa membangun. Proses penataan, penyampaian warta, berita atau informasi, berupa suara, lambang, atau kode warna dari satu orang atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk mencapai tujuan. Komunikasi dapat dilakukan satu arah (*one way*

traffict) dan dua arah (*two way traffict*) (Syafiie 2010).

Komunikasi pembangunan dalam arti luas meliputi peran dan fungsi komunikasi sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik di antara semua pihak yang terlibat dalam pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah. Komunikasi dalam arti sempit merupakan upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan dan keterampilan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Tujuannya agar masyarakat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan yang disampaikan. Rogers dan Adhikarya (Harun & Ardianto 2012) menyatakan komunikasi yang tepat adalah komunikasi konvergen dan timbal balik menggantikan komunikasi linear searah. Nora C. Quebral (Harun & Ardianto 2012) menyatakan pembangunan bertujuan agar kelompok dengan tingkat literasi dan penghasilan rendah serta atribut sosio ekonomi berubah ke arah lebih baik. Masyarakat terbuka terhadap informasi serta dimotivasi menggunakan ide dan ketrampilan dalam waktu singkat.

Sistem Informasi Desa merupakan komunikasi publik yang memberikan ruang bagi masyarakat menyampaikan informasi berupa keluhan kepada administrator yang melayani, mengartikulasikan, dan mengagregasikan kepentingan publik. Informasi publik dapat berasal dari birokrat agar peraturan dipahami serta dilaksanakan rakyat (Syafiie, 2010). Informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh badan publik yang berkaitan dengan penyelenggaraan negara dan/atau badan publik lainnya serta informasi lainnya berkaitan dengan kepentingan publik (Dishubkominfo 2013).

Sistem Informasi Desa sebagai media komunikasi pembangunan masyarakat desa bersifat konvergen dan timbal balik antara masyarakat dengan pemerintah desa. Sistem Informasi Desa berisi: informasi publik, pengetahuan, regulasi, peristiwa, dan nilai positif pembangunan desa. Penelitian tentang Sida Samekta ini menggunakan 3 (tiga) kategori isi, yaitu: literasi media dan informasi, partisipasi, dan inovasi.

Analisis pertama, yaitu variabel literasi media dan informasi. Sistem Informasi Desa berkenaan dengan komunikasi massa yang menjangkau khalayak sasaran. Hal tersebut mendukung literasi media dan informasi bagi masyarakat. Literasi mengedukasi masyarakat menggunakan media yang positif, terlebih lagi media berbasis masyarakat dengan pendekatan mengenal desa sendiri. Isi media sistem informasi adalah hal-hal yang relevan dengan kehidupan masyarakat dan mengembangkan muatan lokal (Bappenas - UNDP 2007).

Literasi adalah kemampuan menulis dan membaca, pengetahuan atau ketrampilan dalam bidang tertentu dan kemampuan individu mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup (<http://kbbi.kemdikbud.go.id>). Literasi informasi adalah kemampuan mengetahui kebutuhan informasi untuk memecahkan masalah, mengembangkan gagasan, mengajukan pertanyaan, menggunakan strategi pengumpulan informasi, menetapkan informasi yang cocok, relevan dan otentik secara efektif, dan menggunakan informasi agar masyarakat melek informasi (Silviana 2018). Literasi media (*media literation*), yaitu kemampuan memilah dan memilih media yang benar diperlukan untuk mendampingi literasi informasi (*information literacy*). UNESCO menyebut *Media and Information Literacy (MIL)* sebagai prasyarat tujuan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development goals*) (Sudarsono 2017). Masyarakat berkepentingan dalam menggunakan informasi atau data yang dipublikasikan melalui SID sebagai basis data atau sumber pengetahuan dan informasi di desanya (Rianto et al. 2018). Penelitian Suranto (2018) menyimpulkan bahwa berdasarkan evaluasi SID terjadi peningkatan pelayanan yang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi. Fokus Sida Samekta, yaitu menampilkan kategori literasi media dan informasi bagi masyarakat untuk berkomunikasi timbal balik dan belajar bersama membangun desa.

Kerangka konsep literasi penelitian ini dilandasi argumen, yaitu: pertama, artikel dan berita yang dimuat dalam Sida Samekta isinya cenderung masuk kategori artikel dan berita yang mampu memberikan pengetahuan dan informasi bagi warga masyarakat dengan didukung fakta, data, dan bukti yang ilmiah. Artikel dan berita tersebut dikaitkan dengan literasi artinya mendorong warga masyarakat menjadi lebih cerdas (*smart*). Tentunya artikel dan berita tersebut sudah melalui proses seleksi dan verifikasi. Kedua, kerangka konsep literasi selanjutnya bahwa perkembangan kehidupan masyarakat dalam berdesa membutuhkan sumber informasi berupa regulasi dan peraturan baru karena dimuatnya berbagai regulasi maka masyarakat bertambah wawasan dan referensi tentang berbagai peraturan tersebut sebagai pandu arah, misalnya regulasi pedoman penyusunan APBDesa. Di era sekarang ini warga masyarakat dituntut untuk mengenal dan mengetahui berbagai regulasi dan peraturan sebagai pedoman dalam penyelenggaraan pemerintahan dan kemasyarakatan. Dengan kata lain, regulasi dan peraturan tersebut mampu mengedukasi warga masyarakat agar berperilaku dan bertindak sesuai regulasi dan peraturan serta tidak melakukan penyimpangan. Berdasar kerangka konsep tersebut, maka literasi diukur dengan indikator, yaitu: bentuk artikel dan berita Sida Samekta sebagai sumber pengetahuan dan informasi serta adanya regulasi pada Sida Samekta yang mengedukasi warga masyarakat.

Analisis kedua, yaitu variabel partisipasi. Komunikasi warga berbasis *online* membutuhkan partisipasi semua pihak khususnya warganet karena tanpa partisipasi tidak mungkin sistem informasi desa dapat berlanjut. Perkembangan teknologi komunikasi telah mendorong perluasan partisipasi warga melalui penciptaan ruang di media sosial (Rianto et al. 2018). Partisipasi dalam pengambilan keputusan pembangunan juga sangat diperlukan. Pembangunan yang berhasil harus didukung semua pihak, agar masyarakat mempunyai rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap pembangunan (Harun & Ardianto 2012). Partisipasi warga merupakan proses ketika warga berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pemantauan kebijakan (Sumarto 2009). SID berkaitan dengan partisipasi sebagaimana diungkapkan oleh Pamungkas (2019) bahwa: *"the implementation of village information system (SID) and its application for good governance of providing transparency, public accountability, and involving citizen participation for rural development"*. Hal tersebut mengandung pengertian bahwa implementasi SID dan penerapannya untuk tata kelola pemerintahan yang baik menyediakan transparansi, akuntabilitas publik, dan melibatkan partisipasi warga negara untuk pembangunan perdesaan. Penelitian Sulistyowati & Dibyorin (2013) bahwa partisipasi masyarakat harus terus ditingkatkan dengan mengontrol keberadaan sistem informasi desa bagi masyarakat.

Schwartz (dalam Wibowo 2016) menyatakan umpan balik merupakan informasi perilaku masa lalu, disampaikan sekarang, yang memengaruhi perilaku akan datang. Fungsi umpan balik bagi penerima sebagai instruksional, yaitu mengklarifikasi, memperjelas peran, dan mengajarkan perilaku baru. Fungsi lain, yaitu memotivasi untuk memberikan penghargaan. Umpan balik dari warga masyarakat merupakan bentuk partisipasi warga masyarakat

Kerangka konsep penelitian ini dibangun dengan argumen bahwa partisipasi merupakan keterlibatan warga masyarakat dalam menulis berita dan artikel sesuai prinsip Sida Samekta dari, oleh, dan untuk warga masyarakat maka warga masyarakat merupakan aktor utama. Warga masyarakat merupakan subyek utama yang aktif yang selanjutnya diukur dengan indikator frekuensi warga masyarakat menulis artikel dan berita untuk dimuat dalam Sida Samekta. Dengan berpijak pada artikel dan berita yang ditulis oleh warga masyarakat dan dimuat dalam Sida Samekta melalui komunikasi yang partisipatoris berupa komunikasi timbal balik atau respon warga masyarakat yang lain, ditulis atau dituangkan dalam bentuk respon.

Bentuk respon dapat bermacam-macam, misalnya: ada yang bersifat positif, mendukung, atau kurang setuju. Di era sekarang ini keterlibatan aktif warga masyarakat dalam pembangunan desa merupakan sebuah prasyarat terwujudnya pembangunan desa yang demokratis dan berkelanjutan. Berbagai bentuk keterlibatan aktif masyarakat dalam pembangunan desa sejak perencanaan dan pelaksanaan diekspresikan dalam bentuk tulisan yang dimuat dalam Sida Samekta. Berdasarkan kerangka pikir tersebut, partisipasi diukur dengan indikator yaitu: frekuensi artikel dan berita yang ditulis, respon terhadap artikel dan berita yang dimuat, dan keterlibatan warga dalam pembangunan desa yang dimuat pada Sida Samekta.

Analisis ketiga, yaitu variabel inovasi. Hal ini dilandasi kerangka pemikiran bahwa Sida Samekta sebagai sebuah Sistem Informasi Desa berbasis teknologi informasi harus selalu *update* terhadap hal-hal baru yang inovatif sehingga Sida Samekta dapat mengikuti perkembangan zaman dan selalu bermanfaat bagi masyarakat. Inovasi memperkenalkan ide, metode, pendekatan baru, serta upaya mencari solusi dalam memperbaiki kinerja *governance* (Sumarto 2009). Inovasi berupa *new-product innovation* sebagai kriteria pengukuran keberhasilan organisasi dengan pendekatan *competing values* (Keban 2014). Juan F. Jamias (Harun & Ardianto 2012) menjelaskan inovasi sebagai ide baru, objek atau hal praktis yang memiliki nilai. Nilai dilihat dari sudut pandang keaslian atau sumber inovasi, menggunakan atau menerimanya, atau penerimaan kelompok. Inovasi berupa isi tematik yang bermanfaat bagi warga. Tahapan penerimaan inovasi, meliputi: pengetahuan, bujukan, putusan, implementasi, dan pemastian (Harun & Ardianto 2012).

Tabel 1. Kerangka penelitian Kecenderungan Isi Sistem Informasi Desa

	Variabel	Indikator
Kecenderungan isi Sistem Informasi Desa	Literasi Media dan Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Artikel dan berita Sida Samekta sebagai sumber pengetahuan dan informasi 2. Dokumen regulasi dimuat pada Sida Samekta yang mengedukasi warga masyarakat.
	Partisipasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi artikel dan berita ditulis warga masyarakat 2. Respon terhadap artikel dan berita yang dimuat 3. Artikel dan berita tentang keterlibatan warga dalam pembangunan desa.
	Inovasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sida Samekta yang bersifat tematik inovatif 2. <i>Fiture</i> interaktif 3. Nilai-nilai keunggulan (<i>competing values</i>) 4. Perbaikan tata kelola (<i>governance</i>)

Kerangka konsep penelitian ini dilandasi argumen bahwa kecenderungan isi Sida Samekta tidak hanya rutin dan monoton, tetapi mampu mengangkat isu dan tema isi inovatif sehingga menjadi daya tarik yang diterima publik. Sebagai sebuah sistem berbasis IT, harus semakin inovatif dengan sajian *dash board* yang mencakup *future* interaktif semakin dibutuhkan agar tetap selalu menarik bagi publik. Sida Samekta mempunyai nilai-nilai keunggulan (*competing values*) yaitu hal unik inovatif yang memberikan nilai lebih pada masing-masing Sida Samekta. Inovasi berkenaan dengan upaya perubahan ke arah perbaikan tata kelola (*governance*) berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik, misalnya transparansi dan akuntabilitas dalam Sida Samekta. Sida Samekta dikaji berdasarkan kecenderungan isi tentang inovasi tata kelola pemerintahan desa, dianalisis dari isi Sida Samekta tentang: APBDesa, laporan desa, dan transparansi penyelenggaraan pemerintahan desa. Laporan desa merupakan salah satu unsur *good governance* yaitu transparansi. APBDesa merupakan perwujudan prinsip akuntabilitas. Berdasarkan uraian tersebut maka indikator inovasi Sida Samekta, meliputi: kecenderungan isi yang bersifat tematik inovatif, *future*

interaktif, nilai-nilai keunggulan, dan perbaikan tata kelola. Berdasarkan uraian tersebut maka kerangka penelitian disusun pada tabel 1.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *descriptive content analysis*, yaitu analisis isi yang menggambarkan secara detail deskripsi suatu pesan atau suatu teks tertentu. Analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, tetapi semata-mata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik suatu pesan dalam teks (Eriyanto 2015).

Aspek dan karakteristik pesan yang diteliti adalah kecenderungan isi teks tentang literasi, partisipasi, dan inovasi. Peneliti menggunakan sampel bertujuan (*purposive sampling*) yaitu sengaja memilih sampel atau periode tertentu dengan pertimbangan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Eriyanto 2015). Kajian teks meliputi isi literasi, partisipasi, dan inovasi sistem informasi desa pada 5 (lima) *website* Sida Samekta, yaitu: 1) <https://karangmojo.desa.id.>, 2) <https://sawahandesa.id.>, 3) <https://girisuko.desa.id.>, 4) <https://nglanggeran.desa.id.>, dan 5) <https://wonosari.desa.id.> Pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi berupa data *time series* teks dan observasi, yaitu mengamati *website* secara langsung. Pengumpulan data dan analisis dilakukan berdasarkan data teks per 6 September 2018. Teks diambil sebagai data di antara tahun 2016-2018 sesuai kebutuhan untuk mencapai tujuan penelitian. Teks tersebut dijadikan dasar analisis secara optimal hingga peneliti mendapatkan pemahaman dan makna teks literasi, partisipasi, dan inovasi. Pemaknaan terhadap kecenderungan isi teks berdasar *judgment* peneliti. Kajian sebagai dasar untuk menganalisis dan memahami isi teks, mencakup: pengelompokan kecenderungan isi tentang literasi, partisipasi, dan inovasi. Peneliti menggunakan tabel distribusi frekuensi sebagai alat bantu memudahkan analisis dan pemaknaan teks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan isi profil Sida Samekta menunjukkan kesamaan, kemiripan, dan perbedaan isi pada 5 (lima) Sida Samekta. Profil Sida Samekta disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Profil Sida Samekta

No.	Isi (<i>Content</i>)	Sida Samekta				
		Karangmojo	Sawahandesa	Girisuko	Nglanggeran	Wonosari
1.	Profil Desa	V	V	V	V	V
2.	Pemerintahan Desa	V	V	V	V	V
3.	Lembaga Masyarakat	V	V	V	V	V
4.	Data Desa	V	V	V	V	V
5.	Kontak	V	V	V	V	V
6.	Wisata	-	-	-	V	-
7.	Peta	-	-	-	V	-
8.	Beranda	V	V	V	V	V
9.	Berita	V	V	V	V	V
10.	Peraturan Desa	V	V	-	V	V
11.	Laporan Desa	V	-	V	V	V
12.	Panduan Layanan	V	V	V	V	V
13.	Produk Hukum	V	-	V	-	-
14.	Aspirasi Warga	-	V	-	-	-
15.	Kolom Sehat	V	V	-	-	-

No.	Isi (Content)	Sida Samekta				
		Karangmojo	Sawahan	Girisuko	Nglanggeran	Wonosari
16.	Hikmah	V	-	-	-	-
17.	Pendidikan	V	-	-	-	-
18.	Mitra Tani	V	-	-	-	-
19.	<i>T-Maps</i>	-	V	-	-	-
20.	Kawasan Ponjong	-	V	-	-	-
21.	Kreasi	-	-	V	-	-
22.	Produk Desa	-	-	V	V	-
23.	Agenda Desa	-	-	V	V	V
24.	Wisata	-	-	-	V	-

Sumber: Analisis Penelitian 2018

Fitur dianalisis pada *line text*. *Line text* Karangmojo menyajikan topik kehidupan masyarakat desa dan sosialisasi program, misal: Pensertifikatan Tanah Sistematis Lengkap (PTSL), perekaman data e-KTP, dan sosial keagamaan. Profil tampilan Sida Samekta Karangmojo cukup lengkap dan menarik bagi pembaca. Rincian fitur dilengkapi ilustrasi gambar menarik. *Line text* Sawahan memuat: *website* Desa Sawahan - Kecamatan Ponjong - Kabupaten Gunungkidul, *email*: sawahanponjong@gmail.com. Saran dan Kritik Melalui SMS/Line/Whatsapp: 083865572777, *Follow Instagram* @desasawahanponjong, *Add Facebook*: Sawahan Ponjong, dan *Follow Twitter* @sawahanponjong. *Website* menyampaikan media yang bisa digunakan untuk berinteraksi dengan pemerintah desa. *Line text* Desa Girisuko, yaitu Pemerintah Desa Girisuko Kecamatan Panggang. *Line text* minim kosa kata dan topik artikel yang dimuat. Sida Samekta Nglanggeran menyajikan *line text* alamat *website* desa yaitu: <http://nglanggeran-patuk.desa.id/.sekretariat>: Doga, Nglanggeran, Patuk; *email*: nglanggeran.desa@gmail.com. Tampilan utama *line text* memuat pelayanan publik KTP Elektronik. Sida Samekta Wonosari dengan alamat *website*: <http://wonosari-wonosari.desa.id/first> alamat di Jl. Pramuka No. 30 Pandansari Wonosari. Tampilan *Line text*, yaitu Selamat Datang di Web Desa Wonosari, *Sugeng Rawuh Wonten Web* Desa Wonosari. *Line text* masih minimal dan belum ada tambahan artikel.

Line text ini membuktikan media komunikasi publik yang dinyatakan Syafiie (2010) bahwa masyarakat dapat menyampaikan informasi berupa keluhan kepada administrator yang melayani, mengartikulasikan, dan mengagregasikan kepentingan publik. Informasi publik dapat berasal dari birokrat agar peraturan dipahami dan dilaksanakan rakyat. Pada *Line text* menunjukkan media yang bisa digunakan untuk interaksi 2 (dua) arah antara warga dengan pemerintah desa. Substansi isi pesan *Line text* menggambarkan interaksi dan berisi pesan tentang kepentingan dan kebutuhan pemerintah desa dan masyarakat.

Pembahasan terhadap 3 (tiga) kategori kecenderungan isi, yaitu: literasi media dan informasi, partisipasi, dan inovasi, sebagai berikut.

Literasi Media dan Informasi

Hasil penelitian menunjukkan kecenderungan isi tentang literasi media dan informasi bagi warga masyarakat. Tulisan Sida Samekta bersifat mencerdaskan, mendidik, dan mencerahkan bagi pembaca, warga masyarakat, aparat desa, dan pengelola. Informasi yang dimuat merupakan sumber pengetahuan dan informasi bagi masyarakat. Pemuatan artikel dan berita yang mempunyai kecenderungan isi tentang literasi secara signifikan setelah adanya Sida Samekta telah meningkatkan akses bagi masyarakat terhadap alternatif sumber bacaan. Sebelumnya terbatas hanya membaca koran atau buku teks, sekarang pilihannya berupa media *online* melalui SID yang menyajikan bacaan menarik. Literasi dianalisis berdasar sebaran 8

(delapan) artikel terkini beranda utama pada masing-masing Sida Samekta seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Sebaran Penerbitan Artikel Terkini

Tahun Bulan	Jumlah Artikel Sida Samekta					Jumlah
	Karangmojo	Sawahan	Girisuko	Nglanggeran	Wonosari	
Tahun 2017						
November	-	-	-	1	-	1
Desember	-	-	-	2	-	2
Tahun 2018						
Januari	-	-	-	1	-	1
April	4	-	-	1	-	5
Mei	-	-	-	1	-	1
Juni	-	-	-	-	-	-
Juli	-	-	2	-	7	9
Agustus	3	5	5	2	1	16
September	1	3	1	-	-	5

Sumber: Analisis Penelitian 2018

Tabel 3 menunjukkan literasi Sida Samekta Sawahan tertinggi karena artikel terbaru tersaji pada 2 (dua) bulan terakhir, dan pada bulan sebelumnya cukup produktif. Literasi Nglanggeran paling rendah, ditunjukkan artikel terbaru tersebar sejak bulan November 2017 hingga September 2018.

Literasi selanjutnya ditunjukkan artikel dan berita *update* per tanggal 6 September 2018, menyajikan 9 (sembilan) kelompok topik artikel terbaru beranda utama. Terjadi kecenderungan perbedaan isi sesuai kondisi aktual desa berdasarkan kelompok topik artikel tampak pada Tabel 4.

Tabel 4. Topik Artikel Terbaru Sida Samekta

No.	Topik	Jumlah	%
1.	Pendidikan	4	10,0
2.	Kesehatan	1	2,5
3.	Pemerintahan dan Pelayanan Umum	13	32,5
4.	Pariwisata dan Kebudayaan	10	25,0
5.	Kemiskinan	2	5,0
6.	Pertanian dan Lingkungan Hidup	4	10,0
7.	Ketenagakerjaan	1	2,5
8.	Pekerjaan Umum, Perumahan, dan Permukiman	3	7,5
9.	Perencanaan dan Penganggaran	2	5,0
Jumlah		40	100,0

Sumber: Analisis Penelitian 2018

Kelompok topik artikel yang dominan adalah pemerintahan dan pelayanan umum. Pariwisata menempati urutan kedua karena pariwisata merupakan potensi unggulan dan merupakan visi pembangunan Gunungkidul yang terinternalisasi sampai ke desa-desa melalui SID. Topik ketenagakerjaan paling minimal, menunjukkan kurangnya ketertarikan menulis artikel tentang ketenagakerjaan. Beragamnya topik artikel SID merepresentasikan ketertarikan dan motivasi warga dalam menulis artikel. Proses dan isi SID mencerminkan kearifan lokal dan literasi dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat. Metode, ide, dan pengetahuan baru lokalitas memberikan pemahaman dan pengetahuan baru kepada warga masyarakat.

Indikator selanjutnya yaitu literasi terhadap produk hukum dan panduan layanan desa sebagai sumber informasi dan pengetahuan warga. Indikator ini menunjukkan bahwa Sida Samekta masih belum optimal dalam meningkatkan literasi warga dalam hal produk hukum dan

panduan layanan desa sebab dalam beberapa tahun ada yang kosong. Isi produk hukum dan panduan layanan desa disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Literasi Produk Hukum dan Panduan Layanan Desa

No	Sida Samekta	Produk Hukum					Panduan Layanan Desa				
		2016	2017	2018	Jumlah	%	2016	2017	2018	Jumlah	(%)
1.	Karangmojo	-	2, 3	6	11	21,6	-	8	-	8	20,5
2.	Sawah	-	8	4	12	23,5	1	1	3	5	12,8
3.	Girisuko	-	2	4	6	11,8	4	-	-	4	10,3
4.	Nglanggeran	5,9,3	-	-	17	33,3	14	-	7	21	53,8
5.	Wonosari	-	5	-	5	9,8	1	-	-	1	2,6
Jumlah		17	20	14	51	100,0	20	9	10	39	100,0

Sumber: (Analisis Penelitian 2018)

Meskipun masih dalam kapasitas yang terbatas, kecenderungan isi berkaitan dengan panduan layanan desa telah menggambarkan literasi karena memberikan pengetahuan masyarakat tentang berbagai jenis pelayanan pemerintah desa, sejak awal Sida Samekta terbangun di 144 (seratus empat puluh empat) desa. Berdasarkan indikator panduan layanan desa, literasi terbesar adalah Sida Samekta Nglanggeran dan terkecil Wonosari. Berdasarkan kontinuitas pemuatan, literasi terbesar adalah Sida Samekta Sawahan dan terendah Wonosari. Panduan layanan desa diklasifikasikan berdasar jenis layanan, yaitu: layanan nikah, SKCK, KTP, KK, Kartu Identitas Anak, pencatatan sipil, model N/A, PTSL, jaminan kesehatan PBI, surat nikah, surat pindah, penduduk datang, akta kelahiran, dan akta kematian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi perbedaan yang signifikan literasi media dan informasi yang didapatkan oleh warga masyarakat melalui pemuatan artikel sebagai sumber pengetahuan dan edukasi masyarakat. Literasi berjalan dan bermanfaat bagi masyarakat sebagai sumber pengetahuan dan informasi yang mencerdaskan. Artikel bermanfaat bagi masyarakat apabila dibaca. Sesuai pendapat Silviana (2018) upaya menyampaikan ide dan gagasan melalui tulisan menunjukkan bahwa warga sadar dan berkeinginan meliterasikan sendiri dengan cara menulis di media. Isi artikel berita yang ditulis adalah substansi materi informasi yang dibutuhkan warga.

Hal konkrit tentang literasi ditunjukkan artikel yang ditulis dan dibaca oleh publik sebagai media komunikasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa produk artikel Sida Samekta merupakan komunikasi publik melalui artikel yang menjangkau khalayak publik secara inklusif. Hal tersebut mendukung literasi media bagi masyarakat, sesuai pandangan Bappenas-UNDP (2007) media sistem informasi adalah media yang relevan dengan kehidupan masyarakat dan mengandung muatan lokal. Indikator penelitian ini ditunjukkan melalui isi artikel, produk peraturan yang diunggah, dan panduan layanan desa. *Local content* mengandung unsur edukasi dan sebagai sumber pengetahuan. Menurut BAPPENAS-UNDP (2007) isi media berbasis masyarakat mampu memberdayakan masyarakat mengenal desanya sendiri daripada masyarakat lebih banyak membaca artikel berita dari luar, *hoax*, berita negatif, dan sebagainya. Informasi yang dimuat adalah *local content* di lingkungan sekitarnya. Kecenderungan literasi disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Kecenderungan Isi Literasi Sida Samekta

No.	Literasi	Karangmojo	Sawah	Girisuko	Nglanggeran	Wonosari
1.	Informasi untuk memecahkan masalah	Tinggi	Tinggi	Sedang	Sedang	Rendah
2.	Mengembangkan ide gagasan	Tinggi	Tinggi	Sedang	Sedang	Sedang
3.	Mengajukan pertanyaan	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Sedang	Sedang
4.	Informasi cocok dan otentik	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi
5.	Mendorong melekat informasi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Hasil analisis kecenderungan isi literasi pada Sida Samekta terbukti telah terjadi perkembangan model pembangunan dari sistem *government driven development* atau *community driven development* menjadi *village driven development* (Silahuddin 2015) karena desa yang semakin berdaya di bidang informasi dengan adanya literasi.

Partisipasi

Partisipasi dianalisis berdasarkan indikator frekuensi artikel berita yang ditulis. Perkembangan artikel pada tanggal 1 Januari sampai dengan 13 September 2018, ditampilkan dalam Tabel 7.

Tabel 7. Perkembangan Artikel Sida Samekta 1 Januari s.d. 13 September 2018

No.	Bulan	Artikel Sida Samekta					Jumlah
		Karangmaja	Sawahana	Girisuko	Nglanggeran	Wonosari	
1.	September	1	15	2	7	-	25
2.	Agustus	3	55	5	1	1	65
3.	Juli	-	43	5	-	10	58
4.	Juni	-	39	2	1	1	43
5.	Mei	-	33	-	2	1	36
6.	April	44	62	14	1	-	121
7.	Maret	15	38	6	-	1	60
8.	Februari	20	38	2	-	3	63
9.	Januari	50	46	12	1	2	111
Jumlah Artikel		133	369	48	13	19	582
(%)		(22,85)	(63,40)	(8,24)	(2,23)	(3,26)	(100,00)
Rerata Per Bulan		14,77	41,00	5,33	1,44	2,11	64,66

Sumber: (Analisis Penelitian 2018)

Bulan penerbitan dan jumlah artikel menunjukkan dinamika yang beragam. Berdasarkan jumlah artikel, partisipasi tertinggi adalah Sida Samekta Sawahana dan terendah pada Sida Samekta Nglanggeran. Sida Samekta Sawahana paling tinggi karena selama pengamatan tidak ada satu bulan pun yang kosong artikelnya dengan rata-rata penerbitan sejumlah 41 (empat puluh satu) artikel. Adapun 4 (empat) Sida Samekta lainnya yang frekuensi penulisan artikel kurang dan tidak rutin per bulan serta jumlah artikel di bawah Sida Samekta Sawahana.

Sebagai media komunikasi digital, Sida Samekta merupakan bentuk komunikasi dua arah menghasilkan umpan balik (*feed back*). Umpan balik sebagai respon publik atau komunikasi antara lain ditunjukkan dengan jumlah kunjungan terhadap Sida Samekta yang menunjukkan perkembangan dari waktu ke waktu. Partisipasi berupa umpan balik dilihat dari jumlah pengunjung Sida Samekta, disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Pengunjung Sida Samekta Per 6 September 2018

Sida Samekta	Kunjungan					
	Hari ini	%	Kemarin	%	Total Pengunjung	%
Karangmojo	607	38,64	1.821	42,18	566.105	25,59
Sawahana	235	14,96	545	12,62	566.813	25,62
Girisuko	145	9,23	546	12,65	269.137	12,17
Nglanggeran	148	9,42	464	10,75	163.003	7,37
Wonosari	436	27,75	941	21,80	647.219	29,26
Jumlah	1.571	100,00	4.317	100,00	2.212.277	100,00

Sumber: (Analisis Penelitian 2018)

Terjadi dinamika statistik kunjungan hari ini, hari kemarin, dan total pengunjung. Kunjungan hari ini dan kemarin terbesar Sida Samekta Karangmojo dan diikuti Wonosari. Sedangkan jumlah kunjungan yang tidak terbatas pada hari ini dan kemarin, per 6 September

2018 yang terbesar yaitu Wonosari diikuti Sawahan. Statistik pengunjung terendah baik hari ini, kemarin, dan total yaitu Sida Samekta Nglanggeran. Dinamika yang ditunjukkan dalam statistik pengunjung menggambarkan aktifitas respon warga terhadap Sida Samekta.

Umpan balik warga ditunjukkan respon kebijakan dan program pembangunan desa. Respon berbentuk dukungan dan kritik terhadap pembangunan di wilayahnya. Dalam konteks ini, respon memiliki arti penting karena partisipasi diperlukan masyarakat agar dapat belajar. Sesuai pandangan Keban (2014) dikaitkan partisipasi, bahwa masyarakat menjadi semakin terampil (*learning process/education and gain skills*), membangun kepercayaan (*thrust*), mengurangi kegelisahan, membangun aliansi strategis (*strategic alliance*) dan mendapatkan legitimasi atas Sida Samekta. Terlebih lagi bahwa Sida Samekta merupakan kebijakan daerah dan ditetapkan dengan Perbup No. 32 Tahun 2018. Kecenderungan partisipasi juga ditunjukkan respon berupa komentar warga terhadap artikel tertentu.

Tabel 9. Komentar Artikel Sida Samekta

Sida Samekta	Jumlah Artikel			Jumlah Komentar
	2016	2017	2018	
Karangmojo	-	2	3	10
Sawahan	1	1	3	8
Girisuko	-	-	5	11
Nglanggeran	-	-	-	-
Wonosari	1	4	-	9
Jumlah	2	7	11	38

Sumber: (Analisis Penelitian 2018)

Komentar tertinggi Sida Samekta Girisuko sejumlah 11 (sebelas) komentar. Artikel Karangmojo mendapatkan komentar adalah artikel tahun 2017 dan 2018. Komentar artikel Sawahan tersebar tahun 2016, 2017, dan 2018. Artikel Wonosari mendapatkan komentar pada tahun 2016 dan 2017. Sida Samekta Girisuko menarik yaitu kelima artikel ditulis pada tahun 2018, artinya data terkini diikuti dan menimbulkan komentar. Jumlah komentar terhadap 20 (dua puluh) artikel yaitu 38 (tiga puluh delapan) komentar menunjukkan respon atau umpan balik warga yang menumbuhkan budaya komunikasi melalui media dan adanya ruang publik untuk mengekspresikan pendapatnya.

Komentar warga menggambarkan ekspresi dan keterlibatan mental emosional pada kegiatan desa. Sida Samekta menjadi milik warga masyarakat. Hal yang dapat dibuktikan kecenderungan partisipasi, yaitu menunjukkan respon warga berupa komentar artikel, berita, dan bentuk informasi lainnya. Berbagai artikel dan berita sudah direspon warga menunjukkan bentuk komunikasi partisipatoris. Komunikasi partisipatoris menurut Harun dan Ardianto (2012) menghasilkan rasa memiliki dan rasa tanggungjawab warga. Hal tersebut menjadi prasyarat keberlanjutan Sida Samekta. Respon warga menurut Schwartz (Wibowo 2016), merupakan pesan instruksional sebagai pedoman perilaku baru, disamping mengandung motivasi dimana relasi antara masyarakat dengan aparat bersifat dinamis dan memberikan penghargaan. Penghargaan berupa ungkapan pesan positif yang bermanfaat bagi komunikator dan komunikan.

Partisipasi juga ditunjukkan dengan indikator pemberitaan pembangunan desa yang menekankan peran serta masyarakat dalam pembangunan. Ilustrasi pemberitaan partisipasi cukup beragam. Berita Sida Samekta Karangmojo memuat artikel Musrenbang Desa 2018 yang dihadiri lembaga padukuhun, pemerintah desa, kader dusun, Kecamatan, pendamping desa, dan warga masyarakat. Partisipasi di Sawahan ditunjukkan artikel berjudul PPS Desa Sawahan Terus Berupaya *Update* Informasi Pemilu, menguraikan tahapan Pemilu agar masyarakat mengawal

proses Pemilu 2019. Sida Samekta Girisuko ditunjukkan artikel Malam Tirakatan 9 (sembilan) Padukuhan di Girisuko, berisi bahwa 73 tahun lalu perjuangan bangsa Indonesia mencapai puncaknya. Kecenderungan isi tentang partisipasi di Nglanggeran dilihat dari artikel Sosialisasi dan Pelatihan Program Percepatan Penetrasi Akses Tetap Pita Lebar, kegiatan dilakukan setelah pemasangan jaringan internet *Fiber Optic* selesai di 3 (tiga) lokasi yaitu: Desa Wisata Nglanggeran, Desa Wisata Tembi, dan Sentra Industri Desa Wisata Wukirsari. Partisipasi masyarakat Desa Wonosari ditunjukkan artikel berjudul transparansi penggunaan dana APBDesa tahun 2018. Artikel tersebut menunjukkan kecenderungan partisipasi yang terjadi pada 5 (lima) Sida Samekta. Sesuai pandangan Sumarto (2009), partisipasi warga merupakan proses bagi individu, kelompok sosial, dan organisasi, mengambil peran dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pemantauan kebijakan pembangunan.

Inovasi

Tingkat inovasi berbeda-beda dalam penyajian kebaruan artikel. Inovasi tidak harus ada kata inovasi pada sajian artikelnya tetapi pada kecenderungan isi artikelnya mengandung unsur inovatif. Jadi, makna di balik isi komunikasi menjadi penting. Pada proses komunikasi dilakukan penyebarluasan inovasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Menurut Rogers dan Shoemaker (Harun & Ardianto 2012), meliputi: inovasi, dikomunikasikan melalui saluran tertentu, dan dalam suatu jangka waktu, serta di antara anggota sistem sosial. Inovasi adalah sebuah ide baru, objek atau hal praktis yang memiliki nilai. Isi Sida Samekta merupakan bentuk ide baru, bukan Sida Samekta yang baru, tetapi isi yang baru. Sejalan pendapat Sumarto (2009), inovasi adalah upaya memperkenalkan sesuatu, ide, metode, maupun pendekatan baru, serta upaya mencari solusi kreatif memperbaiki kinerja *governance*.



Gambar 1. Bentuk Inovasi Sida Samekta

Content tematik inovatif dimuat Sida Samekta Nglanggeran, Karangmojo, Girisuko, dan Sawahan. Fitur interaktif berupa *whatsapp group*, *Facebook Fanspage*, dan Video, yaitu pada Sida Samekta Wonosari dengan sajian Halo Pemdes *WhatsApp* Desa Wonosari dan *facebook Fanspage*, Nglanggeran dengan *facebook*, dan Sawahan juga dengan *facebook*. *E-ticketing* dan *digital tourism* Nglanggeran menunjukkan inovasi yaitu *new-product innovation* karena keunikan inovatif, sesuai pendapat Keban (2014), merupakan sebuah *competing values*. *Competing values* terjadi di Sawahan yang memuat tentang *Talkshow SmartFM Smart Village On Smart Radio#1* Desa Sawahan. Adapun kecenderungan isi yang menggambarkan perbaikan tata kelola pemerintahan desa (*governance*) yang baik, yaitu: *e-ticketing* untuk mengetahui

jumlah kunjungan wisatawan, pengelolaan APBDesa, dan laporan desa sebagai upaya transparansi dan akuntabilitas pemerintahan desa.

Proses komunikasi pembangunan desa berhubungan dengan inovasi. Inovasi merupakan pelaksanaan ide baru untuk menghasilkan dampak dan perubahan penyelenggaraan pemerintahan, kebijakan publik, dan pelayanan publik (Amalia 2018). Kecenderungan isi Sida Samekta memuat hal yang berkaitan dengan inovasi yang ditunjukkan indikator berupa: isi tematik inovatif, fitur interaktif, *competing values*, dan *governance*. Kecenderungan isi inovasi Sida Samekta disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Inovasi Sida Samekta

No.	Inovasi	Sida Samekta	Keterangan
1.	<i>Content</i> tematik inovatif	Nglanggeran	a. Eko Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran b. Statistik kunjungan wisatawan <i>real time</i>
		Girisuko	a. <i>Content</i> kreatif sastra puisi b. <i>Open Data for Gender Inclusive Development</i>
		Sawahan	<i>Thematic Maps (T-Map)</i>
		Karangmojo	Obrolan warga Karangmojo, kolom sehat, mitra tani
2.	<i>Fiture</i> interaktif: <i>whatsapp group</i> , <i>Facebook Fanspage</i> , dan Video	Wonosari	<i>Halo Pemdes WhatsApp</i> Desa Wonosari, <i>Facebook Fanspage</i>
		Nglanggeran	<i>Facebook</i>
		Sawahan	<i>Facebook</i>
3.	<i>Competing Values</i>	Nglanggeran	<i>E- ticketing</i> , Wisata Digital (<i>Digital Tourism</i>)
		Sawahan	<i>Talkshow SmartFM</i> melalui <i>Smart Village On Smart Radio#1</i> Desa Sawahan.
4.	Perbaikan tata kelola pemerintahan desa yang baik (<i>good village governance</i>)	Girisuko	Desa Akuntabilitas Publik: <i>Open Data</i> APBDes Girisuko
		Nglanggeran	a. <i>E – ticketing</i> b. Transparansi (Laporan Desa)
		Karangmojo	Transparansi (Laporan Desa)
		Wonosari	Transparansi (Laporan Desa)

Sumber: (Analisis Penelitian 2018)

Berpijak pada hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Sida Samekta Kabupaten Gunungkidul mengarah pada perwujudan desa cerdas (*smart village*) sebagaimana dinyatakan oleh Ramachandra (Santosa et al. 2019) tentang kerangka kerja desa cerdas. Dimensi desa cerdas mencakup: *smart environment*, *smart people*, *smart governance*, *smart living*, *smart economy*, dan *smart mobility*. Sida Samekta memberikan kontribusi dalam perwujudan salah satu dimensi desa cerdas, yaitu *smart governance*. Sida Samekta telah bermanfaat dalam meningkatkan literasi media dan informasi, melembagakan partisipasi warga, dan mendorong inovasi masyarakat desa di Kabupaten Gunungkidul, yang ditunjukkan melalui artikel dan berita pada Sida Samekta.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keberadaan Sida Samekta sebagai kebutuhan masyarakat dan pemerintah desa di era teknologi informasi serta memberikan ruang publik bagi warga masyarakat di Kabupaten Gunungkidul. Analisis dilakukan pada kategori isi Sida Samekta yang meliputi literasi, partisipasi, dan inovasi dengan menggunakan metode *descriptive content analysis*. Objek kajian pada 5 (lima) Sida Samekta, yaitu: Sida Samekta Karangmojo, Sawahan, Girisuko, Nglanggeran, dan Wonosari.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Sida Samekta menunjukkan kecenderungan

literasi media dan informasi, partisipasi, dan inovasi. Literasi media dan informasi berupa: pengetahuan dan informasi, artikel yang memberikan pengetahuan baru, dan regulasi yang mengedukasi masyarakat. Partisipasi mencakup respon warga berupa: komentar, frekuensi warga menuliskan artikel, serta keterlibatan masyarakat dalam pembangunan desa. Inovasi Sida Samekta berupa: isi tematik inovatif, *future* interaktif, *competing values*, dan perbaikan tata kelola pemerintahan desa yang baik. Sida Samekta telah bermanfaat dalam meningkatkan literasi media dan informasi, menumbuhkan partisipasi, serta meningkatkan inovasi warga. Manfaat yang diperoleh masyarakat menjadikan Sida Samekta sebagai milik bersama masyarakat dan memberikan ruang publik bagi masyarakat.

Penelitian ini menyarankan: Pertama, perlunya pelembagaan literasi, partisipasi, dan inovasi dengan peningkatan kapasitas warga masyarakat sipil di berbagai kelompok masyarakat desa. Oleh karena itu diperlukan *capacity building* manajemen Sida Samekta, berupa: bimbingan teknis dan pelatihan teknis pengisian dan penulisan artikel dan berita pada sistem informasi desa yang dianggarkan APBDesa. Kedua, Pemerintah desa agar membangun kerja sama dan jejaring multipihak dalam pengembangan sistem informasi desa menuju desa cerdas (*smart village*). Ketiga, Pemkab Gunungkidul dan pemerintah desa agar mengapresiasi warga masyarakat yang aktif menulis artikel dan berita dengan memberikan penghargaan bagi yang tulisannya menarik, tentunya melalui proses penilaian. Adapun saran bagi peneliti berikutnya adalah perlu dilakukan penelitian secara khusus tentang peran sistem informasi desa untuk mengoptimalkan potensi pariwisata Kabupaten Gunungkidul.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada BAPPEDA dan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Gunungkidul yang membantu selama penelitian berlangsung. Penelitian ini dapat terlaksana berkat dukungan Bidang Penelitian, Pengembangan, dan Pengendalian BAPPEDA Kabupaten Gunungkidul.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. "Reformasi Birokrasi 4.0 : Strategi Menghadapi Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Wacana Kinerja: Kajian Praktis-Akademis Kinerja dan Administrasi Pelayanan Publik* 21, no. 2 (2018) . <https://doi.org/10.31845/jwk.v21i2.133>
- Bappenas - UNDP. *Mengembangkan Media Komunikasi Berbasis Masyarakat*. Jakarta: Tim Partnership or e-Prosperity for The Poor (Pe-PP), 2007.
- Bhatia, Ambika, and Chhavi Kiran. "Rural Development through E-Governance Initiatives in India." *IOSR Journal of Business and Management* 01, no. 01 (2016): 61–69. <https://doi.org/10.9790/487X-15010010161-69>.
- Combine Resource Institution. "Panduan Penggunaan Modul Analisis Aplikasi Sistem Informasi Desa (SID) Versi 3.101. Materi/Bahan Pelatihan Sistem Informasi Desa Kabupaten Gunungkidul," 2015.
- Dishubkominfo. *Buku Paket Informasi*. Yogyakarta, 2013.
- Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi1 Cet. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Hartoyo, N. M., Merdekawati, I. "Citalinuabdi: Upaya Membangun Sistem Informasi Desa Yang Bermakna." *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 1, no. 1 (2017): 48-57. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i1.35>
- Harun, R., & Ardianto, E. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial; Perspektif Dominan, Kaji*

- Ulang, dan Teori Kritis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Herpendi. "Sistem Informasi Desa Di Kecamatan Takisung." *Jurnal Sains Dan Teknologi* 3, no. 2 (2017): 76–82. <https://doi.org/10.1038/nchembio882>
- Keban, Y. T. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik; Konsep, Teori dan Isu* (Ketiga, Ce). Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014.
- Meiji, N., A Widiyanto., A Kodir., Irawan Irawan. "Strengthening Village Information System to Reach Good Governance in Rural Areas through Participatory Rural Appraisal." In *Proceedings of the Proceedings of 1st Workshop on Environmental Science, Society, and Technology, WESTECH 2018, December 8th, 2018, Medan, Indonesia*. Medan: EAI. 2019, <https://doi.org/10.4108/eai.8-12-2018.2283894>.
- O'Brien, J. A. *Pengantar Sistem Informasi: Perspektif Bisnis dan Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Pamungkas, Arie Setyaningrum. "Informational Capability and the Development of Village Information System and Village Owned-Enterprises in Four Villages in Java." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 5, no. 2 (2019): 54-79. <https://doi.org/10.22146/jps.v5i2.44635>.
- Rianto, Puji., Wahyono S Bayu., Kurnia Novi., Wisnu Martha Adiputra., Wendratama., ntonia Poerwaningtias. *Sistem Informasi Desa Dan Akses Informasi*. Yogyakarta: PR2Media, 2018.
- Santosa, Anang Dwi., Fathin, Cinintya Audori., Effendi, Kurnia Cahyaningrum., Novianto, Arif, Sumiar, Haening Ratna., Angendari, Dewa Ayu Diah., Putri, Birgitta Purnama. *Desa Cerdas: Transformasi Kebijakan dan Pembangunan Desa Merespon Era Revolusi Industri 4.0.; Monograf*. Edited by Erwan Agus Purwanto and Dedy Permadi. Yogyakarta: CFDS Fisipol UGM, 2019.
- Shomad, Abdul. "Implementasi Sistem Informasi Desa Di Kabupaten Bekasi." *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik* 8, no. 2 (2018): 62–80. <http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/akp/article/view/1622/1393>.
- Silahuddin, M. *Kewenangan Desa dan Regulasi Desa*. Jakarta: Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2015.
- Silviana, L. "Mengembangkan Budaya Literasi." Jakarta: *Kompasiana*, (2018). Retrieved from <https://www.kompasiana.com/liza40158/5b123926dd0fa853800ff362/mengembangkan-budaya-literasi?page=all#>
- Sudarsono, B. "Strategi Membangun Budaya Literasi di Era Digital." Retrieved from <http://isipii.org>
- Sudaryati, Dwi., Heriningsih, Sucahyo., Fitriyani, Lita Yulita. "Analysis on the Implementation of Village Information System in Village Government Performance with Good Governance as Moderating Variable." In *Proceedings of the International Conference of Ethics on Business, Economics, and Social Science (ICEBESS 2018); Advances in Social Science, Education and Humanities Research* 313, (2019): 1-7. <https://doi.org/10.2991/icebess-18.2019.1>.
- Sulistiyowati, F., Dibyorin, C. R. "Partisipasi Warga terhadap Sistem Informasi Desa." *Jurnal Komunikasi ASPIKOM* 2, no. 1 (2013): 579–588. Retrieved from <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/34>.
- Sumarto, H. S. *Inovasi, Partisipasi, dan Good Governance: 20 Prakarsa Inovatif dan Partisipatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009.
- Suranto, Aw. "Evaluasi Program Desa Mandiri Informasi Berbasis Aplikasi Android Sistem Informasi Desa (SIFORDES)." *INFORMASI* 48, no. 1 (2018): 1-13. <https://doi.org/10.21831/informasi.v48i1.20073>.
- Syafiie, I. K. *Ilmu Administrasi Publik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Wibowo. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penerbitan Jurnal IPTEK-KOM Vol. 21, No. 2, Desember 2019, proses *review* artikel melibatkan beberapa Mitra Bestari. Untuk itu, redaksi mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. Ana Nadya Abrar, M.E.S., PhD (Kebijakan Komunikasi, UGM, Indonesia)
2. DR.Phill. Hermin Indah Wahyuni, SIP.,M.Si (Komunikasi dan Media, UGM, Indonesia)
3. Dr. Sugeng Bayu Wahyono.,M.Si (Sosiologi Komunikasi, UNY, Indonesia)
4. Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS (Sistem Informasi, STIE YKPN, Indonesia)
5. DR. Basuki Agus Suparno (Ilmu Komunikasi, UPN "Veteran" Yogyakarta, Indonesia)
- 6.

INDEX

Volume 21 No. 2 Desember 2019

A

analisis sentimen, 142, see opinion mining
analysis, 120
Angelidou,96
Anindra, et al,95
Asosiasi Televisi Seluruh Indonesia, 131 - 132

B

Badan Perfilman Nasional, 133
both side issue, 163

C

case folding, 143
Chen, et al, 111
CNNIndonesia, 146, 147, 148
collective intelegent, 110
combine resource institution, 170
competing values, 175
consuming critical, 112, 116 - 118, see evaluation,
synthesis,analysis
consuming functional, 118, 119, see understanding,
consuming skill
consuming skill, 116
creswell, 158
critical media literacy, 110
crowdfunding, 155, 156, 157, 159, 160, 167, 168
crowdfunding. see crowdsourcing, platform
crowdfunding
crowdsourcing, 156

D

data, 103
descriptive content analysis,, 175
detikcom, 142, 146
dewan pers, 128, 129
distribution, 116
diversity of content, 126
diversity of ownership, 126
diversity of voices, 126
diversity, 126, see diversity of voices, diversity of
content, diversity of ownership

E

emotion mining, 150

engagement, 103
evaluation, 120

F

freedom of expression, 126, 135
freedom of speech, 126
freedom of the press, 126, 135
functional dimension, 110

G

gain score, 115
governance, 109, 124

K

KPI, 131, 134

H

Hand dan Ching, 111
Hossain & Oparaocha, 164
humas pemerintah daerah, 110

I

IMEI, 140
influencer. See public figure
informasi publik, 172
infrastruktur, 102

K

Kabupaten Badung, 97
Kabupaten Boyolali, 97
Kabupaten Sleman, 97
Kitabisa.com, 159
Kota Denpasar, 97
Kota Jogja, 97
Kota Semarang, 97
Kotler dan Lee, 161

L

Lazaroiu dan Roscia, 94
libertarian, 125
line text, 176
literasi informasi, 172
literasi media, 172
literasi, 172, see literasi media, literasi informasi

M

management & organization, 101
manusia, 96
Myeong, Jung, dan Lee, 96

N

node, 98
non equivalent control group design, 113
NVivo, 97

O

one side issue, 163
operasionalised, 95
opinion mining, 142
otoritarian, 123, 125, 132, 134

P

pace dan faules, 157
paradigma, 123, 125 - 128, 132 - 136
participation & collaboration, 101
participation, 112, 117, 120
pemilihan media, 163
penyusunan pesan, 162, see pesan koersif, one side issue, both side issue
Perbup No. 32 Tahun 2018, 171
pesan koersif, 162
platform crowdfunding, 156
policy context, 100
prosuming critical, 112, 116, 118, see creation, participation
prosuming functional, 112, see production, distribution, prosuming skill
prosuming skill, 116
psychoevolutionary, 150
public figure, 165

Q

Qualitative Data Analysis, QDA, 97
quasi experimental, 109, 113, 114

R

regulasi pers, 128, 136
Robert Plutchik, 150
Rosenbaum, et al., 119

S

segmentasi Khalayak, 161, See Vogel, See Kotler dan Lee
sentimen negatif, 139, 149
sentimen netral, 149
sentimen positif, 149
sentiment classification, 142
Sida Samekta, 169, 170- 183
sistem informasi desa, 169, 170, 173, 175, 183
Smart Cities 1.0 Technology Driven, 95, 105
Smart Cities 3.0 Citizen Co-Creation, 95
Smart City 2.0 Technology Enable City-Led, 105
Smart City, 94
smart computing, 96
smart governance, 95
stemming, 143
stopwords, 143
strategic intent, 99
studi komparasi, 123, 127
sub node, 98
synthesis, 116

T

tata kelola institusi, 95
teknologi, 96
tema, 98
text analysis, 144
text collection, 143
text mining, 142
text prosesing, 143
textual sentiment analysis, 142
Thomas Kuhn, 125
tingkat kematangan Smart City, 95, 98
tokenizing, 143
tweet, 141

U

understanding, 116, 121
UU No. 11 Tahun 1966., 129
UU No. 24 Tahun 1997, 130, 131
UU No. 33 Tahun 2009, 132
UU Penyiaran No. 32 Tahun, 130, 132
UU Pers No. 40/1999, 128

V

variabel inovasi, 174
variabel partisipasi, 173
Vogel, 162

PETUNJUK PENYERAHAN DAN PENULISAN ARTIKEL

JURNAL IPTEK-KOM

(Berlaku mulai Volume 21, No. 1, Juni 2019)

A. KEBIJAKAN JURNAL IPTEK-KOM

1. IPTEK-KOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi dipublikasikan oleh Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP Kominfo) Yogyakarta di bawah naungan Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika.
2. Jurnal IPTEK-KOM telah melaksanakan sistem *Online Journal System* (OJS) dengan alamat <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/iptekkom/index>. Untuk dapat mengirim naskah ke Jurnal IPTEK-KOM, setiap penulis wajib mendaftarkan diri melalui OJS.
3. Jurnal IPTEK-KOM fokus pada ruang lingkup Studi Komunikasi dan Media, Teknologi Informasi dan Komunikasi, serta Kebijakan Publik bidang Komunikasi dan Informatika. Jurnal IPTEK-KOM mengutamakan artikel hasil penelitian, pengkajian, perancangan, dan pengembangan terkait ruang lingkup tersebut.
4. Jurnal IPTEK-KOM terbit 2 (dua) kali setahun, yaitu bulan Juni dan Desember.
5. Jurnal IPTEK-KOM menerapkan sistem *peer review* atau penelaahan sejawat oleh Mitra Bestari. Penelaahan sejawat bertujuan untuk membuat artikel Jurnal IPTEK-KOM memenuhi standar disiplin ilmiah dan standar keilmuan pada umumnya. Penelaahan sejawat juga bertujuan untuk menghindari terjadinya pelanggaran kode etik ilmiah, dan untuk menentukan layak atau tidaknya artikel untuk dimuat. Namun, sebelum artikel dikirim ke Mitra Bestari, artikel akan ditelaah awal oleh Editor Internal.
6. Artikel yang dipublikasikan tunduk di bawah lisensi *Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported (CC BY-NC-SA 3.0)*. Informasi selengkapnya bisa dilihat di <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>.
7. Keputusan Dewan Redaksi adalah mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

B. PETUNJUK UMUM PENYERAHAN ARTIKEL JURNAL IPTEK-KOM

1. Proses penyerahan hingga publikasi berlangsung secara *online* melalui alamat situs <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/iptekkom/index>. Penulis wajib terdaftar dalam Jurnal IPTEK-KOM.
2. Setiap penulis wajib mencantumkan alamat lengkap dan nomor telepon/*handphone* yang mudah dihubungi.
3. Setiap penulis wajib memastikan artikelnya telah memenuhi Kode Etik Publikasi Ilmiah, menghindari terjadinya pelanggaran Kode Etik Publikasi Ilmiah. Penulis yang artikelnya dinyatakan layak muat, wajib menandatangani Pernyataan Etis (*Ethical Statement*) disertai materai senilai Rp. 6000. Jika di kemudian hari diketahui pelanggaran terhadap Kode Etik Publikasi Ilmiah, Redaksi Jurnal IPTEK-KOM tidak bertanggung jawab dan akan mendaftarkan penulis terkait.
4. Setiap penulis wajib mengikuti prosedur penerbitan ilmiah Jurnal IPTEK-KOM yang meliputi proses penyerahan artikel, penelaahan oleh Editor Dalam, penelaahan oleh Mitra Bestari,

copyeditor, layout dan proofing. Selama proses tersebut, penulis wajib aktif memenuhi catatan yang diberikan. Komunikasi dapat berlangsung melalui OJS dan atau email (atau media komunikasi lain yang memungkinkan).

C. PETUNJUK KHUSUS PENULISAN ARTIKEL JURNAL IPTEK-KOM

1. Artikel dapat ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris.
2. Artikel diketik dalam kertas A4, margin kanan dan kiri 2,2 cm, margin atas dan bawah 1,8 cm. Panjang artikel antara 14 – 16 halaman dengan **spasi tunggal dan format satu kolom**. Untuk artikel yang memuat banyak gambar dan atau tabel, jumlah kata berkisar 6.000. Sementara itu, artikel berjenis deskripsi, jumlah kata berkisar 7.000.
3. Ketentuan format penulisan dalam artikel mengacu pada tabel berikut:

Tabel 1. Ketentuan Format Penulisan Artikel

Bagian	Font, Font Size, Font Style, Alignment
Judul Artikel	Judul Indonesia: Calibri, 15pt, bold, centered <i>Judul Inggris: Calibri, 15pt, bold italic, centered</i>
Nama dan Alamat Penulis	
Abstrak	<i>Abstrak Inggris: Calibri, 11pt, italic, spasi tunggal, justify</i> <i>Abstrak Indonesia: Calibri, 11pt, italic, spasi tunggal, justify</i>
Pendahuluan	Calibri, 12pt, normal, spasi tunggal, justify
Metode	Calibri, 12pt, normal, spasi tunggal, justify
Hasil dan Pembahasan	Calibri, 12pt, normal, spasi tunggal, justify
Penutup	Calibri, 12pt, normal, spasi tunggal, justify
Ucapan Terima Kasih	Calibri, 12pt, normal, spasi tunggal, justify
Daftar Pustaka	Calibri, 11 pt, normal, spasi tunggal, justify
Caption Gambar dan Grafik	Calibri, 11pt, normal, spasi tunggal, centered Posisi di bawah gambar atau grafik
Caption Tabel	Calibri, 11pt, normal, spasi tunggal, centered Posisi di atas tabel Konten tabel: Calibri, 10pt, spasi tunggal

4. Penulis artikel harus menyalin tempel (*copy-paste*) naskah ke dalam *template* yang tersedia. *Template* dapat diunduh pada laman OJS Jurnal IPTEK-KOM. Gaya penulisan (*Template Style*) menggunakan fitur *styles* yang disediakan di *template*.
5. Sistematika penulisan artikel Jurnal IPTEK-KOM adalah sebagai berikut (telah tersedia di *Template* Penulisan Jurnal IPTEK-KOM):

1) Judul Artikel

Judul harus menarik, mencerminkan isi artikel, singkat (10-15 kata), tidak menggunakan sub judul. Judul artikel menggunakan dua bahasa, Inggris dan Indonesia; judul bahasa Indonesia diletakkan di atas.

2) **Nama dan Alamat Penulis**

Nama penulis diletakkan di bawah judul, tanpa gelar. Alamat institusi dan *email* penulis dicantumkan di bawah nama. Jika penulis lebih dari satu orang, urutan pencantuman sesuai dengan besarnya kontribusi dalam penyusunan artikel.

3) **Abstrak**

Abstrak merupakan intisari artikel yang memuat tujuan, metode, temuan penelitian (tidak memaparkan data), dan kata kunci. Abstrak ditulis dalam satu paragraf maksimal 150 kata dengan spasi tunggal; ditampilkan dalam dua bahasa, Inggris dan Indonesia. Abstrak bahasa Inggris ditempatkan pertama. Kata kunci memuat 3 – 5 kata, dan atau frase; ditulis dalam 2 bahasa; dicetak miring untuk kata kunci bahasa Inggris.

4) **PENDAHULUAN**

Bagian pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesis (jika ada) dan tinjauan pustaka (temuan penelitian terdahulu, teori/konsep yang digunakan). Semua unsur tersebut tidak dibagi dalam subbab, dan tidak perlu dijelaskan secara detail. Panjang pendahuluan berkisar 3 (tiga) halaman.

5) **METODE**

Bagian metode berisi selain penjelasan mengenai jenis metode, dilengkapi dengan uraian tentang pendekatan penelitian, sampai dengan teknik pengumpulan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian. Semua unsur tersebut tidak dibagi dalam subbab dan tidak perlu dijelaskan secara detail.

6) **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan Pembahasan memuat paparan data hasil penelitian dan pembahasan sesuai teori/konsep dan metode yang digunakan/ dirujuk. Hasil analisis yang disajikan dalam bentuk tabel atau diagram tidak perlu dinarasikan kembali, tetapi sebagai alat bantu dalam menarasikan pembahasan. Tabel yang terlalu besar dan rumit, dijelaskan dengan kalimat sederhana yang memberi penguatan terhadap temuan penelitian.

7) **PENUTUP**

Penutup berisi simpulan yang memuat hal-hal penting dalam penelitian dan merupakan jawaban atas permasalahan penelitian dan tidak boleh menggunakan kata yang bermakna tidak pasti seperti kata “mungkin”, “kiranya” atau “tampaknya”. Penutup juga berisi saran dan atau rekomendasi.

8) **UCAPAN TERIMA KASIH** (bila ada)

Ucapan terima kasih ditujukan pada pihak yang membantu dan memiliki keterkaitan dengan proses penelitian dan pihak yang mendanai penelitian.

9) **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar Pustaka menggunakan format *Chicago Manual Style* (CMS). Tata cara pengutipan dan penulisan daftar pustaka dijelaskan dalam poin tersendiri.

6. Tata cara pemuatan formula, gambar, grafik, dan tabel.

1) Pemuatan Formula atau Rumus

Setiap rumus atau formula harus diberi nomor secara berurutan dan ditulis di akhir rumus atau formula. Contoh:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + u \dots\dots\dots 1)$$

Di mana:

Y :

X : ...

2) Pemuatan Gambar dan Grafik

Resolusi gambar minimal 600 pixel atau 90 dpi, harus dapat terbaca dan tercetak jelas. Grafik termasuk gambar. Setiap gambar harus diberi nomor dan judul gambar yang berurutan. Contoh: Gambar 1, Gambar 2, Gambar 3, dst. Sumber gambar dicantumkan setelah judul gambar, dalam tanda kurung. Nomor dan judul gambar ditulis di bawah gambar pada posisi di tengah (*centered justified*).

3) Pemuatan Tabel

Setiap tabel harus diberi nomor dan judul. Nomor dan judul diletakkan di atas tabel pada posisi di tengah (*centered justified*). Tabel disajikan tanpa garis vertikal. Sumber tabel diletakkan di bawah tabel pada posisi kiri.

7. Tata cara pengutipan dan penulisan daftar pustaka

- 1) Artikel Jurnal IPTEK-KOM harus didukung minimal 10 (sepuluh) acuan primer. Yang termasuk sumber acuan primer adalah jurnal, prosiding, tesis, disertasi, dan laporan penelitian. Buku, bagian dari buku, peraturan, dan berita tidak termasuk dalam sumber acuan primer. Diutamakan sebanyak 80% acuan primer dipublikasikan dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir.
- 2) Kutipan dan penulisan Daftar Pustaka menggunakan gaya *Chicago Manual Style (CMS)* Edisi 15. Sangat disarankan menggunakan aplikasi *reference manager* untuk memudahkan pengutipan dan penulisan daftar pustaka seperti Mendeley, EndNote, Zotero, dan sebagainya.
- 3) Penulisan kutipan dalam *bodynote* mengikuti ketentuan (nama belakang penulis, tahun terbit, dan khusus untuk buku ditambahkan nomor halaman). Contoh penulisan kutipan adalah sebagai berikut (Wang, 2012) untuk satu penulis; (Wang and Liu, 2011) untuk dua penulis; (Wang et al., 2012) untuk tiga penulis atau lebih. Contoh untuk buku (Wang, 2012: 10).
- 4) Penulisan Daftar Pustaka merujuk pada CMS. Acuan gaya penulisan CMS dapat dirujuk pada http://www.chicagomanualofstyle.org/tools_citationguide/citation-guide-1.html. Contoh penulisan untuk berbagai sumber acuan sebagai berikut:

Artikel Jurnal atau Prosiding

Bay, Rachael A., Noah Rose, Rowan Barrett, Louis Bernatchez, Cameron K. Ghalambor, Jesse R. Lasky, Rachel B. Brem, Stephen R. Palumbi, and Peter Ralph. "Predicting Responses to Contemporary Environmental Change Using Evolutionary Response Architectures," *American Naturalist* 189, No. 5 (May 2017): 463–73. <https://doi.org/10.1086/691233>.

Satterfield, Susan. "Livy and the *Pax Deum*." *Classical Philology* 111, no. 2 (April 2016): 165–76.

Shao-Hsun Keng, Chun-Hung Lin, and Peter F. Orazem, "Expanding College Access in Taiwan, 1978–2014: Effects on Graduate Quality and Income Inequality," *Journal of Human Capital* 11, no. 1 (Spring 2017): 9–10, <https://doi.org/10.1086/690235>.

Tesis dan Disertasi

Rutz, Cynthia Lillian. "King Lear and Its Folktale Analogues." PhD diss., University of Chicago, 2013.

Buku Tercetak

Grazer, Brian, and Charles Fishman. *A Curious Mind: The Secret to a Bigger Life*. New York: Simon & Schuster, 2015.

Bagian dari Buku

Thoreau, Henry David. "Walking." In *The Making of the American Essay*, edited by John D'Agata, 167–95. Minneapolis: Graywolf Press, 2016.

Artikel Surat Kabar, Majalah, Media Cetak lainnya

Manjoo, Farhad. "Snap Makes a Bet on the Cultural Supremacy of the Camera." *New York Times*, March 8, 2017.

Artikel Elektronik Surat Kabar, Majalah, Media Online lainnya

Yale University. "About Yale: Yale Facts." Accessed May 1, 2017. <https://www.yale.edu/about-yale/yale-facts>.

**Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika
(BPSDMP Kominfo) Yogyakarta
Jl. Imogiri Barat Km 5, Yogyakarta 55187, Telp/fax. 0274-375253**

email: jurnaliptekom@gmail.com

Contact Person: Pandri Pratiwi (082328265685)

<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/iptekkom/index>

SERTIFIKAT

Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan,
Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi



Kutipan dari Keputusan Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan,
Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia
Nomor: 21/E/KPT/2018, Tanggal 9 Juli 2018
Tentang Hasil Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode 1 Tahun 2018

Nama Jurnal Ilmiah
Jurnal IPTEK-KOM
(Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi)

Penerbit: Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika
(BPPKI) Yogyakarta, Kementerian Kominfo
Ditetapkan sebagai Jurnal Ilmiah

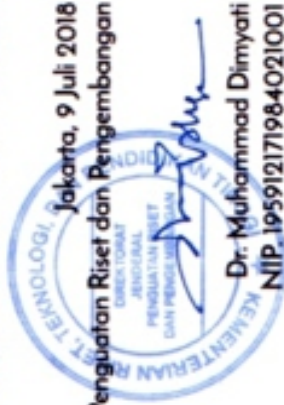
ISSN: 2527-4902

TERAKREDITASI PERINGKAT 3

Akreditasi berlaku selama 5 (lima) tahun, yaitu
Volume 18 Nomor 1 Tahun 2016 sampai Volume 22 Nomor 2 Tahun 2020



Jakarta, 9 Juli 2018
Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan



Dr. Muhammad Dimiyati
NIP. 195912171984021001



BADAN LITBANG SDM, KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA RI
BALAI PENGEMBANGAN SDM DAN PENELITIAN
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (BPSDMP KOMINFO)
YOGYAKARTA 2019

Jl. Imogiri Barat Km 5, Sewon, Bantul, Yogyakarta 55187, Telp/fax. 0274-375253
website e-Journal: <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/iptekom>