JURNAL ILMU KOMUNIKASI
E-ISSN: 2407-8220 | P-ISSN: 1693-3028

Alamat Redaksi:
Jurusan Ilmu Komunikasi, Kampus II UPN "Veteran" Yogyakarta
Jl. Babarsari 2, Tambakbayan, Yogyakarta 55281 - (0274) 485268
Website: http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/index

Terakreditasi SK No. 30/E/KPT/2018

Jurnal Ilmu Komunikasi indexed by:

Copyright of **Jurnal Ilmu Komunikasi** ISSN 1693-3028 (print), ISSN 2407-8220 (online)

Alamat:

Kampus II UPN "Veteran" Yogyakarta, Jl. Babarsari 2, Tambakbayan, Yogyakarta 55281
Phone: (0274)485268

Fax: (0274)487147

Email: jik@upnyk.ac.id

00197991 View My Stats

Inovasi *e-Health* Dinas Kesehatan Kota Surabaya

Widodo Agus Setianto
Departemen Ilmu Komunikasi FISIPOL - UGM
Jl. Sosio Yustisia, Kampus UGM, Bulaksumur, Yogyakarta 55281
Email: widas@ugm.ac.id

Abstract

Surabaya city health department seeks to improve health care by adopting innovations in the field of health in the form of e-Health. The successful implementation of e-Health as an innovation is determined by the success of its communicating. The process of communicating the e-Health conducted structural and cultural. Structurally optimizes all relevant SKPD to the districts and villages. Culturally with the public education relating to information and the use of e-Health. While implemetation of e-Health in addition to providing the facility of e-Health in the form of e-Kios stationed in the village office, health centers and public services, its application is very easy and informative using three languages: Indonesian, Javanese and Madurese suits the sociological characteristics of the community.

Keywords*: e-Health, diffusion, innovation, case study*

Abstrak

Dinas Kesehatan Kota Surabaya berupaya meningkatkan pelayanan kesehatan dengan mengadopsi inovasi di bidang kesehatan dalam bentuk *e-Health.* Keberhasilan penerapan *e-Health* sebagai sebuah inovasi sangat ditentukan oleh keberhasilan pengkomunikasian/pendifusiannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Inisiasi inovasi *e-Health* oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya sebagai obyek dapat ditempatkan sebagai sebuah kasus. Hasil penelitian menemukan bahwa proses pengkomunikasian *e-Health* dilakukan secara struktural dan kultural. Secara struktural dengan mengoptimalkan semua perangkat SKPD yang relevan hingga kecamatan dan kelurahan. Secara kultural dengan edukasi masyarakat terkait dengan informasi dan penggunaan e-Health. Sedangkan penerapan *e-Health* selain dengan menyediakan fasilitas e-Health dalam bentuk e-Kios yang ditempatkan di kantor kelurahan, puskesmas dan tempat pelayanan umum, aplikasinya sangat mudah dan informatif dengan menggunakan tiga bahasa yaitu, bahasa Indonesia, Jawa, dan Madura sesuai karakteristik sosiologis masyarakatnya.

Kata Kunci : e-Health, difusi, inovasi,studi kasus

Pendahuluan

Salah satu tuntutan dalam Reformasi 1998 adalah reformasi di bidang birokrasi pemerintahan. Reformasi birokrasi menjadi harapan baru masyarakat bagi terwujudnya birokrasi pemerintahan yang bebas dari KKN dan dapat memberikan pelayanan secara tepat, cepat, efektif, efisen dan konsisten sebagai perwujudan dari birokrasi yang baik dan akuntabel.

Reformasi birokrasi merupakan salah satu upaya pemerintah dalam mencapai *good governance* dan melakukan pembaharuan dan perubahan mendasar terhadap sistem penyelenggaraan pemerintahan khususnya yang menyangkut aspek-aspek kelembagaan (organisasi), ketatalaksanaan, sumberdaya manusia aparatur, dan peningkatan pelayanan publik (http://pemerintah.net/reformasi-birokrasi/). Peningkatan pelayanan publik menjadi *concern* atau perhatian utama dalam reformasi birokrasi karena pelayanan publik menjadi pusat dari setiap aktifitas dimana semua komponen dalam lembaga pemerintahan baik kelembagaan, ketatalaksanaan dan sumberdaya manusia aparatur diarahkan. Selain itu kepuasan atas pelayanan publik menjadi indikator yang kuat dalam mengukur kinerja birokrasi.

Pemerintah Kota Surabaya merupakan salah satu pemerintahan yang dapat dikatakan cukup responsif dan paling inovatif dalam mewujudkan *good governance* melalui *e-Government* yang dikembangkannya (Kurch, 2008:322). Hal ini terbukti dengan adanya berbagai produk pemerintahan khususnya berupa produk pelayanan publik berbasis internet yang mendapatkan pengakuan dan penghargaan baik secara nasional maupun internasional. Pemerintah Kota Surabaya di bawah kepemimpinan Walikota Dr.(H.C.) Ir. Tri Rismaharini, M.T telah berhasil menghantarkan Kota Surabaya sebagai kota modern yang tertata rapih baik secara fisik maupun administrasi pemerintahannya.

Terkait dengan *e-Government* yang dikembangkan dalam mewujudkan *good governance* untuk tata kelola pemerintahan yang efektif dan efisien, partisipatif, transparan, bersih dan akuntabel, pemerintah Kota Surabaya di bawah kepemimpinan Tri Rismaharini telah mengembangkan berbagai pelayanan *online* baik terkait dengan sistem pengelolaan keuangan daerah, perizinan, perkantoran SDM, kesehatan, monitoring, pendidikan dan beberapa fasilitas lain terkait dengan pemerintahan dan masyarakat. *E-Government* ini merupakan bagian dari pengembangan teknologi informasi di Surabaya dalam sebuah konsep besar *Surabaya Cyber City* yang menjadikan Kota Surabaya sebagai kota modern berbasis teknologi informasi.

Salah satu yang cukup mendapatkan apresiasi dari banyak kalangan di antara banyaknya inovasi pelayanan pemerintahan yang dilakukan di Surabaya adalah inovasi pelayan kesehatan melalui *e-Health*. Aplikasi *e-Health* Kota Surabaya merupakan inovasi unggulan yang masuk dalam Top 25 inovasi pelayanan publik tingkat nasional tahun 2015 (http://nasional.news. viva.co.id/news/read/620180-top-25-terpilih-dalam-kompetisi-sinovik). Peluncuran dan peresmian *e-Health* dilakukan bersama-sama dengan peresmian *Surabaya Single Window* (*SSW*), e-lampid dan pengembangan *Broadband Learning Centre* (*BLC*) oleh Walikota Surabaya pada 10 November 2014.

Kehadiran *e-Health* bukan hanya menjadi solusi terhadap masalah pelayanan kesehatan di Surabaya yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan, namun juga menjadi model percontohan bagi banyak kabupaten atau kota lainnya yang ingin menerapkan *e-Health* di daerahnya masing-masing. *E-Health* membuat pelayanan kesehatan pada masyarakat menjadi lebih efisien. *E-Health* menghilangkan sistem antrian pendaftaran secara fisik, pasien dapat mendaftarkan diri secara *online* untuk mendapatkan kepastian waktu pelayanan dari manapun sepanjang terdapat akses internet. Sistem *e-Health* terintegrasi dengan sistem informasi kependudukan dan data pasien di puskesmas dan rumah sakit di kota Surabaya. Hal ini tentu saja sangat memudahkan dalam setiap pelayanan terkait dengan pasien dan pengurusan administrasi kependudukan

lainnya. Ini merupakan kreasi sendiri hasil dari keprihatinan terhadap layanan kesehatan, dan mungkin menjadi yang pertama di Indonesia.

Menarik untuk ditelisik lebih jauh terkait keberhasilan inovasi *e-Health* oleh pemerintah Kota Surabaya. Betapapun adopsi inovasi kemudian mendifusikannya sehingga diadopsi kembali oleh individu atau masyarakat yang menjadi sasarannya merupakan suatu proses yang tidak mudah. Meski inovasi merupakan suatu yang bersifat teknis, akan tetapi keberhasilan penerapannya akan sangat tergantung pada proses komunikasi yang dilakukan. Oleh karenanya penyebaran dan penerapan *e-Health* di Surabaya menjadi sangat penting untuk diamati. Penelitian ini akan menjawab pertanyaan ; "Bagaimanakah Penyebaran dan Penerapan *e-Health* dalam Layanan Kesehatan di Kota Surabaya oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya ?" Tujuannya adalah untuk mengetahui model penyebaran dan penerapan *e-Health* di Surabaya dan dapat menjadi *best practice* pemerintahan di bidang pelayanan publik khususnya di bidang pelayanan kesehatan.

Inovasi merupakan gagasan, praktek atau objek yang dianggap baru oleh seseorang atau sekelompok orang. Pengertian ini adalah sebagaimana yang dikemukakan oleh Mohan J. Dutta yang mengatakan inovasi sebagai "… *is an idea, practice or object that is new to the adopter group* (Dutta, 2011: 99). Keberhasilan suatu inovasi akan ditentukan oleh keberhasilan dalam mendifusikannya. Difusi merupakan proses penyebarluasan inovasi dalam masyarakat yang menjadi sasaran. Secara lebih spesifik Greenhalgh mendefinisikannya sebagai "…*the process by which an innovation is communicated throught certain channels over time among the members of social system* (2005 : 29, Rogers 2003 ; 5). Jadi dalam hal ini difusi merupakan proses penyebarluasan inovasi melalui komunikasi dengan menggunakan media tertentu dalam kurun waktu tertentu pada anggota-anggota dari sistem sosial tertentu. Anggota-anggota dari sistem sosial tertentu yang menjadi sasaran difusi inovasi sehingga melakukan adopsi terhadap inovasi tersebut disebut dengan *adopter*. Adopsi sendiri perdefinisi adalah "…*as the decision to make full use of the innovation as the best course of action available* (Greenhalgh 2005 : 28).

e-Health adalah "*the use of the internet or other electronic media by patients, health workers, and the public, to disseminate or provide access to health and lifestyle information or services* (Kirch 2008 ; 322). Peranan atau fungsi *e-Health* adalah sebagai jembatan komunikasi antara anggota-anggota populasi, profesional di bidang kesehatan, asuransi kesehatan dan lembaga keuangan, penyedia kebijakan serta pemangku kepentingan lainnya. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan.

Sebagai bentuk aplikasi teknologi komunikasi dan informasi, penerapan *e-Health* mencakup seluruh fungsi yang mempengaruhi sektor kesehatan. *E-Health* tidak hanya merujuk pada alat yang aplikasinya berbasis internet, namun mencakup seluruh jaringan informasi kesehatan, rekaman kesehatan elektronik, layanan telemedicine, sistem komunikasi personal yang *wearable* dan *portable*, portal kesehatan, dan banyak lagi teknologi dan informasi lain yang didasarkan pada alat-alat yang membantu pencegahan, diagnosis, pengobatan, pemantauan kesehatan, dan manajemen gaya hidup (Kirch 2008 ; 322).

Terkait dengan studi difusi inovasi, Gabriel Tarde (1903) pada awal abad 20 meperkenalkan konsepnya yang terkenal yaitu hukum imitasi (*laws of imitation*) dan kurva huruf S (*S-Shaped Diffusion Curve*) dalam proses adopsi inovasi (Katz 1999). Hukum imitasi menyatakan bahwa individu saling berhubungan baik dalam kelompok maupun bangsa dan saling menyalin satu sama lainnya dengan cara setengah sadar, dan bahwa "penemuan" dan "imitasi" adalah kunci untuk budaya perubahan. Sedangkan dalam adopsi inovasi proses adopsinya membentuk pola huruf S sebagai resultan antara komitmen dan waktu, dimulai dari kontak, kesadaran, pemahaman, mencoba menggunakan, adopsi, pelembagaan, dan internalisasi. Tarde juga menyatakan pentingnya komunikasi interpersonal dalam

proses adopsi inovasi.

Everet M. Rogers melalui hasil penelitian yang dibukukannya dalam buku *Diffusion of Innovasion* (1962, 1971, 1983) menjelaskan banyak tentang difusi inovasi. Rogers mengemukakan empat unsur utama dalam proses difusi inovasi di antaranya adalah inovasi, saluran komunikasi, kurun waktu, dan sistem sosial. Terkait dengan penelitian ini fokus utamanya adalah pada inovasi dan saluran komunikasi. Inovasi akan mudah diadopsi apabila memiliki karakteristik sebagaimana dikemukakan oleh Rogers yaitu: *relative advantage* (keunggulan relatif), *compatibility* (kompatibilitas), *complexity* (kerumitan), *trialability* (kemampuan diujicobakan), *observability* (kemampuan diamati). Sementara saluran komunikasi memegang peranan penting dalam proses penyebaran inovasi kepada anggota sistem sosial. Saluran komunikasi yang dimaksudkan disini meliputi media massa, komunikasi personal, komunikasi lokal dan kosmopolit. Masing-masing saluran komunikasi memegang peranan yang berbeda dalam proses penyebaran inovasi dalam sistem sosial.

Lawrence A. Brown (1981) dalam bukunya *Innovation diffusion: a new perspective* melihat bahwa difusi inovasi tidak dapat dipisahkan dari tiga aspek yang ada yakni: perilaku pemasok, proses adopsi dan dampak/akibat/pengaruh dari difusi inovasi tersebut. Semua elemen ini harus dipahami secara integratif dalam proses adopsi inovasi. Pemasok inovasi harus proaktif dalam menginisiasi inovasi dengan mengadaptasi sesuai selera/kebutuhan masyarakat dan kemampuan finasial masyarakat; membentuk lembaga atau sarana dalam mendistribusikan inovasi kepada masyarakat dan mendorong penggunaannya; serta dampak atau pengaruh inovasi tersebut pada kesejahteraan masyarakat.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Inisiasi inovasi *e-Health* oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya sebagai obyek dapat ditempatkan sebagai sebuah kasus. Kasus secara teknis didefinisikan sebagai fenomena yang dilaporkan dan diinterpretasi melalui parameter tertentu dari variabel yang diteliti (Eckstein, 2002 : 124). Kasus juga dapat dipandang sebagai suatu sistem kesatuan dan menyeluruh yang dibatasi oleh kerangka konteks tertentu (Creswell, 2007). Sedangkan studi kasus sendiri selain sebagai "*the object to be studied* (Stake 2000)", sekaligus juga "… *as a process of investigation*; … *as an in-depth exploration of a bounded system (e.g., an activity, event, process, or individuals) based on extensive data collection"* (Creswell, 2003).

Data penelitian diperoleh melalui observasi peran serta (*participant observation*) dan wawancara kepada informan di jajaran Dinas Kesehatan Kota Surabaya dan instansi terkait lain khususnya Dinas Kominfo Kota Surabaya yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam inisiasi program *e-Health* di Kota Surabaya. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis melalui tahapan agregasi, organisasi dan klasifikasi data menurut unit-unit yang dapat dikelola. Pada tahapan agregasi data-data yang bersifat khusus diagregasi berupa proses abstraksi data sehingga didapatkan pola umum data. Data kemudian diorganisasikan secara kronologis, kategoris dan diklasifikasikan dalam tipologi. Baru kemudian dianalisis untuk membuat eksplanasi terkait dengan fenomena dari obyek yang diteliti yang dalam hal ini adalah inovasi *e-Health* oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

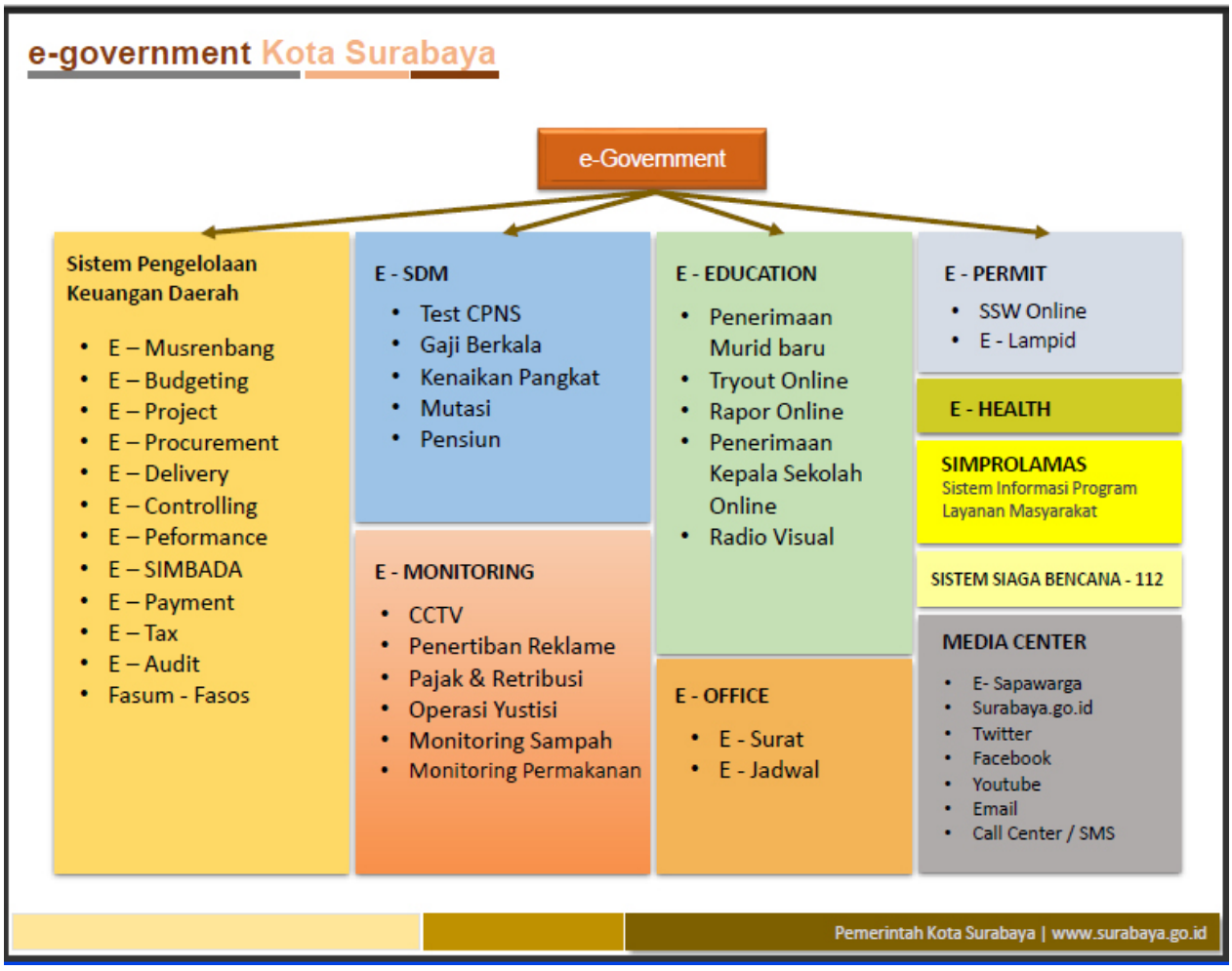
Hasil dan Pembahasan

E-Health merupakan salah satu dari grand design pengembangan Surabaya *Cyber City* yang menjadikan kota Surabaya sebagai *Smart City* dan merupakan representasi dari *e-Government* atau *Digital Government Service* (*DGS*) Kota Surabaya. Selain *e-Health*, dalam *e-Government* Kota Surabaya terdapat berbagai aplikasi "E" lainnya yang dikelompokkan dalam sepuluh kelompok layanan digital berbasis internet yakni : 1) Sistem pengelolaan Keuangan Daerah yang terdiri dari ; E-Musrenbang, E-Budgeting, E- Project, E-Procurement, E-Delivery,

E-Controlling, E-Performance, E-SIMBADA, E-Payment, E-Tax, E-Audit, Fasum-Fasos. 2) E-SDM mencakup: Test CPNS, Gaji Berkala, Kenaikan Pangkat, Mutasi, dan Pensiun, 3) E-MONITORING mencakup : CCTV, Penertiban Reklame, Pajak dan Restribusi, Operasi Yustisi, Monitoring Sampah, dan Monitoring Pemakaman. 4) E-EDUCATION mencakup : Penerimaan Murid Baru, Tryout Online, Rapor Online, Penerimaan Kepala Sekolah Online, Radio Visual. 5) E-OFFICE terdiri E-Surat dan E-Jadwal. 6). E-PERMIT terdiri dari SSW (Surabaya Single Window) Online dan E-Lampid. 7) E-HEALTH, 8) SIMPROLANAS atau Sistim Informasi Program Layanan Masyarakat, 9) SISTEM SIAGA BENCANA-112, 10) MEDIA CENTER terdiri dari E-Sapawarga, Surabaya. go.id, Twitter, Facebook, Youtube, Email, dan Call Center/SMS.

E-Government Kota Surabaya dikembangkan dalam kerangka mewujudkan tata kelola pemerintahan yang efektif, efisien, transparan, akuntabel dengan melibatkan partisipasi masyarakat secara keseluruhan. Fokusnya adalah pelayanan kepada masyarakat yang optimal dengan mengedukasi masyarakat untuk mendayagunakan semua fasilitas digital yang dikembangkan pemerintah Kota Surabaya bagi kepentingan pelayanan publik yang lebih baik melalui sistem informasi pelayanan *online*. Dengan masyarakat yang teredukasi dalam menggunakan media pelayanan *online* dan menggunakannya dalam setiap keperluan hidupnya inilah yang diharapkan dapat

Gambar 1. E-government Kota Surabaya



Sumber : Pemerintah Kota Surabaya, www.surabaya.go.id

membentuk kota Surabaya sebagai *smart city* dan pada skala yang lebih luas menjadi Surabaya *Cyber City*.

Dalam mewujudkan *e-Government*, Surabaya *Smart City* dan Surabaya *Cyber City* selain mendasarkan pada kebijakan dan arahan pimpinan daerah yang dalam hal ini adalah Walikota Surabaya, secara teknis operasional melibatkan seluruh satuan perangkat kerja daerah (SKPD) yang ada di bawah koordinasi Dinas Komunikasi dan Informasi (Dinkominfo) Kota Surabaya sebagaimana diatur dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 5 Tahun 2013 tentang Pedoman Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah. Tujuan dari pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam penyelenggaraan pemeritahan dimaksudkan antara lain untuk a) meningkatkan mutu layanan publik melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses penyelenggaraan pemerintahan. b) meningkatkan pemerintahan yang bersih, transparan, dan mampu menjawab tuntutan perubahan secara efektif. c) sebagai sarana perbaikan organisasi, sistem manajemen dan proses kerja pemerintahan. Sementara dalam kerangka pembangunan, pengelolaan dan atau monitoring dan evaluasi teknologi informasi dan komunikasi dalam peraturan walikota tersebut dinyatakan harus berkoordinasi dengan Dinas Komunikasi dan Informatika (pasal 4 ayat 2).

Pada pengelolaan *e-Government* Kota Surabaya yang berada di bawah koordinasinya, Dinas Kominfo Kota Surabaya membagi *e-Government* Kota Surabaya menjadi empat sub bidang yaitu Perencanaan Pembangunan Daerah (Musrenbang, e-Budgeting, e-Project,e-Procurment, e-Delivery, e-Controlling, e-Performance), Sistem Informasi Manajemen Pemerintah (Simbada, E-Payment, E-SDM, E-Audit,E-Surat),LayananMasyarakat(Perizinan Online Terpadu), Komunikasi Masyarakat (Media Center, e-Health, e-Pendidikan, e-Toko). Semua aplikasi tersebut terintegrasi sehingga memudahkan dalam hal melakukan perecanaan, proses, akhir sampai dengan audit yang diakses secara *online* dan transparan. Kepala daerah juga dapat dengan mudah dalam melakukan pengawasan pekerjaan kepala SKPD dimanapun berada karena semua sistem dapat diakses melalui jaringan intranet maupun internet. Demikian juga dengan pelayanan terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan maksimal.

Akan halnya dengan *e-Health*, meski secara koordinatif Dinas Kesehatan Kota Surabaya berada dalam koordinasi dengan Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Surabaya, namun dalam proses inisiasi, pembuatan aplikasi hingga operasionalisasi sepenuhnya ditangani oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya sendiri. Dinas Kesehatan Kota Surabaya berkoordinasi dengan Dinas Kominfo dalam konteks integrasi program dalam web pemerintah kota Surabaya www.surabaya.go.id yang dikelola oleh Dinkominfo Surabaya. Dinkominfo dalam hal ini bertindak selaku fasilitator mewadahi konten website yang diisi oleh seluruh SKPD di pemerintahan kota Surabaya, selain bahwa masing-masing SKPD juga memiliki web masing-masing. Web pemerintah kota Surabaya merupakan web induk yang berisi seluruh informasi terkait dengan pemerintahan kota Surabaya. Koordinasi dapat juga dilakukan terkait dengan spesifikasi pengadaan perangkat keras yang menunjang TIK dan pembuatan program atau aplikasi program yang hendak digunakan oleh SKPD yang memerlukan.

Inovasi *e-Health* Kota Surabaya

Keberadaan *e-Health* Kota Surabaya berawal dari kunjungan Walikota Surabaya Tri Rismaharini ke rumah sakit pemerintah dan puskesmas yang melihat antrean calon pasien yang begitu panjang. Keadaan ini membuat prihatin walikota dan meminta kepada pihak terkait khususnya Dinas Kesehatan Kota Surabaya agar memikirkan suatu cara untuk mengatasi permasalahan terkait pelayanan kesehatan kepada calon pasien. Solusi yang diharapkan bukan hanya menyangkut masalah antrean pendaftaran dalam mendapatkan pelayanan kesehatan, akan tetapi juga pada masalah rujukan yang langsung dapat dikunjungi pasien sesuai dengan keluhan

penyakit yang diderita tanpa harus antre berkali-kali.

Tim informasi dan teknologi (IT) Dinas Kesehatan Kota Surabaya melakukan penjelajahan (*browsing*) terhadap bentuk-bentuk sistem pelayanan kesehatan di negara-negara maju yang menggunakan sisterm pelayanan *online* dalam layanan kesehatannya. Di antara banyak pelayanan kesehatan berbasis *online* di negara maju, Kanada dan Norwegia menjadi model pelayanan kesehatan yang dipandang cukup ideal untuk diterapkan di Kota Surabaya. Model pelayanan kesehatan di Kanada dan Norwegia diadopsi oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya dan dijadikan sebagai sebuah inovasi yang akan diterapkan di Kota Surabaya.

Meski model pelayanan kesehatan melalui sistem *e-Health* diadopsi dan dijadikan inovasi oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya, namun aplikasi program *e-Health* Kanada dan Norwegia tidak serta merta dapat diadopsi dan diterapkan oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya. Selain tidak ada tim yang secara fisik melakukan studi banding dan mempelajari sistem *e-Health* di kedua negara tersebut, tingkat keperluan penggunaannyapun juga tidak sama mengingat tingkat perbedaan yang tinggi terkait dengan kompleksitas dan kemajuan masyarakatnya. Oleh karenanya tim IT Dinas Kesehatan Kota Surabaya berupaya untuk mengembangkan dan membuat sistem aplikasi kesehatan sendiri sesuai dengan situasi, kemampuan dan kebutuhan yang ada. Sistem aplikasi dikembangkan dalam prinsip mempermudah pasien dalam pendaftaran dan mendapatkan pelayanan.

Oleh karenanya sistem program aplikasi pertama yang dikembangkan adalah pada sistem menghilangkan antrean dalam pendaftaran. Pada sistem pendaftaran, calon pasien dapat melakukan pendaftaran secara *online* baik dari rumah apabila memiliki fasilitas internet, maupun di tempat-tempat yang disediakan fasilitasnya oleh pemerintah Kota Surabaya seperti di kantor kelurahan, kantor kecamatan, rumah sakit, puskesmas atau fasilitas umum lainnya. Melalui sistem pendaftaran *online* calon pasien tidak perlu datang mengantre dan mendaftar di loket pendaftaran pasien di puskesmas ataupun di rumah sakit, cukup mendaftarkan diri melalui perangkat *online* dari manapun pendaftaran dilakukan. Melalui sistem ini calon pasien akan mendapatkan nomor antrean secara *online* sehingga dapat memperkirakan waktu kedatangan sesuai dengan nomor pelayanan yang ada tanpa harus menunggu terlalu lama. Selain itu pasien dapat langsung merujuk pada poli yang dituju apabila berobat ke rumah sakit tanpa harus terlebih dahulu ke puskesmas untuk mendapatkan rujukan. Program aplikasi ini dimaksudkan agar calon pasien tidak perlu melakukan antrean ganda di puskesmas lalu di rumah sakit sebagaimana berlaku selama ini.

Penyebaran (Difusi) *e-Health* Dinas Kesehatan Kota Surabaya

Sebagai sebuah inovasi, program *e-Health* tidak akan dapat berjalan dan berhasil dengan baik tanpa didukung dengan sarana dan prasarana yang baik dan memadai dan oleh instansi-instansi terkait di pemerintahan Kota Surabaya. Oleh karenanya dalam mewujudkan hal ini Dinas Kesehatan Kota Surabaya secara teknis berkoordinasi dengan Dinas Kominfo, dan secara strategis berkoordinasi dengan Sekretariat Daerah Kota Surabaya. Dinkominfo Kota Surabaya memberikan arahan dan supervisi teknis terkait dengan sarana dan prasarana teknologi informasi yang digunakan kepada Dinas Kesehatan khususnya menyangkut spesifikasi dan sistem dari perangkat yang digunakan untuk *e-Health*. Sedangkan Sekretariat Daerah Kota Surabaya sesuai dengan tupoksinya melakukan penyusunan kebijakan pemerintah daerah, pengkoordinasian pelaksanaan tugas dinas daerah dan lembaga teknis, pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan pemerintah daerah, pembinaan administrasi dan aparatur pemerintah daerah, dan pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala daerah sesuai dengan tugas dan fungsinya, yang kesemuanya sangat menentukan bagi terwujud dan berjalannya program *e-Health* yang diinisisasi oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

E-Health pada hakekatnya adalah program pemerintah daerah yang menjadi kebijakan Pemerintah Daerah Kota Surabaya meskipun pengembangan inovasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya. Oleh karenanya peran kantor Sekretariat Daerah menjadi sangat penting bukan hanya terkait dengan masalah penganggaran yang diajukan oleh SKPD terkait dengan program yang akan dilaksanakan yang dalam hal ini ditangani oleh Bagian Bina Program Sekretariat Daerah, akan tetapi juga koordinasi dengan SKPD lain terkait dengan sosialisasi atau penyebaran program yang ditangani oleh Bagian Pemerintahan dan Otonomi Daerah di Asisten Pemerintahan khususnya untuk penyebaran *e-Health* ke masyarakat.

Dalam kaitannya dengan penyebaran atau pendifusian *e-Health* kepada masyarakat, penyebaran informasi dilakukan melalui tiga jalur yakni media massa yang dalam hal ini adalah media cetak dan media elektronik; jalur birokrasi yakni dengan mendayagunakan perangkat pemerintahan di tingkat kecamatan dan kelurahan untuk memberikan sosialisasi secara langsung kepada ketua-ketua RT, RW, tim penggerak PKK dan tokoh-tokoh masyarakat serta ulama-ulama dengan melibatkan seluruh aparat yang ada; selain itu juga melalui edukasi kepada masyarakat melalui *Media Center* Pemkot Surabaya dan *Broadband Leraning Center* (BLC) yang tersebar di banyak lokasi.

Dapat dikatakan dalam menyukseskan program *e-Health* ini pemerintah Kota Surabaya menggunakan pendekatan struktural dan kultural dalam mendifusikan atau mensosialisasikan program *e-Health* kepada masyarakat. Selain membuat *release* terkait dengan *e-Health* yang dimuat di media cetak, *e-Health* juga diinformasikan melalui baliho-baliho, media rentang, pamflet dan brosur. Baliho dan media rentang dipasang di titik-titik strategis, sedangkan pamflet dan brosur bekerjasama dengan kantor kecamatan dan kelurahan untuk di pasang di kantor-kantor pelayanan masyarakat atau yang mudah di akses masyarakat. *E-Health* juga disampaikan melalui pemberitaan di radio dan televisi lokal sebagai hasil kerjasama antara pemerintah kota Surabaya dengan media elektronik yang ada di Surabaya.

Pemerintah Kota Surabaya juga menggerakkan birokrasi pemerintah di kecamatan dan kelurahan untuk mendifusikan informasi atau sosialisasi kepada masyarakat secara langsung. Seluruh aparat di kecamatan dan kelurahan terlibat aktif dalam menyukseskan program pendifusian informasi *e-Health* ini. Sosialisasi pada level pertama dilakukan kepada ketua-ketua RT, RW, Tim Penggerak PKK dan para alim ulama dan tokoh masyarakat. Pada level kedua sosialisasi dilakukan pada masyarakat secara umum. Sementara Dinas Kesehatan Kota Surabaya selain memasang spanduk, banner, dan menyebarkan borus di rumah sakit dan puskesmas, juga menyediakan petugas yang khusus melayani pertanyaan dan kepentingan masyarakat terkait dengan penggunaan *e-Health* di rumah sakit dan puskesmas.

Sosialisasi pada masyarakat umum juga dilakukan oleh Media Center Kota Surabaya yang dilakukan secara interaktif baik melalui e-Sapawarga, surabaya.go.id, twiter, facebook, youtube, email maupun call center. *Broadband Leraning Center* (BLC) yang dikembangkan oleh Pemkot Surabaya sebagai sarana edukasi masyarakat Kota Surabaya untuk dapat melek internet juga menjadi sarana dalam mendifusikan informasi mengenai *e-Health* kepada masyarakat. BLC ini di tempatkan di 42 titik taman kota di Surabaya bagi kepentingan edukasi masyarakat terhadap internet yang dapat diakses warga kota Surabaya selama 24 jam.

Penerapan *e-Health* Kota Surabaya

Dalam penerapannya, *e-Health* dapat diakses dari manapun melalui perangkat komunikasi apapun sepanjang terdapat akses internet. Prinsip kemudahan menjadi hal utama dalam menyukseskan program *e-Health*. Selain prinsip kemudahan, prinsip ketersediaan juga digunakan oleh pemerintah Kota Surabaya dengan menyediakan semacam anjungan yang dinamakan sebagai e-Kios (kios pelayanan publik). E-Kios diperuntukan bagi masyarakat

yang tidak memiliki perangkat komputer atau belum dapat menggunakan perangkat untuk mengakses *e-Health*. Dalam e-Kios selain terdapat aplikasi untuk *e-Health*, juga terdapat aplikasi untuk *e-Lampid* dan *Surabaya Single Windows* (*SSC*). *E-Health* untuk aplikasi kesehatan, *e-Lampid* aplikasi untuk administrasi kependudukan, dan *Surabaya Single Windows* (*SSC*) aplikasi khusus untuk perizinan. E-Kios memang dirancang sebagai wahana bagi aplikasi pelayanan *online* terkait dengan *e-Government* pemerintah Kota Surabaya. Pada saat ini e-Kios baru memiliki tiga aplikasi program sebagaimana telah disebutkan. Di masa mendatang aplikasinya akan bertambah sesuai dengan pelayanan *online* sebagaimana terdapat dalam *e-Government* pemerintah Kota Surabaya.

E-Kios atau Kios Pelayanan Publik bentuknya seperti mesin ATM berwarna orange yang dilengkapi dengan layar *touchscreen, keyboard, scanner* dan *printer* untuk mempercepat proses pelayanan. Pada saat diresmikan tanggal 10 November 2015 terdapat 203 unit e-Kios yang ditempatkan di puskesmas, kelurahan, kecamatan, rumah sakit dan SKPD pelayanan. Ke depan pemerintah Kota Surabaya akan menempatkan e-Kios di setiap RW di Kota Surabaya yang jumlahnya mencapai 3000-an RW.

Untuk melakukan pendaftaran secara *online*, masyarakat dapat mengakses *e-Health* dari rumah ataupun lokasi lain yang memiliki jaringan internet dengan membuka alamat website www.ehealth.surabaya.go.id/daftar. Pasien dapat langsung mendaftarkan diri melalui website tersebut apabila data kependudukannya sudah terekam atau tersimpan dalam RFID (*Radio Frequency Identity*). *E-Health* memang terintegrasi dengan data kependudukan Kota Surabaya melalui sistim RFID yang terkoneksi dengan puskesmas dan rumah sakit di Kota Surabaya. Pasien bisa langsung memilih ke poli yang dituju.

Apabila data kependudukan pasien belum tersimpan dalam RFID, pasien dapat mendatangi puskesmas dan memberikan e-KTP kepada petugas untuk dilakukan penyimpanan data, data akan muncul dan petugas akan mengarahkan pada poli yang dituju. Pada kunjungan berikutnya pasien cukup menempelkan e-KTP pada RFID dan

Gambar 2. Tampilan E-kios Pemerintah Kota Surabaya

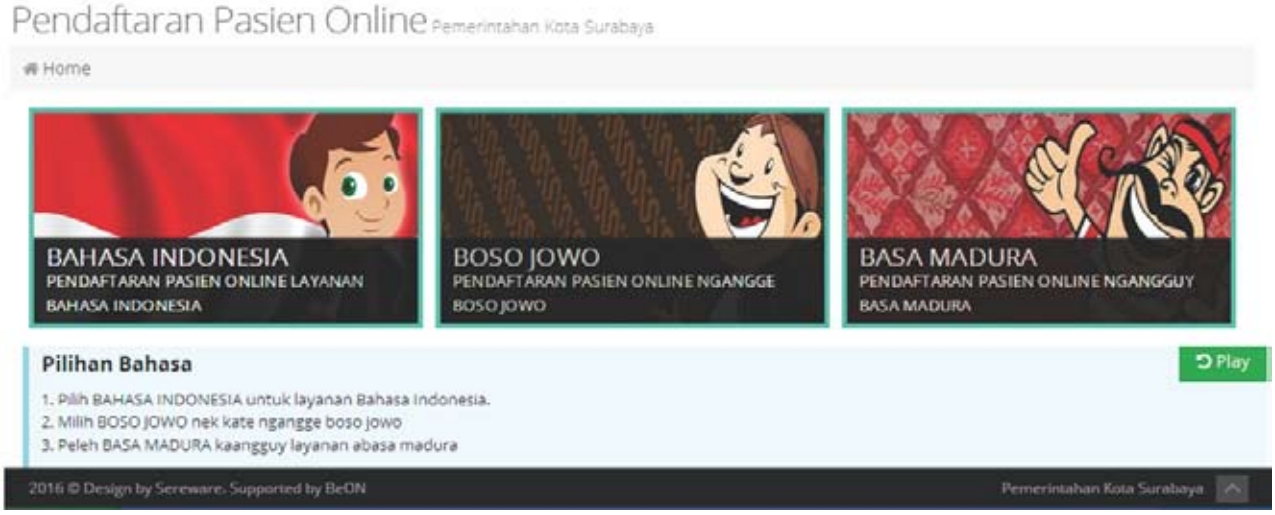
sistem secara otomatis akan melakukan pencarian. Sedang bagi penduduk Kota Surabaya yang tidak membawa E-KTP, cukup menyebutkan nama, tanggal lahir dan alamat kepada petugas. Petugas akan melakukan pencarian data dan penyimpanan data serta mengarahkan pasien pada poli yang dituju. Pasien yang datanya sudah tersimpan di puskesmas dapat melengkapinya sesuai dengan data kependudukan yang dimilikinya. Bila perlu penanganan rumah sakit, puskesmas dapat langsung memberikan rujukan secara *online* ke Rumah Sakit Umum Daerah. Rujukan *online* ini memudahkan masyarakat karena tidak perlu lagi mengantri di loket rumah sakit ketika pasien harus dirujuk ke rumah sakit. Pasien dalam hal ini harus hadir sesuai jadwal yang tertera pada surat rujukan *online* puskesmas.

diiringi arahan atau petunjuk yang disampaikan secara verbal ;

> ”Silahkan pilih bahasa. Pilih bahasa Indonesia untuk layanan Bahasa Indonesia; Milih Boso Jowo nek kate ngangge boso Jowo; Peleh Basa Madura kaangguy layanan abasa Madura”.

Calon pasien dalam hal ini memilih dengan klik atau sentuh pada layar apabila menggunakan e-kios di salah satu bahasa yang dipilih. Apabila calon pasien berbahasa Indonesia, calon pasien mengklik atau menyentuh gambar bertuliskan “BAHASA INDONESIA PENDAFTARAN PASIEN ONLINE LAYANAN BAHASA INDONESIA”. Setelah diklik akan keluar gambar rumah sakit dan puskesmas diiringi petunjuk verbal:

Gambar 3. Pilihan bahasa pada menu aplikasi e-Health



Untuk memudahkan penggunaannya oleh masyarakat, *e-Health* dilengkapi dengan tiga bahasa yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa dan Bahasa Madura. Penggunaan tiga bahasa ini disesuaikan dengan ragam masyarakat yang tinggal di Kota Surabaya. Jadi ketika calon pasien membuka situs www.ehealth.surabaya.go.id akan muncul di layar komputer gambar tiga orang laki-laki dengan tampilan khas di tiga kotak berbeda yang mengilustrasikan orang yang berbahasa Indonesia, bahasa Jawa dan bahasa Madura.

Tampilan gambar di layar komputer

> “Pilih jenis sarana kesehatan yang anda tuju. Pilih rumah sakit untuk mendaftarkan antrian ke Rumah sakit, pilih Puskesmas untuk mendaftarkan antrian ke Puskesmas”.

Apabila calon pasien ingin berobat ke rumah sakit, yang diklik adalah gambar rumah sakit, maka akan muncul gambar dua rumah sakit yaitu RSUD Bhakti Dharma Husada dan RSUD dr. M. Soewandhie diiringi narasi :

> “Pilih rumah sakit yang anda tuju, pilih RSUD Bhakti Dharma Husada untuk

Gambar 4. Laman pendaftaran pasien online

mendaftar di RSUD Bhakti Dharma Husada; Pilih RSUD dr. M. Soewandhie untuk mendaftar di RSUD dr. M. Soewandhie".

Pasien memilih salah satu rumah sakit yang hendak dituju dengan mengkliknya, dan akan keluar di layar tidak kotak bertuliskan "Penduduk Surabaya; Penduduk Non Surabaya; dan Batal atau Reprint" disertai narasi :

"Pilih Jenis Kependudukan. Pilih Penduduk Surabaya bila anda adalah penduduk yang memiliki KTP Surabaya; Pilih Penduduk Non Surabaya untuk penduduk yang tidak memilik KTP Surabaya; Pilih batal atau Reprint untuk membatalkan antrian atau reprint tiket antrian".

Penduduk Surabaya akan mengklik kotak bertuliskan penduduk Surabaya, kemudian akan tampil di layar poli tujuan disertai narasi "Daftar poli tujuan, pilih loket apabila anda pasien baru atau ingin mendaftar antrian di loket;

Pilih BP umum apabila anda mengalami sakit dengan gejala umum; Pilih BP Gigi apabila mengalami sakit dengan gejala sakit gigi; Pilih KIA apabila mendaftar pasien ibu (hamil, menyusui, nifas) atau anak-anak (bayi, balita, usia prasekolah)".

Poli yang ditampilkan di layar komputer di antaranya adalah : Umum, Gigi, KIA, Gizi, Jantung, Anak, THT, Obgyn, Kulit Kelamin, Penyakit Dalam, Mata, Paru, Kesehatan Jiwa, Bedah Umum, Bedah Plastik, Orthopedi, Fisiotherapy, Endoscopy".

Ketika penduduk berKTP Surabaya memilih salah satu poli BP umum misalnya, akan muncul di layar tulisan dan narasi verbalnya :

"Anda merupakan penduduk berKTP Surabaya; Gunakan identitas asli saudara; Untuk pencarian data penduduk Kota Surabaya di bawah 17 Tahun menggunakan Nama dan Alamat". "Klik Tombol NIK bila anda ingin mencari data menggunakan data NIK; RFID bila anda ingin mencari menggunakan RFID eKTP anda; Nama dan Alamat bila anda ingin mencari data anda menggunakan nama dan Alamat Anda; Data Baru bila anda belum masuk dalam Sistem Informasi Kependudukan Surabaya".

Kemudian di bagian paling bawah terdapat dua kotak masing-masing bertuliskan "Kembali" dan "Lanjutkan". Apabila kotak lanjutkan yang diklik, maka akan keluar gambar pada layar bertuliskan Ambil Nomor Antrian RSUD Bhakti Husada, Layanan Umum. Di Bawah tulisan tersebut terdapat 4 kotak masing-masing berwarna hijau dengan tulisan NIK, warna coklat dengan tulisan RFID, warna ungu dengan tulisan Nama –Alamat, dan warna biru dengan tulisan Data Baru dengan

petunjuk verbal "Pendaftaran dengan NIK – Masukan Data Nomor Induk Kependudukan (NIK) lalu tekan Tombol Verifikasi Data Pasien". Setelah data terverifikasi, calom pasien sudah mendapatkan nomor pendaftaran dan dapat mencetaknya. Apabila calon pasien bukan warga berKTP Surabaya, prosedur tidak seperti yang digambarkan di atas. Setelah memilih rumah sakit atau puskesmas, langsung diarahkan pada poli yang dituju.

yang ada di wilayah Surabaya Pusat diiringi petunjuk verbal " Daftar Puskesmas. Pilih Puskesmas yang anda tuju". Pada daftar tersebut terdapat delapan puskesma di antaranya adalah Puskesma Dr. Soetomo, Puskesmas Gundih, Puskesmas Kedungdoro, Puskesmas Ketabang, Puskesmas Peneleh, Puskesmas Simolawang, Puskesmas Tambak Rejo, dan Puskesmas Tembok Dukuh. Apabila memilih Puskesmas Dr. Soetomo, setelah diklik maka prosedurnya sama

Gambar 5. Tampilan e-Health

Apabila calon pasien hendak berobat ke puskesmas, setelah mengklik kotak puskesmas akan keluar gambar dengan lima kotak berisi nama-nama puskesmas berlokasi di Surabaya Pusat, Surabaya barat, Surabaya Timur, Surabaya Utara, dan Surabaya Selatan diiringi dengan arahan verbal " Pilih Wilayah Puskesmas. Pilih wilayah sesuai dengan Puskesmas yang anda tuju berada". Apabila hendak memilih puskesma yang ada di wilayah Surabaya Pusat, maka akan tampil dalam layar nama-nama puskesmas

dengan ketika memilih berobat ke rumah sakit, yaitu akan muncul gambar tentang identitas kependudukan, apakan penduduk Surabaya atau Non Surabaya. Setelah mengklik salah satunya maka akan muncul gambar Daftar Poli Tujuan. Langkah-langkah selanjutnya sama dengan prosedur mendaftar ke rumah sakit sebagaimana digambarkan di atas yang berakhir pada verifikasi data pasien.

Dari pemaparan di atas dapat dikatakan bahwa inovasi berupa aplikasi *e-Health* yang

diinisiasi oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya memiliki tujuan memudahkan masyarakat Kota Surabaya dalam menjalani layanan kesehatan di puskesmas maupun rumah sakit pemerintah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada para pemangku kepentingan dan juga beberapa masyarakat pengguna, apa yang dilakukan oleh pemerintah Kota Surabaya dalam menyebarkan dan menerapkan program *e-Health*, terlepas dari kekurangannya, secara umum dapat dikatakan berhasil. Indikatornya adalah meningkatnya pengetahuan masyarakat terhadap perangkat *e-Health* dan penggunaannya yang dari waktu ke waktu menunjukkan peningkatan. Selain itu juga dari hasil survey kepuasan masyarakat yang prosentase rata-ratanya terhadap layanan *e-Health* sebesar 83,2% yang nasuk dalam kategori sangat memuaskan (Perdana 2016 : 10).

Keberhasilan ini secara teoritik tidak terlepas dari upaya komunikasi yang dilakukan secara massif dan intensif. Kombinasi penggunaan sarana komunikasi antara media massa dengan komunikasi interpersonal dengan melibatkan seluruh elemen pemerintahan secara struktural dan kultural melalui edukasi kepada masyarakat menjadi kekuatan tersendiri dalam menopang keberhasilan pendifusian program *e-Health* pemerintah Kota Surabaya. Saluran komunikasi melalui media massa sangat efektif dalam menumbuhkan kesadaran, mendiseminasikan informasi dan pengetahuan pada masyarakat. Sedangkan saluran komunikasi interpersonal sangat berperan penting dalam mempengaruhi pembuatan keputusan dan tindakan sebagaimana dikemukakan oleh Rogers (1983) dan (Joe 2010). Namun yang lebih penting adalah sebagaimana dikemukakan oleh Brown (1981) dan Rogers (1983) letak keberhasilan dalam proses difusi inovasi adalah sikap proaktif dari pemasok inovasi untuk terlibat dalam proses sosial dengan menciptakan dan membagi informasi melalui komunikasi.

Selebihnya tentang keberhasilan dalam penerapan *e-Health* secara teoritik tidak terlepas dari karakteristik *e-Health* itu sendiri sebagai sebuah inovasi. Yang jelas *e-Health* memberikan keuntungan relatif (*relative advantage***)** bagi masyarakat dalam hal pelayanan kesehatan, memiliki kesesuaian (*compatibility*) dengan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat, tidak rumit atau mudah dimengerti (*complexity*) dalam pengertian semakin rumit sebuah inovasi maka semakin sukar untuk dimengerti. Dalam hal *e-Health* , kerumitan atau *complexity* tersebut tidak terjadi. Selain itu *e-Health* mudah untuk dicobakan (*trialability*) dan mudah untuk diamati (*observability*).

Simpulan

E-Health merupakan terobosan yang cukup berhasil yang dilakukan oleh pemerintah Kota Surabaya dalam konteks reformasi birokrasi untuk pelayanan publik melalui *e-Government*. Keberhasilan penyebaran dan penerapan *e-Health* sehingga diadopsi oleh masyarakat kota Surabaya tidak terlepas dari strategi yang diterapkan. Strategi ini membentuk model pada penyebaran dan penerapan inovasi *e-Health* yang dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai model struktural dan kultural dalam proses pendifusian inovasinya. Sedangkan model penerapannya melalui perangkat e-Kios atau anjungan pelayanan publik yang ditempatkan dan tersebar di tempat-tempat strategis untuk pelayanan publik dengan aplikasi yang mudah, informatif dengan menggunakan tiga bahasa yakni : Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa, dan Bahasa Madura.

Daftar Pustaka

Brown, L.A. (1981). *Innovation diffusion: a new perspective*. London: Methuen. Dalam Progress in Human Geography 30, 4 (2006) pp. 487–494

Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage

Creswell, John W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.

Dutta, Mohan J. (2011). *Communicating Social Change : Structure, Culture, and Agency*. New York : Routledge.

Eckstein, H. (2002). *Case study and theory in political science*. In R. Gomm, M. Hammersley, & P. Foster (Eds.), *Case study method: Key issues, key texts* (pp. 119-163). London: Sage.

Greenhalgh, Trisha et all. (2005). *Diffusion of Innovations in Health Service Organization : A Systematic Literature Review*. Victoria : Blackwell Publishing.

Katz, Elihu (1999). *Theorizing Diffusion: Tarde and Sorokin Revisited*. Annals of the American Academy of Political and Social Science, 566 (1), 144-155.

Kirch, Wilhelm (2008). *Encyclopedia of Public Health*. New York ; Springer.

Perdana, Nusrinda Putri (2016). Survey Kepuasan Masyarakat Terhadap Layanan E-Health di Puskesmas Ketabang Surabaya. Jurnal Ilmu Administrasi Negara Publika, Vol 4, No. 1, 2016.

Rogers, Everet M. (1962, 1971, 1983). *Diffusion of Innovation*. 3th ed. New York : The free press.

Stake, Robert E. (2000). *Case studies*. In Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp.435-453). Thousand Oaks: Sage.

Tarde, Gabriel. 1903. *The Laws of Imitation* ; 2nd ed., New York: Henry Holt.

Tedd, Joe (2010) *Gaining Momentum : Managing The Diffusion of Innovations*. London : Imperial College Press.

Reformasi Birokrasi. Dalam http://pemerintah.net/reformasi-birokrasi/. Diakses tanggal 3 September 2016 jam 16.38.

Top 25 Terpilih dalam Kompetisi Sinovik, Rabu, 29 April 2015. Dalam http://nasional.news. viva.co.id/ news/read/620180-top-25-terpilih-dalam-kompetisi-sinovik. Diakses tanggal 5 September 2016 jam 11.56.

Surabaya Launching 203 Anjungan Pelayanan Publik, Senin 10 November 2014. Dalam http://www.menpan.go.id/berita-terkini/2810-surabaya-launching-203-anjungan-pelayanan-publik.

Pencegahan Kematian Ibu dan Anak melalui Pendekatan Strategi Komunikasi pada Program EMAS (*Expanding Maternal and Neonatal Survival*)

Sofiah, Sri Kusumo Hapsari dan Sumardiyono
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta
Email: Sofiah_h54@yahoo.com

Abstract

The purpose of this research is to describe: the profile of maternal and newborn mortality, (2) the implementation of EMAS program from gender perspective, and (3) the strategy of communication in implementing EMAS program from gender perspective. This research belongs to descriptive qualitative. The location of this research is in Brebes regency. Informants for this research are determined with purposive sampling. Data are collected through observation, interview, document study and Focus Group Discussion. Analysis applies the system of interactive model analysis. Finding shows that the rate of maternal and new born mortality is still high. That is why the local government is still struggling to improve the quality of women's health. To reach the purpose of reducing the rate of maternal mortality, strategy of communication is specifically designed in every program line through: (1) improving the quality of clinical services and management by producing regulations and socializing them through various forums and media, creating networking and coordinating with related stakeholders, facilitating to produce handout books and workshops; (2) emergency referral system is implemented with cellular based information technology called SIJARIEMAS, in which the reality shows that it is not optimally employed; (3) communication strategy is designed by empowering social and religious organization such as health communicator, educator and motivator in which it is still identified some obstacles in applying this communication line, that are the low health literacy, high belief on the myth and perception that delivering a baby is woman's nature and patriarchal culture.

Keywords: *Communication, Maternal-New Born, Gender*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: profil kematian ibu dan bayi baru lahir, (2) pelaksanaan program EMAS dari perspektif gender, dan (3) strategi komunikasi dalam melaksanakan program EMAS dari perspektif gender. Penelitian bersifat deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian di Kabupaten Brebes. Informan penelitian ini ditentukan dengan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi dokumen dan Diskusi Kelompok Terarah. Analisis menerapkan sistem analisis model interaktif. Temuan menunjukkan bahwa tingkat kematian ibu dan bayi baru lahir masih tinggi. Itu sebabnya pemerintah daerah masih berjuang untuk meningkatkan kualitas kesehatan perempuan. Untuk mencapai tujuan mengurangi tingkat kematian ibu, strategi komunikasi dirancang khusus dalam setiap program baris melalui: (1) meningkatkan kualitas pelayanan klinis dan manajemen dengan memproduksi peraturan dan sosialisasi melalui berbagai forum dan media, menciptakan jaringan dan koordinasi dengan *stakeholder* terkait, memfasilitasi untuk menghasilkan buku *handout* dan lokakarya; (2) sistem rujukan darurat diimplementasikan dengan teknologi informasi

berbasis selular disebut SIJARIEMAS, yang ternyata menunjukkan hasil yang tidak optimal; (3) strategi komunikasi dirancang dengan memberdayakan organisasi sosial dan keagamaan seperti komunikator kesehatan, pendidik dan motivator di mana ia masih mengidentifikasi beberapa kendala dalam menerapkan jalur komunikasi , yang menunjukkan bahwa angka kesehatan rendah, kepercayaan tinggi pada mitos dan persepsi bahwa melahirkan bayi adalah kodrat wanita dan budaya patriarki.

Kata kunci: Komunikasi, Ibu-bayi baru lahir, gender

Pendahuluan

Lima belas tahun perjalanan menuju MDGs, kesehatan ibu hamil masih merupakan permasalahan yang perlu mendapat perhatian di negara-negara berkembang. Di Indonesia persoalan kesehatan ibu hamil juga masih sangat memprihatinkan yang ditunjukkan dengan tingginya tingkat kematian ibu melahirkan yang cenderung melonjak(http://www.cpps.or.id/content/jelang-mdgs-2015). Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) 2012, menyebutkan angka kematian ibu melonjak drastis 359/ 100.000 kelahiran hidup. Padahal sebelumnya AKI dapat ditekan dari 390 / 100.000 kelahiran hidup (1991) menjadi 228/ 100.000 kelahiran hidup (Kompas, 30 September 2013).

Berdasarkan fakta di atas maka angka kematian ibu di Indonesia berada pada tingkat yang paling tinggi apabila dibandingkan dengan negara – negara lain di Asia Tenggara seperti Filipina (99), Malaysia (29), Thailand (48),Vitnam (59) , dan Burma (200)Srilangka (35), Brunai (24). Sri Langka (35). Padahal angka kematian ibu menunjukkan seberapa besar kemauan dan komitmen suatu negara membangun kualitas manusianya (Kompas, 1 oktober 2013; http;//www.indexmundi.com/g/r.aspx?y-2223,2014[okt.9,20150).

Dalam kerangka menurunkan AKI dan AKB, maka USAID bekerjasama dengan pemerintah Indonesia meluncurkan program EMAS (*Expanding Maternal and Neonatal Survival*) pada tahun 2011 yang diimplementasikan ke 6 propinsi di Indonesia dengan tingkat kematian ibu dan bayi baru lahir tertinggi yakni Sumatera Utara, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan . 70 % AKI dan 75 % AKB terjadi di Jawa dan Sumatra. Jawa Tengah menduduki peringkat kedua dalam AKI-nya. Dan Kabupaten Brebes adalah pemegang rekor tertinggi yaitu 60 kasus pada tahun 2013 , dan meningkat menjadi 73 kasus pada tahun 2015(Brebes dalam Angka, 2015).

Upaya mengurangi tingginya tingkat kematian ibu, sesungguhnya tidak cukup hanya dilakukan melalui pendekatan klinis karena persoalannya juga menyangkut aspek non klinis seperti yang dilaporkan oleh Women Research Institute berkenaan dengan problem kematian ibu dan anak di Indonesia. WRI. Temuan itu antara lain mengatakan :

" (1)*Inaccessibility to quality health care facilities;* (2). *Lack of trained health care-givers*; (3). *Lack of knowledge and awareness of the socity concerning maternal health issuse*; (4). *Low health status and nutrition anal levels and pregnant women*; (5). *Low level usage of contraception and hihglevels of unmetneeds;* (6). *Inaccurate measurement of Maternal Mortality Ratio* (WRI, 2015)

Isu rendahnya pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang reproduksi menurut WRI menjadi salah satu pemicu tingginya AKA dan AKI di Indonnesia dan ini berkaitan dengan persoalan komunikasi yang diharapkan akan dapat merubah *mindset* masyarakat dan untuk mempercepat koordinasi. Oleh karenanya kajian tentang strategi komunikasi dalam pelaksanaan program EMAS dilihat dari perspektif gender sangatlah penting dilakukan karena berbicara AKI pasti akan berbicara tentang gender,

perempuan adalah salah satunya. Hasil penelitian menunjukan bahwa tingginya AKI mempunyai korelasi dengan kesenjangan gender yang berlaku di suatu wilayah. Dalam kondisi ini perempuan seringkali diabaikan sebagai akibat budaya patriarki yang menempatkan perempuan sebagai "konco wingking", "suwargo nunut neroko katut", "nrimoingpandhum", sehingga akan berdampak pada kebijakan yang tidak responsif gender.

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan (Mulyana, 2009). Dengan demikian komunikasi kebijakan bisa kita artikan sebagai proses penyampaian informasi kebijakan dari pembuat kebijakan (*policymakers*) kepada pelaksana kebijakan (*policy implementors*) (Widodo, 2011:97). Komunikasi dalam implementasi kebijakan mencakup beberapa dimensi penting yaitu tranformasi informasi (transimisi), kejelasan informasi (*clarity*) dan konsistensi informasi (*consistency*) (Widodo, 2011 : Ibid). Menurut Cangara (2013: 37-38) efektifitas komunikasi menjadi rendah karena beberapa hambatan, seperti : gangguan teknis, semantik, psikologi , fisik, status, kerangka berfikir, budaya dan rintangan birokrasi.

Perspektif gender adalah salah satu kategori yang bisa digolongkan dalam rintangan budaya yang dapat menghambat implementasi kebijakan. Ketidakmampuan para pengambil kebijakan dalam mengkomunikasikan kebijakan sesuai dengan kebutuhan masing-masing jenis kelamin akan berimbas pada efektifitas implementasi kebijakan, oleh karenanya diperlukan adanya strategi yang tepat, namun sampai saat ini untuk mengartikan apa itu strategi masih banyak pendapat yang perlu dipertimbangkan .

Secara historis istilah strategi dapat ditelisik pada konteks militer yakni rencana mengalokasikan sumber daya untuk mencapai tujuan. Namun berkenaan dengan perkembangan konsep manajemen, strategi tidak hanya didefinisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai tujuan karena strategi dalam konsep manajemen strategis mencakup beberapa juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri serta arah usaha perusahaan dalam jangka panjang sebagaimana yang dikemukakan oleh *Alfred Chandler* dan *Andrew* (Ismail , 2012 : 25). *Mintzberg* memperluas pengertian strategi dengan lima definisi strategi yaitu *plan*, *play*, *pattern*, *position*, dan *perspective* (Tjiptono, 2015 : 5).

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. *Rogers* (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru dengan kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi untuk mencapai hasil yang optimal (Cangara, 2013 : 61).

Berkaitan dengan strategi komunikasi untuk mengurangi tingkat kematian ibu melahirkan WHO menemukan bahwa setiap negara dapat melakukan perubahan kesadaran masyarakat dalam merancang pengembangan program kesehatan maternal dengan melakukan beberapa hal dalam strategi komunikasinya antara lain : " *The awareness of a changing epidemiologicall and scape underlying the primary causes and followed by designing intervention programs withcontext-spescifictand evidence informed to prevent future mortality*"(WHO Press.2015). Dari pernyataan WHO, jelas bahwa strategi komunikasi yang tepat dengan memahami penyebab utama dan sesuai dengan kespesifikan konteks serta informasi yang dapat dipercaya akan dapat berfungsi untuk merubah kesadaran .

Penelitian dari Anggraini, dkk. mengungkapkan bahwa tingginya angka kematian ibu melahirkan disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor kesehatan dan faktor nonkesehatan (Anggraini, 2005 : 72-73). Diantara dua faktor penyebab kematian ibu, faktor non kesehatan adalah faktor yang signifikan dengan penelitian ini terutama yang berkenaan dengan perlakuan bias gender terhadap perempuan. Perlakuan bias gender ini telah menyebabkan perempuan sulit untuk mendapatkan akses pelayanan

kesehatan yang memadai. Di samping itu, status dan posisi wanita yang rendah dalam keluarga maupun di masyarakat menyebabkan perempuan mengalami kesulitan untuk mengambil berbagai keputusan yang menyangkut penentuan kapan hamil, berapa kali hamil, dan berapa jarak antar kehamilan. Hasil penelitian Mundayat, dkk, (2010 : 35) menggambarkan beberapa kendala dalam mengakses fasilitas kesehatan reproduksi bagi perempuan miskin seperti geografis, transportasi, jarak dan waktu tempuh yang mempengaruhi ketersediaan ekonomi.

Metode Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Brebes. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber Informasi/ Data meliputi data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui: observasi langsung, Focus Group Disscusion (FGD) dan wawancara dan dokumen yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.. Dalam penelitian ini, validitas data yang digunakan adalah validitas data internal dengan menggunakan metode triangulasi sumber data. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan teknik analisis data *model interactive* yang dikemukakan oleh Miles dan Hubermas (1994).

Hasil dan Pembahasan

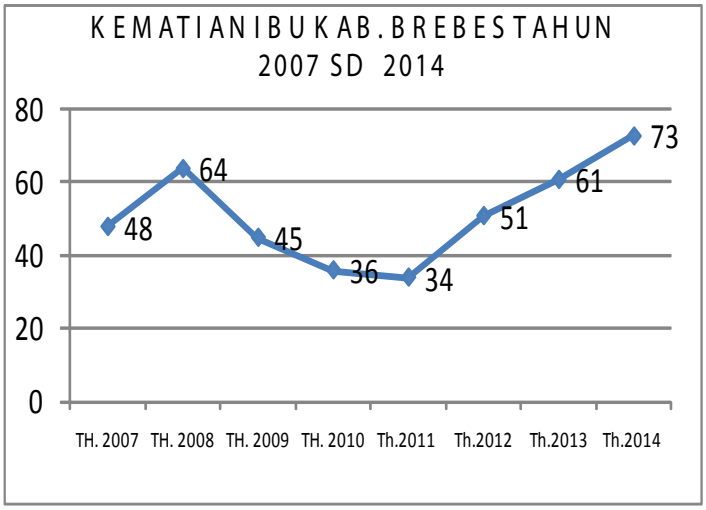
Angka Kematian Ibu di Kabupaten Brebes

Kematian ibu bagi suatu keluarga bukan semata-mata kehilangan salah satu anggota keluarga, tapi kematian ibu telah menjadikan keluarga menjadi kurang sempurna dalam menjalankan fungsi keluarga. Dilihat dari perspektif gender maka kematian ibu berarti mengurangi hak hidup perempuan. Perempuan, baik dalam keluarga, masyarakat dan bangsa memiliki peranan yang sangat urgen oleh karena mereka perlu dilindungi dalam mendapatkan pelayanan kesehatan yang memadai.

Kematian ibu adalah kematian wanita pada masa kehamilan, persalinan sampai 42 hari setelah persalinan, baik sebagai akibat langsung dari kehamilan atau persalinannya, maupun sebagai akibat tidak langsung dari penyakit lain. Angka Kematian Ibu (AKI) di Kabupaten Brebes terutama mulai tahun 2011 sampai tahun 2014 menunjukkan kecenderungan Angka Kematian Ibu yang meningkat seperti yang tergambar dalam grafik pada gambar 1. Tabel berikut ini adalah menggambarkan penyebab kematian langsung dari ibu hamil atau melahirkan.

Disamping penyebab langsung, 10 % kematian ibu disebabkan oleh penyebab tidak langsung seperti kurang energi kronik (KEK), dan anemia. Ibu hamil di Brebes yang menderita

Gambar 1. Perkembangan Angka Kematian Ibudi Kabupaten Brebes (Th.2007 -2014)



Sumber : Dokumen Dinas Kesehatan , Brebes, 2014

Tabel 1.
Kematian Ibu Berdasarkan Penyebab Kematian Langsung
Tahun 2013 – 2014

Penyebab Kematian	2013	2014
1. Pendarahan	14	22
2. Eklamsia / PEB	20	22
3. Deco mcordis/jantung	11	11
4. Menginitis	4	-
5. Abses Hepar	1	-
6. KP/TB	2	3
7. Dehidrasi /Hiperemesis	1	-
8. Infeksi	2	2
9. Oudem Paru	3	-
10. Gagal ginjal	2	-
11. Lain-lain (sesak nafas, otak, penurunan kesadaran, epilepsi, asma , depresi , keracunan jamu)	1	13

Sumber : Dokumen Dinas Kesehatan, Brebes, 2015

anemia sebanyak 50%, kurang energi kronik (KEK) sekitar 11,6 % . Faktor lain penyebab kematian ibu adalah adanya faktor 3 "**Terlalu"** yaitu hamil terlalu muda (kurang 20 tahun), hamil terlalu tua (lebih dari 35 tahun), kelahiran yang terlalu dekat jaraknya. Kemudian juga karena faktor 3 "**Terlambat**" yaitu terlambat mengambil keputusan, terlambat untuk dikirim ke tempat pelayanan, terlambat mendapat pelayanan kesehatan.

Dilihat dari faktor pendidikan ternyata kematian ibu cenderung banyak dialami oleh ibu berpendidikan rendah seperti yang tampak dalam tabel berikut ini :

Tingkat pendidikan perempuan adalah sangat berkorelasi dengan tingkat kesehatan

Tabel 2.
Kematian Ibu Berdasarkan Pendidikandi Kabupaten Brebes, 2014 (73 Kasus)

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1.	Tidak Sekolah	1
2.	SD	49
3	SMP	9
4	SLTA	12
5	Perguruan Tinggi/Diploma	3
	Jumlah	73

Sumber: Dokumen Dinas Kesehatan Brebes, 2015

perempuan. Perempuan yang memiliki pendidikan rendah mereka akan lebih kesulitan untuk mengungkapkan kebutuhan mereka dan menyatakan hak-hak mereka. Mereka akan cenderung kawin muda, tidak mengatur jumlah dan jarak melahirkan anak , kurang faham dalam menjaga kesehatan kehamilan dan juga tidak cerdas dalam mengambil keputusan untuk mengakses layanan kesehatan yang dibuktikan dengan masih adanya kecenderungan ibu hamil memilih persalinan di dukun bayi (sekitar 572/33.606), di NakesnonFaskes (1263/33.606). Hal tersebut jelas akan menurunkan tingkat kesehatan ibu dan bayi yang dilahirkan. Kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan akan melindungi perempuan terhadap penyebab kematian ibu hamil dan penyakit-penyakit yang diderita oleh ibu hamil seperti haemorrhage, sepsis, eclampsia dan gangguan persalinan.

Kebijakan Program EMAS dilihat dari Perspektif Gender

Pemerintah Kabupaten Brebes dalam rangka melaksanakan program EMAS yang dicanangkan sejak tahun 2013 telah mempersiapkan beberapa kebijakan untuk kelancaran pencapaian tujuan peningkatan derajat kesehatan ibu yang ditunjukkan dengan penurunan angka kematian ibu hingga 25% di tahun 2016.

Komitmen serius pemerintah Kabupaten Brebes berkenaan dengan peningkatan derajat kesehatan perempuan dalam perspektif gender adalah bisa dimaknai bahwa pemerintah berupaya untuk menghilangkan disparitas gender dalam akses kesehatan dengan menciptakan kondisi untuk menyediakan layanan keselamatan ibu hamil dan melahirkan sehingga perempuan mendapatkan proporsi dalam kebijakan public dan ketersediaan dana.

Kesetaraan gender mengarah pada kesempatan yang setara antara laki-laki dan perempuan di segala usia untuk mendapatkan akses dan penggunaan terhadap sumber daya dan layanan baik dalam rumah tangga, komunitas maupun masyarakat, termasuk didalamnya kesetaraan dalam pembuatan kebijakan dan jaminan hukum dan memiliki keberdayaan untuk mengambil keputusan. Hal-hal yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kesetaraan gender dalam sektor kebijakan publik dan program-program yang berhubungan dengan masalah kesehatan misalnya mempromosikan partisipasi perempuan dalam mekanisme perencanaan kesehatan di tingkat lokal yang berbasis setara dengan laki-laki. Laki-laki dan perempuan seharusnya memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi kesehatan dalam bahasa yang mudah dipahami dan pada lokasi-lokasi yang sesuai; revisi dan implementasi kurikulum pelatihan kesehatan yang mempertimbangkan ketentuan sosial yang didalamnya termasuk kesetaraan gender dan perbedaan kebutuhan antara laki-laki dan perempuan; pelayan kesehatan yang seimbang jumlahnya antara laki-laki dan perempuan; sistem kesehatan yang akuntabel terhadap pelayanan yang setara baik terhadap laki-laki maupun perempuan.

Strategi Komunikasi dalam Upaya mencegah Kematian Ibu melahirkan.

Pada Lini Kebijakan Peningkatan Kualitas Pelayanan Klinis dan Tata Kelola Klinis.

Pada lini ini strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah yaitu dengan cara menerbitkan beberapa regulasi seperti Surat Edaran Bupati no.300.1 /01/761/XIII/2013 tentang Upaya Percepatan Penurunan AKI dan AKB ;. Surat Edaran Bupati tentang Persalinan Empat Tangan; Perbupno 47/2012 tentang peningkatan pemberian ASI; SK Bupati tentang pembentukan Tim Crisis Centre KIA; Perbup tentang biaya persalinan; Perdes KIA; Perbup tentang Maklumat Dukun Bayi,dansebagainya. (b). Tersedianya buku-buku panduan atau SOP (c) .Workshop atau pelatihan(d).Pembinaan PONEK ke PONED.

Mengkomunikasikan regulasi-regulasi Pemerintah berkenaan dengan peningkatan pelayanan klinis kesehatan reproduksi dan tata kelola klinis dinilai sangat perlu untuk diberikan pada semua lini baik melalui surat, media (

poster, spanduk, media on line) dan penjelasan secara langsung melalui pertemuan bulanan pada stakeholder seperti SKPD, Kecamatan, Rumah Sakit, Puskesmas, Kepala Desa dan masyarakat agar terjadi satu keserempakan dan keseragaman dalam pemahaman dan pelaksanaannya sehingga tidak terjadi ketimpangan informasi antara staff pemerintah atau pelaksana dengan masyarakat seperti temuan penelitian Arabella Fraser tentang "*Approachestoreducing maternal mortality : Oxfam and MDGs*" menemukan bahwa :" *only government staffs are aware with the regulation. Meanwhile , mostpeople , thelower level of society feels unfamiliar with regulation "*.(Arbella, 2005:36)

Dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan klinis dan tata kelola klinis selain mengkomunikasikan atau mensosialisasikan bebererapa regulasi, juga melakukan edukasi dengan memfasilitasi beberapa buku-buku panduan seperti panduan operasional *dashboard*, pedoman tenis fasilitas perjanjian kerjasama antar fasilitas, pedoman teknis monitoring pelayanan, panduan fasilitas audit maternal dan perinatal (AMP), daftar tilik ketrampilan klinik, petunjuk praktis pendampingan tata kelola klinik, alat pantau kinerja klinik di puskesmas atau rumah sakit, juknisemergensi obstetri dan neonatal dan sebagainya.

Selain strategi-strategi komunikasi seperti di atas, pemanfaatan teknologi komunikasi SIGAPKU atau Sistem Informasi Gerbang Aspirasi Pelayanan Kesehatan Publik, adalah juga digagas oleh program EMAS sebagai mekanisme umpan balik masyarakat dengan asumsi bahwa akuntabilitas dalam sistem kesehatan dapat membantu meningkatkan kinerja dan meningkatkan pelayanan.

Dengan tersedianya mekanisme umpan balik SIGAPKU diharapkan dapat mendorong keterlibatan perempuan dalam melakukan kontrol terhadap penguatan akuntabilitas dan transparansia. Melalui SMS ke SIGAPKU , EMAS bisa menampung, menganalisis dan melayani umpan balik masyarakat terutama perempuan. Tetapi sangat disayangkan SIGAPKU yang dirancang EMAS dalam kenyataannya tidak tersedia di Kabupaten Brebes, sehingga perempuan tidak memiliki ruang untuk mengadu tentang kinerja dan pelayanan yang mereka terima di Rumah Sakit. Padahal banyak kasus rumah sakit dan penyedia layanan kesehatan yang belum banyak menyediakan layanan kesehatan berkualitas tinggi sehingga tak pelak bila banyak kasus kematian ibu justru banyak terjadi di Rumah Sakit.

Pada Lini Rujukan Kegawatdaruratan melahirkan

Strategi komunikasi yang dilakukan pada lini ini adalah dengan membuat penandatanganan kerjasama antar fasilitas kesehatan beserta penyediaan fasilitas teknologi komunikasi yang diberi nama SIJARI EMAS. SIJARI EMAS atau Sistem informasi jejaring rujukan maternal dan neonatal adalah sebuah sistem informasi terpadu yang dirancang khusus oleh Pengelola program EMAS dengan tujuan untuk mengoptimalkan proses pertukaran informasi dan komunikasi rujukan gawat darurat ibu dan bayi baru lahir dan persiapan kondisi gawat darurat dari Puskesmas ke Rumah Sakit dengan nomor *hotline* 08881996677.

Resiko dari kondisi gawat darurat ibu melahirkan di Fasilitas Kesehatan dapat diminimalisir apabila sudah terbangun sistem komunikasi, kolaborasi dan pertukaran informasi dalam jejaring rujukan. Dengan komunikasi yang baik maka perujuk akan mendapatkan kepastian tempat rujukan, dan pihak rumah sakit akan mempersiapkan, baik tenaga maupun peralatan untuk menerima rujukan, sehingga pasien yang dirujuk akan mendapatkan stabilisasi yang sesuai dengan panduan dokter di rumah sakit. Semua itu dapat dimungkinkan dengan dukungan pemanfaatan teknologi telekomunikasi bergerak.

SIJARI EMAS sekalipun sudah ditatakelola sedemikian rupa dan lebih terstruktur serta terkoordinir, namun dalam implementasinya SIJARI EMAS di Kabupaten Brebes ternyata belum optimal. Upaya tenaga kesehatan Puskesmas dalam memanfaatkan sistem informasi menurut keterangan dari beberapa

fasilitas kesehatan sudah sesuai prosedur, namun permasalahannya justru terletak pada beberapa Rumah Sakit yang dirujuk. Sebagian besar rumah sakit rujukan belum siap dalam mengelola sistem SIJARI EMAS, rumah sakit rujukan dalam memberikan respon, seringkali terlambat sehingga Puskesmas harus mengulang berkali-kali dengan telpon. Keterlambatan merespon berarti mempertinggi kondisi gawat darurat yang berarti pula akan mengancam jiwa pasien yang tidak bisa dihitung dengan hitungan jam atau menit, tapi detik. Apabila dikaitkan dengan persoalan gender maka ini berarti akan merenggut hak perempuan untuk mempertahankan hidup

Ada beberapa faktor yang menyebabkan keterlambatan merespon SIJARIEMAS dari pihak Rumah Sakit, antara lain perangkatnya belum memadai, internet belum di update, SDM terbatas, overload pekerjaan, SIJARIEMAS dianggap mengganggu karena suara sirine sehingga seringkali volume dikecilkan. Hal lain lagi yang masih kurang dari SIJARI EMAS adalah tidak adanya umpan balik dari Rumah Sakit ke Puskesmas tentang kondisi kesehatan si pasien yang dirujuk sehingga Puskesmas tidak mengetahui perkembangan selanjutnya dari si pasien.

Pada Lini Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat

Kebijakan pemberdayaan masyarakat diwujudkan dengan pemberdayaan beberapa organisassosiseperti PKK, Pesantren, membentuk KP4, MKIA, KISS, Kelas Ibu Hamil, Kelompok Wali Bumil, Kelompok Wali Resti, pengukuhan Forum Masyarakat Madani, dan Maklumat Dukun Bayi, serta pemberdayaan Bidan Desa.

Organisasi-organisasi sosial, keagamaan dan kelompok-kelompok ibu hamil, dan kelompok wali ini diharapkan dapat dijadikan sebagai ajang komunikasi tentang kesehatan ibu dan anak pada sasaran yang tepat (perempuan atau ibu hamil), sehingga para ketua organisasi atau ketua kelompok diharapkan mampu menjalankan peran sebagai komunikator, edukator dan motivator . Pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh mereka dilakukan dengan berbagai cara antara lain ceramah atau penyuluhan di kelompoknya masing-masing, kemudian melalui komunikasi antar persona dan juga *homevisit*.

Melalui organisasi-organisasi sosial itulah pundi-pundi EMAS (Expanding Maternal and Neonatal Survival) dipikul dalam kerangka untuk mewujudkan peningkatan kualitas kesehatan ibu dan anak. Dengan memberdayakan perempuan dalam organisasi sosial tersebut sebagai komunikator KIA diharapkan mereka bisa lebih mampu untuk mengedukasi, memberi informasi dan memotivasi masyarakat terutama para ibu hamil dan keluarganya karena mereka bisa dianggap lebih kredibel, lebih familier karena ada kedekatan emosional, lebih memahami kultur setempat, lebih memahami tingkat sosial, ekonomi sasarannya, dan lebih mampu untuk berempati sehingga akan lebih memungkinkan terjadinya *homophily communication*. Apabila tercapai kondisi tersebut, maka berlakulah model komunikasinya *Wilbur Schramm* yang menggambarkan dengan pernyataan demikian : " Bila diantara komunikator dan komunikan terjadi kesamaan dalam kerangka pengalaman dan kerangka referensi maka kepada keduanya akan terjadi kesamaan makna " (Mulyana, 2009:141).

Meskipun komunikasi antara para pemimpin pendapat (Ketua PKK, Ketua pesantren, Ketua klas ibu hamil , Bidan Desa, MKIA, KISS, Wali Resti dan Wali Bumil) dengan masyarakat, atau ibu hamil dan keluarganya terjadi secara intens namun dalam kenyataannya adalah bahwa komunikasi yang terjadi baru dalam tingkat pemahaman. Perilaku untuk mengikuti sesuai dengan anjuran, kadang masih mengalami faktor kendala. Kendala yang sering ditemui antara lain faktor ekonomi, pendidikan, dan ketergantungan keluarga (suami, orang tua/mertua) sehingga terjadi kesalahan dan keterlambatan dalam pengambilan keputusan dalam persoalan perencanaan kehamilan, perencanaan persalinan dan keputusan dalam kondisi gawat darurat yang dapat mengakibatkan kematian ibu.

Berdasarkan perspektif gender dalam persoalan pengambilan keputusan perencanaan kehamilan dan persalinan, ternyata ditemukan

adanya bias gender dimana perempuan masih cenderung berada dalam subordinat laki-laki (suami). Sistem patriarki masih cukup dominan di wilayah Kabupaten Brebes. Menurut beberapa keterangan dan pengamatan di lapangan para suami masih menganggap "remeh" terhadap persoalan kesehatan reproduksi dan menganggap bahwa melahirkan bagi perempuan adalah kodrati. Anggapan remeh ini terlihat masih adanya suami yang tidak mendampingi isteri ketika melahirkan dengan alasan kerja atau merantau .

Perempuan hamil sendiri kadang-kadang masih memiliki pola pikir yang keliru dalam mengambil sikap tentang kehamilan dan persalinan sehingga perempuan kurang mempedulikan, padahal kandungan dalam kondisi risti atau resiko tinggi. Kepercayaan terhadap tinggalan nenek moyang dahulu masih sering dijumpai seperti pendapat"banyak anak banyak rezeki", "meninggalkan makan-makanan yang bergizi" misal tidak berani makan ikan amis, "mengabaikan kondisi kesehatan bawaan" seperti sakit jantung, ginjal, darah tinggi, anemia, asma, kencing manis, kemudian juga mengabaikan usia pada saat kehamilan (kehamilan dalam usia yang terlalu muda atau kehamilan pada usia yang terlalu tua), mengabaikan jarak melahirkan yang terlalu dekat, mengabaikan tanda-tanda melahirkan, lebih suka bersalin dengan dukun bayi di rumah, mengabaikan komunikasi dengan tenaga medis meskipun ada fasilitas SMS Bunda. SMS bunda adalah sebuah sistem yang digagas oleh EMAS dengan tujuan memberi pengetahuan kepada ibu hamil berkaitan dengan perawatan antenatal selama kehamilan, persalinan dan nifas dengan cara mendaftar dengan ketik REG perkiraan tanggal lahir brebes ke nomer 08118469468.

Simpulan

Sekalipun angka kematian ibu dan anak sudah turun bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya namun tingkat kematian ibu dan anak di Berebes masih belum memenuhi target 25 %, untuk itu wajar bila pemerintah tetap memperjuangkan upaya peningkatan kesehatan perempuandalamkebijakanpubliknya.Berkenaan dengan hal tersebut maka strategi komunikasi dirancang ke semua lini program EMAS yaitu :

Peningkatan kualitas pelayanan klinis dan tata kelola klinis yang dilakukan dengan membuat dan mensosialisasikan beberapa regulasi melalui beberapa forum dan media, menjalin kemitraan dan berkoordinasi dengan para *stakeholder*, memfasilitasi buku panduan, dan workshop.

Sistem rujukan dalam kondisi gawat darurat dilakukan dengan Teknologi Informasi berbasis seluler yang disebut SIJARI EMAS. Dalam realisasinya ternyata sistem tersebut belum optimal. Ada beberapa faktor kendala antara lain keterbatasan suber daya manusia, keterbatasan sarana dan prasarana teknologi informasi, tidak adanya *follow-up* Rumah Sakit ke Puskesmas sehingga tidak diketahuinya status perkembangan kesehatan pasien yang dirujuk.

Strategi komunikasi yang dilakukan dengan memberdayakan organisasi sosial dan keagamaan sebagai komunikator, edukator dan motivator kesehatan perempuan melalui komunikasi kelompok dan interpersonal. Ada beberapa penghambat komunikasi pada level ini yaitu rendahnya literasi kesehatan, tingginya kepercayaan terhadap mitos, lemahnya perempuan dalam pengambilan keputusan, persepsi bahwa melahirkan adalah kodrati sehingga banyak ibu hamil, suami dan orang tuanya yang mengabaikannya .

Daftar Pustaka

Anggraini, Oktiva. 2005. *Remaja dan Gerakan Sayang Ibu (GSI)*. Jurnal Ilmiah*Padma Sri Kreshna*. No. 7. Vol. 1-Mei 2005. Yogyakarta: Universitas Widya Mataram Yogyakarta.

Arbella, Fraser. 2005. *Approachestoreducing maternal mortality*. OxfamandMDGs"in Gender and Development. Vol.13.No.1p.36-43.

Cangara, Hafied, 2013. *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.

Dinas Kesehatan, 2014. *Buku Saku*

Kesehatan. Semarang: Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Tengah.

Ismail, Sholihin. 2012 .*Manajemen Strategik*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Miles, M.B. &Huberman, A.M. 1994. *Qualitative data analysis: An Expanded Sourcebook.* .New York: SAGE Publications.

Mulyana, Deddy, 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.Bandung: Rosdakarya.

Mundayat Arif, EdrianaNoerdin, Erni Agustini, Sita Aripurnami, dan Sri Wahyuni. 2010. *Target MDGs Menurunkan Angka Kematian Ibu Tahun 2015 Sulit Dicapai.* Jakarta: Women Research Institute.

Tjiptono, Fandy.2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi

Widodo, Joko, 2011. *Analisis Kebijakan Publik*. Malang: Bayumedia Publishing.

Surat Kabar / internet:

Brebes dalam Angka, 2015

Dokumen Dinas Kesehatan Brebes, 2015

Jelang MDGs 2015, Angka Kematian Ibu Justru Melonjak. http://www.cpps.or.id/content/jelang-mdgs-2015-angka-kematian-ibu-justrumelonjak#sthash.OSSLJymz.dpuf.

Kompas, 30 September 2013

Kompas, 1 Oktober 2013

Maternal MortalityRate. 2014. http//www.indexmundi.com/g/r.aspx?v=2223

Women Research Institute. 2015 (Okt.8). ReducingtheMaternalMortalityRatio(editorial).. http//wri.or.id/en/editorial/210-reducing-the maternal mortality – ratio # VolAkBunIU

World Health Organization. 2015 StrategiestowardEndingPreventableMaternal Motality(EPMM) . Geneva . WHO Press.

Pengembangan Desa *Broadband* Terpadu

Sunyoto Usman
Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
Email: sunyotousman@yahoo.com

Abstract

The objective of the present study is to identify the machanism of village resouce management by utilizing information and communication technology (especially internet) which is called integrated broadband village development. The present study is conducted in three agricultureal villages of East Jawa and Yogyakarta Special District. Data are collected by using observation as well as depth interview techniques. The present study has interviewed 150 respondents and conducted focus group discussion which is followed by government official at the local level, local business as well as informal leaders. The present study indicated that there are three categories of mechanism. Firstly, it is called empowering mechanism in which villagers, local government and elites work together in glove to provide internet infrastructure, connectivity and applications as well as content in utilizing internet. In this mechanism, they develop intense participation in the process of development of human resources and social readiness. Secondly, it is called directing mechanism in which the local government play significant roles to provide internet infrastructure, connectivity and applications as well as content. The government is supposed tao have to be responsible for developing human resources and social readiness, related to the process of utilizing internet to promote rural competiveness. Thirdly, it is named supporting mechanism in which the villagers are belief to have significant capacity to provide internet infrastructure, connecticity and application as well as content. Most of them performance intense participation in developing human resources and social readiness in utilizing internet.

Keywords*: village resources, internet, rural development and competiveness*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi mekanisme pengelolaan potensi desa dengan mendayagunakan teknologi informasi dan komunikasi (khususnya internet) dalam bentuk program pengembangan desa *broadband* terpadu. Penelitian di selenggarakan di tiga desa pertanian dalam wilayah provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap 150 responden serta *focus group discussion* dengan pejabat pemerintah, pelaku usaha dan tokoh-tokoh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga mekanisme pengelolaan potensi desa. Pertama, mekanisme *empowering,* ditandai dengan melembagakan kemitraan (*partnership*) antara masyarakat desa, pemerintah atau swasta dalam kegiatan membangun infrastruktur fisik internet dan koneksitas, serta mengembangan tata kelola dan konten. Pengembangan sumber daya manusia dan kesiapan sosial (*social readiness)* dilakukan sendiri oleh warga desa dan lembaga swadaya masyarakat. Kedua, mekanisme *directing* ditandai dengan menempatkan pemerintah sebagai lembaga yang dominan dalam pembangunan infrastruktur

fisik internet dan koneksitas, pengembangan tata kelola internet dan konten. Pemerintah bertanggung jawab mengembangkan sumber daya manusia dan kesiapan sosial dalam mendayagunakan internet untuk mengelola potensi desa. Ketiga, mekanisme *supporting* ditandai dengan memberi peran cukup besar kepada warga masyarakat baik dalam kegiatan pembangunan infrastruktur fisik internet dan koneksitas, maupun dalam mengembangkan tata kelola internet dan konten.

Kata kunci: potensi desa, internet, pembangunan perdesaan dan daya saing

Pendahuluan

Pembangunan perdesaan sampai saat ini masih kuat bertumpu pada sektor pertanian (primer), kendatipun sebenarnya disadari semakin sulit mendorong produktivitas tenaga kerja di perdesaan. Penyerapan tenaga kerja di sektor pertanian (primer) tahun 2010 sekitar 38,6 juta (35.7%) dan tahun 2014 sekitar 35.7 juta (30.7%) dari total tenaga kerja (Renstra Kementerian Pertanian Ri 2015-21019: 6). Kegiatan pembangunan masyarakat desa sesungguhnya telah mengimplementasikan program diversifikasi usaha ekonomi ke arah kegiatan non-pertanian (*non-farm activities*), baik berupa industri yang mengolah produk pertanian maupun berupa jasa-jasa penunjang. Program diversifikasi usaha ekonomi tersebut dirancang bukan hanya bermanfaat untuk mengalihkan surplus tenaga kerja di sektor pertanian primer yang kurang produktif, melainkan juga mempertahankan nilai tambah (*added value*) yang mereka hasilkan supaya tetap berada di perdesaan. Upaya untuk meningkatkan sektor pertanian (primer) maupun diversifikasi usaha ekonomi ke arah sektor industri pengolahan produk pertanian dan jasa-jasa penunjang membutuhkan sarana pendukung (*supporting infrastructure*) antara lain berupa teknologi informasi dan komunikasi, terutama berupa pengembangan *broadband* (pita lebar).

Broadband adalah akses berkecepatan sangat tinggi yaitu 2 Mbps untuk akses tetap (*fixed*) dan 1 Mbps untuk akses bergerak (*mobile*), sedangkan kecepatan akses *backbone* mencapai orde ratusan Gbps. Sektor Standardisasi Internasional Telecommunication Union (ITU) mendefinisikan *broadband* sebagai "kapasitas transmisi yang lebih cepat dari tingkat *integrated services* digital *network* (ISDN) sebesar 1.5 atau 2.0 Megabits per detik (Mbits). Kemudian organization for Economic Cooperation and Development (OECD) mendefinisikan *broadband* dengan kapasitas transmisi minimal 256 Kilobyte per detik (Kbps). Akses *broadband* membuka peluang penyediaan, pengolahan dan penyebaran (distribusi) informasi menjadi lebih cepat, menjangkau sasaran (target) lebih luas, efisien, efektif dan transparan. Informasi tersebut juga diyakini menjadi lebih akurat atau tidak kehilangan nilai bahkan dapat menciptakan nilai tambah. Dalam Indonesia Broadband Plan 2014-2019 (2014:13) yang dicanangkan oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS) RI disebutkan bahwa penambahan 10% penetrasi pitalebar memicu pertumbuhan ekonomi sebesar 1,38% di negara berkembang dan 1,12% di negara maju. Pernyataan senada pernah disampaikan oleh Qiang (dalam Muente-Kunigami and Navas-Sabeter, 2010:1) kenaikan 10 per sen penetrasi *mobil telephony* mendorong pertumbuhan ekonomi sebesar 0.81 per sen di negara berkembang, kenaikan 10% penetrasi pitalebar (*broadband*) mendorong pertumbuhan ekonomi sebesar 1,4% di negara berkembang. Kendatipun demikian namun teknologi informasi dan komunikasi (khususnya internet) ditengarai belum optimal berkontribusi terhadap peningkatan daya saing.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktar-faktor yang relevan bagi pengembangkan

program yang mampu mendayagunakan potensi desa melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (khususnya internet) dalam bentuk pembangunan desa *broadband* terpadu. Dalam konteks ini desa yang dilengkapi dengan fasilitas akses internet, perangkat-perangkat pengguna, konten dan aplikasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat desa setempat. Penelitian ini diselenggarakan untuk tujuan mengidentifikasi akses masyarakat desa terhadap jaringan internet (*access and use of internet*), dan derajat intensitas mereka menggunakan internet tersebut (*usability*). Penelitian ini juga membuat analisis tentang relevansi, efek, efisiensi dan efektivitas penggunaan jaringan dan aplikasi internet untuk optimalisasi potensi desa. Hasilnya dipergunakan menyusun rekomendasi upaya melakukan optimalisasi potensi desa melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (khususnya internet).

Contoh keberhasilan mengembangkan program yang mampu mendayagunakan potensi pertanian melalui pemanfaatan internet adalah program e-Krishok di Bangladesh (Akbar, 2012, 17-26). Program ini memberi informasi yang dibutuhkan petani terkait dengan kegiatan budidaya tanaman dan pengolahan hasil produksi serta menghubungkan petani dengan pasar. Informasi tersebut dapat diunduh dari portal www.eksrishok.com. Pengguna dapat secara langsung menyampaikan pertanyaan atau keluhan, kemudian dalam waktu yang tidak terlalu lama memperoleh alternatif solusi atas pertanyaan atau keluhannya. Supaya e-Krishok mudah dikenali dan cepat diakses oleh petani, difasilitasi kode pendek Help Line 16250. Pelayanan disalurkan melalui pelanggan Grameen Phone, dan petani dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan mengirimkan *sort message service*. Di samping itu dikembangkan pula website www.extension.org.bd bekerja sama dengan Sher-e-Bangla Agriculture University. Petani Bangladesh pada umumnya menghadapi kesulitan memasarkan hasil produksi. Untuk menjawab masalah ini dikembangkan the Market Linkage Program (MLP) yang memfasilitasi hubungan bisnis antara petani, pedagang dan pembeli melalui pelayanan *online*. Pemerintah Bangladesh bekerja sama dengan Catholic Relief Service mengembangkan *farmebook* yang memberi informasi tentang pengelolaan bisnis pertanian melalui pelayanan *online*. Kemudian bekerja sama dengan Green Delta Insurance Company, juga dikembangkan asuransi hasil pertanian yang memberi santunan manakala kerusakan tanaman dan gagal panen.

Contoh lain tentang keberhasilan mengembangkan program yang mampu mendayagunakan potensi pertanian melalui pemanfaatan internet adalah program the Good Agricultural Practice (GAP) di Thailand (Paiboonrat, 2012, 37-54). Thailand adalah negara eksportir beras. Program tersebut dicanangkan untuk menjaga supaya produk pertanian Thailand tetap memiliki daya saing di tingkat internasional dengan kegiatan utama memelihara jaminan mutu produk pertanian. Melalui program ini sektor pertanian bukan hanya diupayakan menghasilkan produk-produk pertanian yang berkualitas tetapi juga aman untuk dikonsumsi. Petani dapat memperoleh sertifikat GAP manakala proses produksinya memenuhi syarat-syarat kesehatan yang ditetapkan (*safety of water used, site safety and sanitation, use of agrochemicals*), dan dikelola dengan menejemen yang baik.

Program sertifikasi produk pertanian tersebut didukung sistem yang disebut the Mobile GAP Assessment System. Sistem ini dirancang sebagai alat untuk memperlancar petani dan Certification Body (CB) dalam menilai proses produksi pertanian, terutama untuk mengetahui seberapa jauh kesesuaiannya dengan syarat-syarat kesehatan dan pengelolaan pertanian yang ditetapkan oleh the Good Agricultural Pratice (GAP). The Mobile GAP Assessment System tersebut dapat diakses melalui *mobile ph*ones, *tablets* dengan Androit OS, notebooks dan personal computer. Tantangan dari implementasi program tersebut terutama adalah di seputar memberi motivasi dan mendidik petani menggunakan aplikasi internet untuk

mendapatkan sertifikat GAP. Upaya pemerintah Thailand mengembangkan dan mempertahankan daya saing produk pertanian di tingkat internasional dengan menggunakan internet terbukti efektif dan efisien tetapi dan mendorong kerja sama dan koordinasi antara pemerintah, petani, pedagang, pembeli dan pengusaha yang bergerak di sektor pertanian.

Internet juga dipergunakan untuk mengembangkan potensi perikanan. Contohnya adalah program Regional Fisheries Livelihood Programme for South and Southeast Asia (RFLP) di Timor-Leste (Needham, 2012). Program ini mengembangkan teknologi biaya murah bercirikan personal locator beacons (PLBs) dalam bentuk sistem pelaporan potensi perikanan berbasis masyarakat. Sektor perikanan di Timor-Leste amat potensial dikembangkan bukan hanya untuk menciptakan kesempatan kerja tetapi juga menjadi komoditas ekspor. Namun dalam kenyataannya kurang berkembang karena masih dieksploitasi secara tradisional (teknologi sederhana) dan bentuk pengelolaan sumber daya perikanan yang masih lemah. Usaha meningkatkan potensi perikanan di Timor-Leste dilakukan dengan mengintroduksi program The Community Based IUU Reporting System didukung oleh The National Directorate of Fisheries and Aquaculture (NDFA) fokus pada masalah-masalah *illegal, unreported and unregulated (IUU) fishing* (Needham, 2012, 27-36). Dalam konteks ini nelayan tersebut ditempatkan sebagai pihak utama yang mengelola sumber daya perikanan (*the fishers were not the target of control, but those controlling their resources)*. Kegiatan-kegiatan program ini terutama adalah menghimpun dan menyalurkan informasi terkait dengan keselamatan nelayan ketika mencari ikan (*safety at sea*), eksploitasi ikan secara ilegal (*illegal fishing*) dan komunikasi dan kerja sama yang terjalin di antara para nelayan. Sistem yang dikembangkan dalam program tersebut berbasis kemitraan dalam bentuk pemberian pinjaman (*loan*) untuk pengadaan alat-alat (*devices*) dan aplikasi yang dibutuhkan untuk menguatkan komunikasi di antara para nelayan (kecil dan tradisional) tersebut.

Alat yang diberikan kepada nelayan tersebut memiliki dua tombol, pertama (kode 911) dipergunakan untuk memberitahukan posisi nelayan serta keadaan bahaya yang sedang dihadapi. Nelayan segera dibantu supaya terhindar dari keadaan yang lebih buruk. Tombol kedua (kode ILLEGAL) dipergunakan untuk memberitahu bahwa tidak jauh dari posisinya sedang terjadi pencurian ikan. Pada saat tombol kode 911 ditekan, alat tersebut mengirimkan *signal* tanda bahaya kepada kapal besar yang memiliki jaringan yang sama. Pusat pemantauan kemudian mengirimkan *sort message service* kepada kepolisian dan otoritas perikanan dan segera mengirimkan bantuan pertolongan menuju posisi nelayan yang dalam kondisi bahaya. Apabila tombol kode ILLEGAL ditekan memberitahukan kepada kepolisian dan otoritas perikanan bahwa terjadi pencurian ikan. Sistem tersebut dapat mengirimkan informasi tentang waktu dan posisi pencurian. Pihak The National Directorate of Fisheries and Aquaculture (NDFA) dapat melihat waktu dan posisi pencurian tersebut melalui a password-protected Web site. Informasi tentang pencurian ikan tersebut memang hanya data dasar karena belum dilengkapi dengan peralatan yang dipergunakan mencuri ikan, teknik pencurian ikan, jenis kapal yang dipergunakan atau arah kapal ketika kelak dikejar. Namun alat tersebut telah membantu pihak kepolisian dan otoritas perikanan dalam mengatur strategi dan proses menangkap pencuri ikan.

Contoh yang disampaikan tersebut semakin menegaskan bahwa utilisasi teknologi informasi dan komunikasi (termasuk internet) bukan hanya masalah ketersediaan sarana atau kecepatan koneksi, tetapi juga kemauan dan kemampuan masyarakat pengguna (Alias, 2013,19). Contoh tersebut semakin menegaskan observasi Craig and Greenhil (2005) yang menyatakan bahwa penggunaan *broadband* dalam kegiatan pembangunan perdesaan mampu mendukung relasi sosial dan memperkuat kohesi sosial baik di antara pengguna (*user*) maupun

dengan pihak luar terutama mereka yang berkepentingan dengan kegiatan pembangunan perdesaan. Pernyataan serupa juga pernah dinyatakan oleh London at al. (2006) bahwa sedikitnya terdapat dua tipe ikatan yang diperkuat melalui teknologi yaitu: (1) ikatan *bonding* di antara warga masyarakat (*peer to peer*), dan (2) ikatan *bridging* dengan warga masyarakat berdasarkan status sosial dan lokasi geografis.

Metode Penelitian

Penelitian ini diselenggarakan di tiga desa pertanian dalam wilayah provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Tiga desa tersebut dipilih berdasarkan ketersediaan infrastruktur internet dan koneksi serta aplikasi dan konten yang dapat diakses dan relevan dengan pengembangan potensi desa. Pada saat penelitian ini diselenggarakan warga tiga desa tersebut sudah menggunakan internet untuk mengunduh bermacam-macam informasi, memperluas jejaring interaksi serta melakukan transaksi-transaksi terkait dengan produksi pertanian, industri jasa dan kerajinan. Data yang digali dan diolah dalam penelitian mencakup empat hal. Pertama, terkait dengan kapasitas pemerintah dan desa menyediakan infrastruktur internet dan koneksitas, aplikasi internet dan konten, *leadership* (kepemimpinan) dan komitmen pemerintah lokal dan elite desa dalam mengembangkan internet, serta sumber daya (*resources*) yang dibutuhkan baik pada tahap perencanaan maupun implementasi. Kedua, terkait dengan kapasitas masyarakat desa menggunakan dan mengelola pelbagai program yang dirancang dan diaplikasikan untuk meningkatkan daya saing desa, serta bentuk pengelolaan program tersebut. Ketiga, jejaring yang dikembangkan untuk mendukung infrastruktur internet dan koneksitas serta aplikasi dan kontennya. Keempat, terkait dengan relevansi, efek/dampak, efisiensi, efektivitas dan keberlanjutan program pengembangan potensi desa melalui pendayagunaan internet.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui teknik observasi, daftar pertanyaan, wawancara mendalam (*depth interview*) dan *focus group discussion*. Adapun aspek-aspek yang diobservasi mencakup: (1) fasilitas yang dimiliki desa atau komunitas yang dipergunakan untuk kegiatan budidaya, pengolahan dan pemasaran hasil produksi, (2) jarak antara desa dengan *service provider* terdekat yang dapat diakses masyarakat desa untuk memperoleh informasi dan melakukan interaksi dan transaksi-transaksi hasil produksi, (3) intensitas warga desa menggunakan *hand ph*one, personal computer, tablet atau alat-alat lain yang lazim dipakai akses internet. Wawancara mendalam (*depth interview*) terutama dilakukan kepada elite desa atau tokoh-tokoh masyarakat yang dianggap mampu mengetahui efek/dampak langsung atau tidak langsung atau efek/dampak negatif atau positif tentang pengembangan potensi desa melalui teknologi informasi dan komunikasi khususnya internet. Penelitian ini juga menggali kapasitas masyarakat desa dalam menyediakan infrastsruktur internet dan koneksitas serta aplikasi dan konten, menggunakan piranti untuk akses pada internet, serta kapasitas mereka beradaptasi dengan perubahan pola komunikasi (cepat dan luas), jejaring interaksi dan bentuk transaksi baru. Penelitian ini juga mengindentifikasi peluang serta kendala yang dihadapi oleh warga desa dalam upaya mereka mengembangkan potensi desa dengan mendayagunakan teknologi informasi dan komunikasi (khususnya internet).

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pengembangan internet di pedesaan pada umumnya dilakukan oleh kelompok kecil (*small group of people*) yang memiliki perbendaharaan pengetahuan bahwa internet dapat berfungsi, baik sebagai agen perubahan (*as agent of change*) maupun menjadi fasilitas pendukung perubahan (*as supporting facility for change*). Kelompok kecil tersebut berasal dari kalangan yang beragam. Sebagian mereka adalah pemuda yang pernah berkecimpung dalam kegiatan menggunakan media cetak maupun elektronik untuk menyebarkan berbagai informasi tentang kondisi sosial yang tumbuh dan berkembang di

perdesaan . Ketika media cetak dan eletronik tersebut dirasakan kurang efektif dan efisien, dalam arti kurang menimbulkan dampak yang signifikan mereka kemudian bergeser menggunakan media sosial (internet). Sebagian dari kelompok kecil tersebut adalah elite desa yang telah melek teknologi informasi dan komunikasi, dan dalam benaknya tumbuh keyakinan bahwa penggunaan internet amat relevan untuk melakukan perubahan di perdesaan. Mereka percaya bahwa dampak penggunaan internet bukan hanya mampu menambah informasi dan pengetahuan tetapi juga mampu memperluas jejaring interaksi dan melakukan transaksi-transaksi terkait dengan pemasaran hasil produksi perdesaan. Kelompok kecil tersebut bisa juga berasal dari pamong desa yang peduli terhadap kendala atau kesulitan mengembangkan potensi desa. Gagasan yang dilontarkan oleh kelompok kecil (*small group of people*), baik dari kalangan pemuda desa, pamong desa atau elite desa tersebut pada umumnya disebarkan melalui hubungan pertemanan (*friendships*) atau ketetanggaan secara bertahap. Dengan demikian proses adoptasi teknologi informasi dan telekomunikasi (khususnya internet) tersebut melembagakan pola *oil flax system* maksudnya diawali dari kelompok kecil kemudian menyebar atau diikuti oleh kelompok yang lebih besar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses pengadaan perangkat keras (*hardware*) seperti *tower*, *server, router*, telepon dan komputer, serta pengadaan perangkat lunak (*software*) seperti *browser*, internet email dan program untuk *chating* adalah beragam. Pengadaan perangkat keras maupun perangkat lunak tersebut bisa diusahakan dengan dana patungan dari kelompok kecil yang berinisatif mengembangkan internet. Pada awalnya mereka menghimpun dana sendiri kemudian setelah dianggap cukup lalu mengadakan perangkat keras dan lunak yang dibutuhkan. Kelengkapan perangkat keras dan lunak tersebut acapkali dibantu oleh warga desa atau lembaga lokal tertentu yang sebelumnya telah menggunakan internet. Bantuan bersifat karitas atau diberikan semata-mata hanya untuk merealisasikan ide kreatif kelompok kecil tersebut. Selain itu, pengadaan perangkat keras maupun perangkat lunak tersebut bisa pula dalam bentuk kerjasama dengan pemerintah atau swasta. Pemerintah atau swasta memberi bantuan pengadaan perangkat yang tergolong mahal seperti pengadaan *tower*, *server, router*, telepon dan komputer. Sedangkan pengadaan modem dan laptop diusahakan dengan dana sendiri. Hasil penelitian ini juga memperlihatkan terdapat pola yang kegiatan pengembangan potensi desa dengan mendagunakan teknologi informasi dan komunikasi (internet) yang disediakan oleh pihak lain yang berada di desa tetangga. Pelayanan berupa warung internet.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari segi teknologi yang diaplikasikan sedikitnya dapat digolongkan ke dalam empat kategori yaitu (1) infrastruktur ekosistem konten (seperti *e-business, e-marketing,* media sosial), (2) infrastruktur jasa (seperti *voice*, SMS, internet akses), (3) infrastruktur layanan jaringan (seperti wifi, 3G, 4G, TV/radio digital, broadcasting) dan (4) infrastruktur pasif (seperti menara, *ducting*, *battery*, data center). Infrastruktur internet tersebut dapat disediakan atau diselenggarakan oleh pemerintah (obligasi), swasta, kemitraan pemerintah-swasta (*public-private partnership*), atau bisa pula swadaya masyarakat yang kemudian difasilitasi pemerintah. Bentuk penyelenggaraan tergantung pada kondisi desa. Bagi desa-desa yang sudah tergolong terbuka, penyelenggaraan infrastruktur internet tersebut bisa dalam bentuk kerja sama pemerintah-swasta (*public-private partnership*). Kerjasama ini bisa dalam hal pengadaan perangkat keras (hardware) seperti *tower, server*, *modem, router,* telepun, *personal computer* dan *laptop*. Kerjasama tersebut bisa pula dalam hal pengadaan perangkat lunak (*software*) seperti fasilitas *browsing*, *internet mail*, dan *chating*. Kerjasama tersebut juga bisa dalam bentuk pelatihan pengguna, operator serta efisiensi dan efektivitas sistem pengelolaan. Penyelenggaraan infrastruktur internet tersebut bisa dalam bentuk swadaya masyarakat dengan

didukung oleh pemerintah, atau diselenggarakan sendiri oleh pemerintah dalam skema *public service obligation*. Dalam skema ini pemerintah berada pada posisi dominan karena pemerintah ditempatkan sebagai lembaga yang bertanggung jawab pada pengadaan infrastruktur fisik internet, pendanaan dan sumberdaya manusia. Skema lain yang dikembangkan untuk mendukung penyelenggaraan infrastruktur internet tersebut adalah dalam bentuk kerja sama masyarakat dan swasta (*perusahaan*). Skema ini bisa didukung oleh program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lazim diimplementasikan dengan mendayagunakan sumber daya (*resources*) milik perusahaan.

Aspek lain yang relevan dikembangkan untuk mendukung bekerjanya infrastruktur internet perdesaan tersebut adalah kegiatan pendampingan dan pembinaan terhadap pengguna. Kegiatan pendampingan dan pembinaan dalam konteks ini bukan hanya terkait dengan sosialisasi pengetahuan tentang penggunaan internet untuk memperoleh informasi dan melakukan interaksi dan transaksi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Tetapi juga dalam mengembangkan kesadaran bahwa kegiatan melalui internet adalah relevan, efektif dan efisien untuk mengembangkan potensi desa. Pendampingan dan pembinaan tersebut dapat dilakukan secara individual dan bisa juga dilakukan secara kolektif. Pendampingan dan pembinaan secara kolektif bisa dilakukan dalam bentuk kelompok-kelompok kecil dengan sistem diskusi yang memungkinkan setiap peserta secara terbuka menyampaikan kendala-kendala yang dihadapi.

Usaha mengembangkan potensi desa dengan mendayagunakan teknologi informasi dan komunikasi (khususnya internet) tidak cukup hanya penyediaan dan akses pada infrastruktur internet (perangkat keras dan lunak). Tetapi perlu disertai kapasitas masyarakat desa dalam menyediakan dan memahami konten, serta kapasitas menggunakan aplikasinya. Konten tersebut bisa terkait dengan kegiatan pertanian, perdagangan, industri kecil dan kerajinan, industri kreatif dan sebagainya. Kemudian kapasitas menggunakan aplikasi meliputi ketrampilan menyebarkan informasi dan melakukan interaksi dan transaksi terkait dengan pelbagai bentuk upaya mengembangkan potensi desa. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun masyarakat memiliki akses terhadap infrastruktur internet namun kapasitas warga desa menyediakan dan memahami konten, serta kapasitas menggunakan aplikasi cukup beragam. Kapasitas mereka dapat dipilahkan ke dalam dua kategori. Pertama, warga desa yang belum memiliki kapasitas yang cukup baik menyediakan dan memahami kontens maupun menggunakan aplikasi. Mereka masih menggantungkan uluran peran pemerintah. Dalam konteks ini pemerintah menjadi lembaga penentu baik dalam formulasi maupun eksekusi keputusan terkait dengan proses mengembangkan potensi desa melalui pendayagunaan teknologi informasi dan komunikasi (khususnya internet). Pemerintah menjadi tumpuan konsultasi dalam kegiatan tersebut. Di samping itu ketergantungan mereka pada konsultan juga tergolong kuat. Konsultan tersebut kebanyakan berasal dari luar desa. Kemudian peran lembaga swadaya masyarakat di kalangan warga desa kategori tersebut juga cukup kuat. Kedua, warga desa yang memiliki kapasitas yang cukup baik menyediakan dan memahami kontens maupun menggunakan aplikasi. Mereka mampu mandiri dalam arti tidak menempatkan pemerintah sebagai tumpuan penting ketika mereka menghadapi masalah terkait dengan pemahaman dan penggunaan perangkat keras (*hardware*) seperti *server, modem*, telepon, *computer* dan laptop, maupun perangkat lunak (*software*) seperti fasilitas *browsing*, *e-mail* dan *chating*. Jumlah kalangan ini memang tidak terlalu banyak namun menjadi ide-ide dan tindakannya menjadi inspirasi warga desa yang lain.

Kalangan tertentu cukup sering menggunakan internet untuk menjalin hubungan pertemanan (*friendship*) dan kekeluargaan (*kinship*). Tendensi demikian menunjukkan bahwa jalinan hubungan antar teman dan antar anggota keluarga (sanak-kerabat) semakin biasa

dilakukan tidak langsung dengan mediasi internet atau tidak harus dilakukan secara tatap muka (*face to face relationsips*). Kalangan tertentu lainnya menggunakan internet bukan hanya dalam upaya mengembangkan dan menciptakan peluang di sekitarnya, tetapi juga memperlancar program yang dicanangkan oleh organisasi perdesaan. Namun demikian penggunaan internet untuk akses pada pelayanan publik seperti dalam kegiatan pendidikan, kesehatan dan keamanan masih tergolong rendah. Tendensi demikian menunjukkan bahwa pelayanan publik publik masih mengandalkan komunikasi *face to face*. Penelitian ini juga memperlihatkan ada warga yang melakukan rintisan koneksi internet antar desa dalam rangka meningkatkan akses terhadap pelayanan publik. Keberhasilan komunikasi tersebut dipercaya dapat mengetahui perkembangan ekonomi di desa-desa lain, dan selanjutnya dipergunakan untuk menyusun kebijakan peningkatan potensi desa secara kolektif. Cukup banyak jumlah warga desa yang kemudian mengikuti pelatihan penggunaan internet di ibukota kabupaten. Mereka biasanya belajar bagaimana mengembangkan *design* untuk *brand* bisnis. *Design* semacam itu dapat diikutkan lomba baik dalam skala nasional maupun internasional.

Dalam uraian terdahulu juga telah dipaparkan bahwa warga desa telah mendayagunakan internet untuk tiga kegiatan yaitu: (1) mengunduh (*download*) sekaligus mengunggah (*upload*) informasi, (2) menjalin interaksi dengan berbagai kalangan, terutama yang terkait dengan upaya meningkatkan dan memelihara produktivitas, serta (3) melakukan transaksi-transaksi terutama terkait dengan pemasaran hasil produksi. Kegiatan-kegiatan tersebut berdampak cukup signifikan terhadap perkembangan desa. Pertama, terjadi pergeseran kegiatan mata pencaharian warga desa dari yang semula banyak berkecimpung pada kegiatan budidaya pertanian bergeser ke sektor jasa (pemasaran hasil produksi) dan pariwisata serta industri kreatif. Kegiatan perekonomian yang tumbuh dan berkembang bersama stimulan industri kreatif lazim dikategorikan *knowledge based economy*. Kedua, infrastruktur internet bukan hanya ditempatkan sebagai agen perubahan (*as agent of change*) tetapi juga sebagai sarana atau fasilitas pendukung (*as supporting facility of change*) berkembangnya beberapa sektor seperti pertanian, pariwisata dan industri kreatif. Salah satu bentuk industri kreatif yang ditekuni oleh sebagian warga desa adalah design yang kemudian dipasarkan ke berbagai daerah, bahkan ada yang di ekspor ke luar negeri.

Simpulan

Terdapat tiga tipologi mekanisme yang berkembang dalam pengelolaan potensi desa dengan mendayagunakan teknologi informasi dan komunikasi (khususnya internet) yaitu mekanisme *empowering, directing* dan *supporting*. Pertama, *empowering mechanisme* yaitu mekanisme yang memberi peran warga desa yang cukup kuat dalam proses formulasi dan eksekusi keputusan. Dari segi jejaring komunikasi (*communicaation network*), akses internet diinisiasi oleh tokoh masyarakat atau pemuda yang memiliki perbendaharaan pengetahuan yang cukup tentang internet. Mereka memiliki kepedulian yang cukup tinggi tentang fungsi internet sebagai sarana untuk memperoleh informasi, melakukan interaksi dan transaksi-transaksi. Kegiatan mereka kemudian diikuti oleh warga desa lain. Relasi-relasi mereka ditandai dengan ikatan yang lazim dikategorikan *bonding relationships* atau relasi berdasarkan hubungan pertemanan (*friendships*) atau tetangga dekat. Penggunaan internet kemudian diikuti oleh warga desa tetanggaa setelah tersedia jejaring (*network*) seperti *server*, modem, *router,* komputer dan laptop, dan masyarakat tidak menemui hambatan melakukan *browsing*, berkomunikasi dengan e-*mail* dan melakukan *chating*.

Dari segi pelayanan (*services*), akses internet dipergunakan untuk memberi pelayanan dalam rangka mendorong perubahan sosial bagi peningkatan kesejahteraan warga desa (*as an agent of social change*) dan memberi pelayanan

untuk mendukung perkembangan kinerja sektor-sektor terkait dengan potensi desa. Di desa yang warganya dominan bekerja di sektor pertanian (agraris), akses internet dipergunakan untuk memperoleh informasi, melakukan interaksi dan transaksi terkait dengan budidaya pertanian dan pemasaran hasil produksi pertanian. Di desa yang warganya dominan bekerja di sektor industri atau kerajian, akses internet dipergunakan untuk memperoleh informasi, melakukan interaksi dan transaksi terkait dengan modal, bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran hasil produksi. Akses internet dipergunakan sebagai fasilitas untuk mendukung kinerja di sektor yang berbeda (seperti pengembangan pariwisata, perdagangan dan industri kreatif). Dalam konteks ini internet ditempatkan sebagai a *supporting facilitiy of change* yang didayagunakan untuk meningkatkan kinerja sektor-sektor tersebut. Dalam fungsinya sebagai *a supporting facility of change*, internet dipergunakan untuk menciptakan transparansi, partisipasi dan akuntabilitas tata kelola pemerintahan desa (*a good village governance*).

Dari segi aplikasi (*applications*), warga desa sudah dapat menggunakan aplikasi yang ada untuk memperoleh informasi, memperluas jaringan interaksi dan melakukan transaksi-transaksi terkait dengan potensi desa. Kendatipun begitu namun mereka masih belum mampu membuat aplikasi sendiri atau masih tergantung pada pihak luar. Mereka baru pada tahap sebagai pengguna, belum mampu membuat aplikasi sesuai dengan kebutuhannya. Dalam mekanisme ini akses internet memberi stimulan warga desa menjadi *entrepreneur* di bidang teknologi informasi.

Kedua, *directing mechanisme* yaitu mekanisme yang ditandai dengan tujuan menyebarkan informasi dan memperluas interaksi dengan jangkauan wilayah yang luas dan dalam waktu yang relatif cepat. Mekanisme ini menempatkan pemerintah dalam posisi dominan. Pemerintah memiliki otoritas yang luas dalam proses formulasi dan eksekusi keputusan terkait dengan provisi dan utilisasi teknologi informasi dan komunikasi (terutama internet). Dari segi jejaring komunikasi (*communication network*), mekanisme ini ditandai dengan mendayagunakan skema dan jaringan birokrasi (*birocratic line scheme*). Kegiatan diawali dari pemerintah pusat memberi petunjuk kepada pemerintah provinsi atau kabupaten/kota, selanjutnya mereka memberi instruksi kepada pemerintah kecamatan dan pamong desa.

Kemudian dari segi jejaring komunikasi (*communicaation network*), dalam mekanisme ini utilisasi internet acapkali juga dimanfaatkan untuk keperluan mengunduh berbagai macam informasi, memperluas jejaring interaksi dan melakukan transaksi-transaksi. Tetapi kegiatan semacam itu masih mengandalkan inisiatif dan peran pemerintah dengan dukungan lembaga-lembaga tertentu yang berpengalaman dalam provisi dan utilisasi internet. Tanpa inisiatif dan peran pemerintah jejaring komunikasi tersebut menemui banyak hambatan. Dari segi pelayanan (*services*), dalam pola pengelolalan ini utilisasi internet boleh jadi sudah dipergunakan untuk memberi pelayanan dalam rangka mendorong perubahan sosial bagi peningkatan kesejahteraan warga desa (*as an agent of social change*) dan memberi pelayanan untuk mendukung perkembangan kinerja sektor-sektor tertentu. Tetapi pelayanan (*services*) tersebut masih tergantung pada pemerintah. Dalam konteks ini pemerintah lazimnya mengambil tanggung jawab segala bentuk pelayanan internet. Pelayanan internet lazim dikelola dengan skema *public service obligation*/PSO dan tidak berorientasi memperoleh keuntungan (*non-profit oriented*). Dari segi aplikasi (*applications*), aplikasi yang dipergunakan dikontrol oleh pemerintah. Benar memang sulit membatasi warga masyarakat desa akses pada bermacam-macam aplikasi akibat dari sistem *open access*. Tetapi pemerintah tetap berkepentingan mengontrol aplikasi tersebut supaya benar-benar efektif dan efisien. Selanjutnya dari segi pengguna (*users*), setiap warga desa sebetulnya memiliki akses yang sama terhadap infrastruktur internet, konten dan aplikasinya. Namun demikian pemerintah memberi prioritas kalangan tertentu saja yang

dinilai mampu menjadi penggerak masyarakat menggunakan internet.

Ketiga, *supporting mechanisme* yaitu mekanisme yang ditandai oleh hubungan kemitraan (*partnership*) antara pemerintah, swasta dan warga desa dalam proses formulasi dan eksekusi keputusan terkait dengan penggunaan internet untuk pengelolaan potensi desa. Tujuan akses internet lazim terkait masalah yang dihadapi warga desa tersebut serta upaya mereka memecahkan masalah tersebut. Meskipun begitu berbeda dengan *empowering mechanism*, tujuan (*goals*) tersebut terkait dengan program-program yang dicanangkan oleh pemerintah dengan skema *public service obligation* dengan program perusahaan (swasta) dengan skema *public-private partnership.*

Dari segi jejaring komunikasi (*communicaation network*), akses internet bisa diinisiasi oleh pemerintah, perusahaan (swasta), tokoh masyarakat atau pemuda yang memiliki perbendaharaan pengetahuan yang cukup tentang sistem kerja internet. Mereka memiliki kepedulian tinggi terhadap fungsi internet sebagai sarana untuk memperoleh informasi, menjalin interaksi dan melakukan transaksi berbagai keperluan. Sebagaimana dalam *empowering mechanism,* dari segi pelayanan (*services*), akses internet dalam *supporting mechanism* juga dipergunakan untuk memberi pelayanan dalam rangka mendorong perubahan sosial bagi peningkatan kesejahteraan warga desa (*as an agent of social change*) dan memberi pelayanan untuk mendukung perkembangan kinerja sektor-sektor tertentu terkait dengan potensi desa. Meskipun begitu pola ini acapkali memperoleh intervensi dari lembaga pemerintah maupun perusahaan (swasta). Dari segi aplikasi (*applications*), dalam mekanisme ini warga desa mampu menggunakan aplikasi yang ada untuk memperoleh informasi, memperluas jaringan interaksi dan melakukan transaksi-transaksi terkait dengan potensi desa, tetapi belum optimal. Karena itu pemerintah dan swasta kemudian memberi bantuan terutama dalam bentuk pelatihan dan pendampingan.

Daftar Pustaka

Akbar, Md. Shahid Uddin, "e-Krishok: Making ICT work for farmers – a 360-degree ICT-enabled solution to empower farmers", dalam Gerand Sylvester (editor), *Success Stories On Information and Communication Technologies For Agriculture and Rural Development*, Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office for Asia and the Pacific, 2015, hlm 17-26

Alias, Nur Aziah, 2013, *ICT Development for Social and Rural Connectedness,* Springer, New York

Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS) RI, 2014, *Indonesia Broadband Plan 2014-2019*, Jakarta

London RA, Pastor M, Servon LS, Rosner R. Wallace, 2006, The role of community technology centers in youth skill-building and empowerment. Center for justice, tolerance and community working paper, University of California, Santa Cruz.

Needham, Steven James, "Adapting consumer technology to combat illegal fishing in Timor-Leste", dalam Gerand Sylvester (editor), *Success Stories On Information and Communication Technologies For Agriculture and Rural Development,* Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office for Asia and the Pacific, 2015, hlm 27-36

Paiboonrat, Pisuth, "Mobile GAP Assessment System: New technology for family farms involved in quality assurance schemes", dalam *Success Stories On Information and Communication Technologies For Agriculture and Rural Development,* Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office for Asia and the Pacific, 2015, hlm 37-54

Qiang, Chrisstine, 2008, "Telecommunication and Economic Development", World Bank, Washington, DC

Media business and political business: The Struggle for power towards the 2014 Presidential election in Indonesia

Ludiro Madu
The Department of International Relations
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Indonesia
Email: ludiro@gmail.com

Abstrak

Pemilihan Presiden 2014 telah menunjukkan femomena menarik, yaitu munculnya minat dan partisipasi pengusaha (*business people*) untuk berkompetisi memperebutkan posisi publik tertinggi di Indonesia. Jusuf Kalla, Aburizal Bakrie, Harry Tanusudibyo, dan Surya Paloh adalah beberapa nama pengusaha yang mencalonkan diri sebagai calon presiden dan calon wakil presiden. Tulisan ini berasumsi bahwa peningkatan minat untuk terlibat ke dalam politik lebih disebabkan pada kegagalan demokratisasi paska-1998 menghasilkan aturan-aturan main baru mengenai partisipasi pengusaha dalam kontestasi politik. Demokratisasi paska-1998 memang telah berhasil dalam membatasi atau menghilangkan partisipasi militer dalam politik, namun struktur politik baru itu justru telah membuka struktur kesempatan (*structure of opportunity*) baru bagi pengusaha untuk menjadi politisi. Tulisan ini hendak menganalisis hubungan antara pengusaha dan politik dalam upaya mendominasi kepemilikan dan penguasaan di industi media, baik cetak, elektronik, maupun *online*. Dengan menggunakan analisis mengenai bisnis dan politik, tulisan ini menunjukkan bahwa formasi oligarki politik dan media yang telah berpusat di pengusaha dan politisi tertentu tampaknya merupakan upaya tidak langsung mempersiapkan diri dalam pemilihan presiden 2014. Oleh karena itu, argument tulisan ini adalah bahwa demokratisasi telah meningkatkan kesempatan politik bagi para pengusaha dengan kepemilikan dan penguasaan atas media untuk membangun koalisi dengan politisi dalam rangka mendukung upaya mendapatkan kekuasaan pada pemilihan presiden 2014.

Kata kunci: Indonesia, media kontrol, oligarki, pemilu presiden 2014

Abstract

The 2014 presidential election has interestingly attracted the interest of several business people to participate in the struggle for presidential power in Indonesia. Jusuf Kalla, Aburizal Bakrie, Harry Tanusudibyo, and Surya Paloh are the examples of those business people who will potentially run for the 2014 presidential candidacy. This paper assumes that the increasing interest of business people in politics is due to the failure of post-1998 democratization in effecting new regulations for the involvement of business people in the political arena. While recent democratization has not allowed the participation of military personnel in politics, the post-1998 democratic structure has built new political opportunity for business people to become politicians. With special reference to Indonesia's big business in media, this paper seeks to scrutinize the nexus between big business and politicians in their efforts to dominate the media be it printed, electronic, and online. Using the approach of the link between business and democracy, this development points to the formation of political and media oligarchies which have centered around certain business individuals and politicians as the

preparation for their involvement in the 2014 presidential election. Additionally, analysis on the previous 2004 and 2009 presidential elections are of importance as well in providing the continuation and break-up of coalition patterns among big businesses or conglomerates and politicians. Finally, this paper argues that democratization has increased political opportunity for big businesses in using their media control and ownership for building coalitions with politicians in their quest to capture power in the 2014 presidential elections in Indonesia.

Keywords: *Indonesia, media control, ownership, big business, oligarchy, 2014 presidential election.*

Introduction

Different from the previous elections in the post-1998, the 2014 presidential election has interestingly attracted the interest of several business people to participate in the struggle for presidential power in Indonesia. Conglomerates, especially media business peope, have declared their nominations as presidential and vice presidential candidates, including Aburizal Bakrie (Bakri & Brothers Group), Harry Tanusudibyo (owner MNC Group), and Surya Paloh (Media Group) through Golkar Party, Hati Nurani Rakyat (Hanura) Party, and Nasional Democrat (Nasdem) Party respectively. As for Dahlan Iskan, the Minister of State's Owned-Entreprises and owner of Jawa Pos Group, joined the convention of the ruling Democrat Party for selecting the best candidate for its president. Another media mogul, Chairul Tanjung who owns CT Group (Trans Corp) and the Head of the government's National Economic Commision declined his nomination for joining Democrat Party's convention. This development shows that the post-1998 democratic structure has built new political opportunity for business people to become politicians and, particularly, promoted themselves for running presidential or vice presidential candidate in 2014.

The media business has experienced this unexpected democratic political change in Indonesia. The immediate impact of the 1998 democratization was liberalization of media which, in turn, led to media industrialization (Tomsa, 2007). This tendency raised the issue on media ownership and control, especially those which have been controlled by conglomerate groups. A conglomerate is defined as the combination of two or more companies or businesses which essentially work with each other in creating a final product. Specifically, a media conglomerate describes companies which own a number of other smaller companies in various economic sectors, including media business.

The 1998 political reform gave the new political structure of opportunity for several conglomerate groups to posses and to control various media (Lim, 2012; Nugroho *et.al*., 2012). With special reference to Indonesia's big business in media, this paper seeks to scrutinize the nexus between big business and politicians in their efforts to dominate the media be it printed, electronic, and online. Using the approach of the link between business and democracy, this development points to the formation of political and media oligarchies which have centered around certain business individuals and politicians as the preparation for their involvement in the 2014 presidential election. Finally, this paper argues that democratization has increased political opportunity for big businesses in using their media control and ownership for building coalitions with politicians in their quest to capture power in the 2014 presidential elections in Indonesia.

Political business is defined as conglomerate or big business who actively participate in political parties for the purpose of maximizing their political and economic interest. The political behaviour of big business groups

tends to adjust political structure in which they operate. Under authoritarian Suharto's rule, political participation of business people was influenced by the ruling political party. However, the post-1998 democatization gave different political structure within which business people seems to have more independent and different political manner from the ruling party. Gomez (2002: 3) argues that

> "...following democratization in a number of East Asian countries, the influence of capital over politics has increased appreciably. The changing pattern in the balance of power between capital and the state in democratized countries also appears to have affected the dynamics of policy-making and policy implementation, the form of corporate development, as well as the flow of funds from business into politics. Political funding by business has contributed to a significant rise in the phenomenon of "money politics," that is the use of money in the political arena to secure control over the state in order to influence the distribution of state-generated economic rents. Since political contests are being extremely influenced by access to money, this brings into question the quality of democracy..."

In Indonesia, conglomerate's participation in political parties can be traced back to the 2004 general elections. There is no doubt that many Indonesian politicians have used their position for obtaining economic profit or the fact that they originally have the business background before shifting their status into a politician. However, few or, even, no conglomerates has openly expressed their political interest by joining non-ruling political parties. Jusuf Kalla and Aburizal Bakrie are two big business who turned to be politicians in Golongan Karya (Golkar) Party. It seems to be such a political reality that member of Golkar Party consists of many business people compared to those of other newly established political parties in the Reform era since the Party has been the representation of the New Order era in Indonesia. In its effort for selecting the best candidate for president, the party held a convention which came up with the failure of both political businesses to be the nominated candidated from Golkar Party. In his political manouvre, JK cancelled his participation in the convention and accepted the invitation of SBY for running as his vice presidential candidate. The case of JK shows the success of political business in the first direct democratic presidential election in the country.

The post-1998 democratization has frequently declared as the point of departure for the rearrangement of Indonesia's political, social, and economic structures (Forrester, 1999; Manning & van Dierman, 2000; Madu, 2004; Mietzer & Aspinall, 2010; McLeod & MacIntyre, 2007). This was also the case for the media business, including printed, electronic, and online media. The electronic media had actually been the domain of the government-owned television company (TVRI or Televisi Republik Indonesia) and of a certain politically high-profile business people who were closely related to the former President Suharto. As for the printed media, this television media had also been tightly controlled by the government in order to eliminate its criticism to the government. The shift of tight, strict, and lose control of the authoritarian government to freedom of expression has significantly remarked the post-1998 political reform in Indonesia.

Business people seem to capture democratic political system for their political benefit. While the military has been restricted for its political activities, business people looked at democracy as the opening space for their political expression. The Democratic electoral system has required politicians who run for national leadership to promote their popularity throughout the country. This led to the necessity of politicians to have a strong financial back-up for supporting their campaign.

Since the first democratic general election in 1999, Indonesia people have the opportunity to

participate in three votings in each election. The first is voting for a member of local or provincial parliament. The second chance is voting for national parliament members. The third voting is to elect presidential and vice presidential candidates. The 1999 general election resulted in the emergence of Abdurrahman Wahid and Megawati Sukarnoputri for assuming positions of national leadership. Many members of the national parliament came from business people. There was a growing awareness that political participation needs much more money for political costs which consequenlty attracted more interests of business people to turn into a politician. Being parliament member gave a different political image for business people. Their success in the economic sector is strengthened in their political election for parliament member, either in local/ provincial or national level. Direct involvement of business people in politics in Indonesia reached its momentum with the winning of JK as the vice president at the 2004 election. As the running mate of the elected President Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), JK came out as the first business people who assumed the national political leadership.

While the 2009 presidential election did not manage to result in business people as, either president or vice president, the election attracted the political participation of JK in nominating himself as a presidential candidate. It is interesting to see political rivalries between the then president and vice president for the nomination of the presidency for 2009-2014. JK's failure for presidential position reflected the political opening for business people for vying the highest political position in the country. During the campaign of the 2009 presidential election, Indonesian politics shows fragmentation within business people on which presidential-vice presidential candidate they will elect. A Certain group of business people led by Sofyan Wanandi openly supported the nomination of former Vice President JK for the presidential position. While other groups of business people also disclosed their political support for SBY and Budiono's nomination.

The case of Indonesia shows that media conglomerations became the urgent issue which democratic society has to deal with (Haryanto, 2007; Cahyadi, 2012;). The conglomeration of media seems to build paradoxal tendency of democratization. While the democratic process has been in a transitional phase, it lacks the capacity of regulating and limiting conglomerate's ownership on media and has put democracy at risk. Media take almost full control in determining issues to be published or broadcasted publicly (Haryanto, 2007). Using their own television and other media, a conglomerate could directly advertise his/her vision, programs, and other image building within his/her own media without any strict and strong monitoring from government's institution.

Method

This research uses the descriptive qualitative method. Qualitative research method would try to understand various issues related to the background of the phenomenon, trying to give more meaning or predict the behavior of social or political phenomenon which other persons perceived to the issues (Denzin and Lincoln, 1994: 2). The case of Indonesia is used by focusing on two difference tendencies. The first is that democratization increased the power of media, particularly in the hands of media owners or political business. The second tendency is that democratization promoted the concentration of media ownership and control in the hands of few conglomerates which, in turn, give more room for maneuver for political business to take a political role in the 2014 presidential election. This tendency consequently puts democracy at risk. Although democratization boosted the number of media in Indonesia, this political change also resulted in the danger for democratization itself. Media's concentration brought about the monopoly of information for the interest of the media's owners.

(Media) Political Business in the Making since

1998

The case of Indonesia generally shows two difference tendencies about the link between democratization and media power which increasingly attracted the interest of political business in controlling the media. The first is that democratization increased the power of media in influencing public opinion. The diversity of opinion promoted public awareness on the difference meaning of a fact. The increasing number of media gave the people power to choose the right media for their need of information. The second tendency is that democratization promoted concentration of media ownership and control in the hands of few conglomerates. This tendency consequently puts democracy at risk. Although democratization boosted the number of media in Indonesia, this political change also resulted in the danger for democratization itself. Media's concentration brought about the monopoly of information for the interest of the media's owners. In this case, Indonesia's media conglomerate has the power in managing what kind of information their media would like to broadcast to the public.

After the fall of the Soeharto regime in 1998, political and media climate in Indonesia changed from authoritarian and tight state control to the current situation which has been characterized by liberalization, a highly competitive market, and significantly less state intervention (Heryanto and Adi 2001:1). The growth of Indonesian media was initially marked by the abolition of the Press Licensing System (SIUPP) through President B.J. Habibie's policy in 1999 (Tomsa 2007:3). The following president, Abdurrahman Wahid, unexpectedly eradicated the communication ministry and issued the Press Law Number 40/1999 and Number 32/2002. The Democratic commitment of the latter was supported by the establishment of the Indonesian Broadcasting Commission (Komisi Penyiaran Indonesia/KPI) as the government's partner for monitoring the behavior of media on the application of democratic culture for the interest of the public. Soon after the abolition of the Press Licensing System and the issuance of the Press Law number 40/1999, there was a dramatic increase in the number of media. There were 873 radio stations in 2002, 11 television stations, 186 daily newspapers, 245 weekly newspapers, 279 tabloids, 242 magazines and 5 bulletins in 2003 (Gobel and Eschborn 2005:2).

Interestingly, the media liberalization in Indonesia was characterized by a certain media in a certain period. In the early years of reform era 1998-1999, tabloid was the most favorite media. Starting the year of 2000, tabloid was vanished due to the lack of advertisement and the shift of reading culture from tabloid to a more qualified media, including electronic media such as television and radio. Business people started to invest their money in the electronic media. This shift also indicated the dynamics of printed media business which accounted for only 20 percent of those can take profit, including Kompas-Gramedia, Jawa Pos, and Femina.

Development of printed and electronic media (television) seems to be a paradox. Recently, national printed media has been only owned by several media groups such as Jawa Pos Group, Kompas Gramedia Group, TEMPO Group, Media Indonesia, and Republika. Along with the reducing numbers of printed media in the national level, we can also see the increasing number of electronic media, especially television stations. In the era of Suharto's New Order, Indonesian television media had only been dominated by the government-owned television, namely TVRI. The last ten years of Suharto's rule had shown private television companies which were established by people closed to the first family. In 1989, Bambang Trihatmojo, Suharto's second son, established RCTI as the first private television company in the country. In the following years, other television companies followed to be aired by other first-family members, including SCTV, Indosiar, TPI, and Lativi.

The mushrooming television companies raised optimism of media Indonesia (see table 1). Although the initial development of

media business shows the ownership has been concentrated around politically connected business people of Suharto's family, this electronic media took the interest of other business people. In 2000-2001, five national private companies operated, including Metro TV, TV 7, Trans TV, Lativi and TV Global. In regional level, several local business people also established local private television, such as JTV Surabaya, RTV Pekanbaru, Jak TV Jakarta, and Bali TV Denpasar. One of the most interesting reasons of this television business has been the increasing number of advertisement (Bisnis Indonesia, 5 May 2002).

group in media business outside the circle of the politically connected business group of Suharto's family. With their wide-range control of various media business, those business groups can also be called as media conglomerate or tycoon.

The liberalization and industrialization of media have initially resulted in two opposite opinions among Indonesian media workers or analysts. The first insight comes from those who view the media industrialization as a good sign of the decreasing role and influence of the politically-connected conglomerates, with particular reference to those which closely-related to the Suharto family. The emergence of

Table 1. Indonesia's media industrialization in television business

TV channels	First on air	Current status	Market share %	
TVRI	1962	State/Independent	1.4	1.4
RCTI	1987	Merged (MNC)	19	36.7
Global TV	2001	Merged (MNC)	5.1	
MNCTV (formerly TPI)+	1990	Merged (MNC)	12.6	
SCTV	1989	Merged (EMTEK)+	17.3	31.5
Indosiar	1995	Merged (EMTEK)+	14.2	
Trans TV	2001	Merged (TransCorp)	12.1	18.5
Trans 7	2001, *re-launch in* 2006	Merged (TransCorp)	6.4	
TVOne (formerly Lativi)	2001	Merged (Bakrie/MM Group)+	4.5	8.7
antv	1993	Merged (Bakrie/MM Group)+	4.2	
Metro TV	2000	Media Group/Independent	1.9	1.9

Source: Merlyna Lim, *The League of Thirteen: Media Concentration in Indonesia*, http://merlyna.org/?p=2580, diakses pada 4 September 2012.

Following the increasing number of television business in the democratic era, media business in Indonesia has gradually, but surprisingly, showed that the media ownership has concentrated in several groups of big business or conglomerates (Nugroho *et.al*, 2012; Lim, 2012). Similar to Lim's research, Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG) found that 12 groups of big business have dominated almost all channels of media in Indonesia (see table 2). They are MNC, Media Group, Jawa Pos Group, Kompas-Gramedia Group, Mahaka Media Group, Elang Mahkota Teknologi, CT Corp, Visi Media Asia, Media Group, MRA Media, Femina Group, Tempo Inti Media dan Beritasatu Media Holding. These 12 big business groups have inevitably confirmed the emergence of the new business

Mahaka Group, Trans Corpora, and the MNC Group have raised the issue of the increasing capitalistic considerations in building the media business ---especially those who built television media empire--- instead of political motives of the elite groups.

On the other hands, the emergence of the new media tycoons also reflected the potential danger of the on-going democratization in Indonesia in the name of media industrialization, especially with the issue of the concentration of media ownership in the hands of several conglomerates. The economic motives of building media empire have inevitably put democratic values or culture into risk. In the realm of journalism, the media liberalization which resulted in the emergence of the media

Table 2. Big business' ownership and control in media in Indonesia

No	Group	TV	Radio	Media Cetak	*Online* Media	Bisnis lainnya[a]	Pemilik
1	Global Mediacomm (MNC)	20	22	7	1	Produksi konten, Distribusi konten, *Talent Management*	Hary Tanoesoedibjo
2	Jawa Pos Group	20	n/a	171	1	Paper Mills, Printing Plants, Power Plant	Dahlan Iskan, Azrul Ananda
3	Kelompok Kompas Gramedia	10	12	88	2	Property, Jaringan toko buku, Manufaktur, *Event Organiser*, Universitas	Jacob Oetama
4	Mahaka Media Group	2	19	5	n/a	Event Organiser, PR Konsultan	Abdul Gani, Erick Thohir
5	Elang Mahkota Teknologi	3	n/a	n/a	1	Telekomunikasi dan IT solutions	Sariatmaadja Family
6	CT Corp	2	n/a	n/a	1	Financial Services, Lifestyle and Entertainment, sumber daya alam, Properti	Chairul Tanjung
7	Visi Media Asia	2	n/a	n/a	1	Sumber daya alam, *network provider*, Properti	Bakrie & Brothers
8	Media Group	1	n/a	3	n/a	Properti (Hotel)	Surya Paloh
9	MRA Media	n/a	11	16	n/a	Retail, Properti, *Food & Beverage*, Otomotif	Adiguna Soetowo & Soetikno Soedarjo
10	Femina Group	n/a	2	14	n/a	Talent Agency, Penerbitan	Pia Alisjahbana
11	Tempo Inti Media	1	n/a	3	1	Produksi dokumenter	Yayasan Tempo
12	Beritasatu Media Holding	2	n/a	10	1	Properti, pelayanan kesehatan, TV kabel, *Internet service provider*, Pendidikan (Universitas)	Lippo Group

Source: Yanuar Nugroho (et.al.), *Memetakan Lansekap Industri Media Kontemporer di Indonesia*, Centre for Innovation Policy and Governance, Jakarta, 2012.

tycoons is a new threat to the press freedom. The media conglomerates are an opposing threat to press freedom in itself, leaving a large imbalance of power with limited checks and balances (the Jakarta Globe, 2012).

The above-mentioned development in media industrialization shows the way democratization has generally created the structure of political opportunity for conglomerates for increasing their business in media industry without any control of the government (Nugroho, 2012). In the name of liberalization, these media conglomerates made use their power of capital to appropriate the on-going Indonesia democratic reform for their own profit. Following the logic of capital, these conglomerates have accumulated their economic profit they gained from media business (Irianto, 2005; Madu, 2012). They did not stop their media ownership in a certain media sector. They, however, have strongly tried to concentrate all media sectors within their conglomerations. These practices of appropriation have, in turn, developed their significant control and ownership of media industry. This tendency shows that Indonesia's democratization has unlikely been able to manage and arrange media industry for the sake of public interest.

Business' participation in the 2014 Presidential Election

The increasing political interest of business people, particularly media big business or conglomerates, has been reflected in their potential participation in the 2014 presidential and vice presidential election. At least, five media moguls have declared their interests for both political positions, including Aburizal Bakrie (the owner of Bakrie & Brothers and Golkar Party's leader, declared presidential position), Harry Tanusudibyo (owns MNC Group and Hanura Party nominated him for vice president), Dahlan Iskan (owns Jawa Pos Group, Minister of State's Owned Enterprise, joined Democrat Party's convention for its presidential candidates), Surya Paloh (owner of Media

Group, founder and presidential candidate from Nasional Demokrat Party) (see table 3). Other business people, but without ownership in the media industry, who are interested in the 2014 presidential election are Jusuf Kalla (Kalla Group) and Gita Wirjawan (Ancora Group). Gita Wirjawan, who was the Minister of Trade, nominated himself for the presidential candidate through the internal convention of Democrat Party. Of course, the 2014 presidential election also attracted other candidates with a military background, such as Wiranto, Prabowo, Joko Suyanto, and Endriastono through different political parties.

has strongly tried to oppose negative coverage on Sidoarjo mud-flow disaster. Bakrie has been predicted to promote his political intention for running a presidential candidate in the next 2014 election via his media group. The massive use of media for the political campaign has made Indonesia's Broadcasting Commission issued warning for several television companies, such as Metro TV, TVOne, and MNCTV.

One of the most problematic issues is about the content of media (Masduki 2014). Basically, media independence in general election, including the 2014 Presidential election is a must. The problems in its contents, however,

Tabel 3. Big business, media ownership, and political parties

No.	Owner	Business Group	Television	Political Party	Nomination
1	Aburizal Bakrie	Bakrie & Brother	TVOne, ANTV	Golkar	President
2	Harry Tanusudibyo	MNC	MNCTV, RCTI	Hanura	Vice President
3	Suryo Paloh	Media	MetroTV	Nasdem	President
4	Dahlan Iskan	Jawa Pos	JTV	Democrat	President
5	Chairul Tandjung	CT Corp	TransTV, Trans7TV	Democrat	President

These conglomerates have used media within their group for marketing their political interests. Surya Paloh, for instance, has frequently used his media ---Metro TV and Media Indonesia daily--- for voicing his Nasional Democrat (Nasdem) Party. Another media tycoon is Harry Tanoesoedibyo, the owner of MNC Group. Possessing several television stations (RCTI, Global TV, MNC TV with its several channels), Seputar Indonesia's daily, and radios would make him easier to promote his nomination as Vice Presidential candidate and his Hanura Party. Looking at political strategy of Harry Tanusudibyo was very interesting. Harry Tanusudibyo formerly joined Surya Paloh in Nasdem Party, but internal friction led the first move to Hanura Party with its chairman Wiranto run for the presidential candidate and Tanusudibyo for vice presidential candidate. This is also the case for Aburizal Bakrie with his media group

occur when media are used by the owners for practical politics. The case of Indonesia's political business in the struggle for power through the 2014 Presidential election interestingly portrayed dynamic frictions among media which was potentially steered by media owners. Their direct and indirect participation of political business in the elections also revealed the problems of provocative contents of media which were based on the political inclination of media owners. Bakrie's media of TV One, for instance, directly was directly in oppositional stance from Paloh's media of Metro TV, including other media, such as Kompas TV, MNC TV, AN TV. This tendency also occurred in other forms of media in Indonesia during and after the 2014 Presidential election as the political consequences of the media owners' political support to Presidential candidates, ie. Prabowo Subianto and Joko Widodo.

The momentum of political opportunity

was presented by the result the 2004 Presidential Election, although it failed in bringing about political regulation and agreement. The first direct and democratically-elected Presidential and Vice Presidential Election raised Susilo Bambang Yudhoyono and Jusuf Kalla respectively for the President and Vice President of Indonesia. The 2004 election presented the first business people, Jusuf Kalla (generally called 'JK'), in the political position of Vice President. Both president and vice president were initially agreed on dividing the authority of managing economic issues in the hands of JK and political-security affairs in the hands of SBY. They, however, failed in sustaining the division of the authorities and in arranging regulations for politicians to do business and for business people to have political activism. The further political development also shows that several media tycoons revealed their political inclinations for promoting their interests in the 2014 presidential election (Adrianto, 2012; Madu, 2012).

This also figures out the general pattern of business people's political activity in, both authoritarian and democratic political system. In an authoritarian regime, business people did not openly express their political interest. They quitely organized themselves in a business association which has been dictated collectively and personally by the government in order to follow and support the ruling party, Golkar. During the new order era, it is impossible to figure out the support of business group towards non-ruling political parties. Otherwise, the conglomerates would have found them difficult to develop their business. Eklof (2002: 237) revealed that

> "During the Suharto era, carefully staged general elections were held every fifth year, which invariably produced large victories for the government's electoral vehicle, Golkar. Golkar's main patron was President Suharto, who provided the organization with financial resources, much of which consisted of contributions from the corporate sector and which were channeled through the *yayasan* which the president controlled. A large part of Golkar's funding from the business community and other sources..."

However, the democratic political system has unlocked their political activities by putting themselves in different political parties. Business people found the democratic political system has made them possible to join and become the leader of a political party outside Golkar Party. Media owner with their various political interests used their television to advertise their profile and compete with other for political power. Media mogul became the chairman, influential member, and, of course, the founder-and-owner of a political party. The fact that the ruling party, Democrat Party, does not have media (particularly television company) or no media has directly declared its support for the party has made it difficult for struggling and maintaing its political image. In its rivalries to other political parties, almost all conglomerates tend to be critical of various government's policies.

Conclusion

Democratization has increased political opportunity for big businesses in using their media control and ownership for building coalitions with politicians in their quest to capture power in the 2014 presidential elections in Indonesia. On behalf of democratization, Indonesia's media has significantly increased in numbers and attracted Indonesia's conglomerates to dominate media ownership and control. This led to the increasing position of their power bargaining, particularly in attracting politicians with the purpose of building a political coalition. Business people also managed to take advantage of using political parties as their political vehicle for running presidential and vice presidential candidates. Approaching the 2014 presidential election, Indonesian politics shows media tycoons has taken the most benefit of democracy for vying with other tycoons and candidates for the highest political position in the country. There is no

more such a political 'taboo' for business people to struggle for presidential or vice presidential position in Indonesia.

References

Adrianto, Fadjar. (2012). "Pemilihan Presiden: Pebisnis Calon Presiden 2014". Jakarta: *Warta Ekonomi*. 23 Agustus-5 September.

Aspinall, Edward & Marcus Mietzner. (2010). *Problems of Democratisation in Indonesia: Elections, Institutions and Society*. Singapore: ISEAS.

Cahyadi, Firdaus. (2012). "Konglomerasi Media dan Politik Oligarki." Lihat http://www.satudunia.net/content/konglomerasi-media-dan-politik-oligarki, diakses 5 September 2012.

Denzin, Norman K, and Yvonna S. Lincoln (Eds.). 1994. *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

Eklof, Stefan, (2002). "Politics, business, and democratization in Indonesia". In Edmund Terence Gomez (ed.). *Political Business in East Asia*. Routledge: London & New York. 216-49

Forrester, George. (1999). *Post-Soeharto Indonesia: Renewal or Chaos?* Singapore: ISEAS.

Gobel, R & Escborn, N 2005, *Indonesia: KAF Democracy Report 2005*, http://www.kas.de/upload/Publikationen/KAF-dem-rep2005_3-7.pdf. diakses 6 September 2012

Gomez, Edmund Terrence (ed.). 2002. *Political Business in East Asia*. Routledge: London & New York.

Haryanto, Ignatius. (2007). "Kepemilikan Media Terpusat dan Ancaman terhadap Demokrasi." Lihat http://yudhitc.wordpress.com/2007/06/13/65, diakses 4 September 2012.

Heryanto, Ariel & Stanley Yoseph Adi (2001). "The Industrialization of the Media in Democratizing Indonesia." *Contemporary Southeast Asia*. 23 (2). August.

Lim, Merlyna. (diakses 4 September 2012). *The League of Thirteen: Media Concentration in Indonesia*. http://merlyna.org/?p=2580.

Madu, Ludiro. (2004). "The Politics of Conglomerates in Democratising Indonesia: New Patronages and Old Actors." Paper presented at the *15th Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia* (ASAA), Australia National University. Canberra. Australia.

……. (2012). "Media Conglomeration and Government Nexus in the Post-1998 Indonesia: Does Democratic Culture Matter?" Paper presented at the "*Jogja International Conference on Communication (JICC) 2012*". University of Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Indonesia.

Manning, Chris & Peter van Diermen. (2000). *Indonesia in Transition: Social Aspects of Reformasi and Crisis*. Singapore: ISEAS.

Masduki. 2014. "Media Conglomeration and Political Intervention In 2014-General Election of Indonesia". *GSTF Journal on Media & Communications* (JMC), 2 (1).

Nugroho, Yanuar (et.al.). (2012). *Memetakan Lansekap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance.

Rianto, Puji. (2005). "Jurnalisme dalam Tatanan Neoliberal dan Krisis Demokrasi". Dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Yogyakarta: FISIPOL UGM. 9 (1).

The Jakarta Globe. (2012). http://www.thejakartaglobe.com/Indonesia/media- conglomerate-a-threat-to-press-freedom-and-diversity-journalists/362042, accessed 28th August.

Tomsa, Dirk. (2007). "Party Politics and the Media in Indonesia: Creating a New Dual Identity for Golkar'." Dalam *Contemporary Southeast Asia*. 29 (1).

Dinamika transformasi Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) menjadi lembaga Penyiaran Publik (LPP)

Iik Ervan Harwanto
Ilmu Komunikasi Pascasarjana Univeritas Sebalas Maret Surakarta
Email: ervanharw@gmail.com

Abstract

RRI and TVRI, RKPD is a local government owned broadcasting entity that turns into a publicly owned broadcasters., As mandated in Law No. 32 of 2002 on broadcasting. RKPD has a new status as the Institute for Local Public Broadcasting. This rule provides more space for the public to obtain information or take advantage of the Local LPP as a medium for sharing information to the public. This study aims to determine how the process of change of RKPD into Local LPP in realizing his true identity as a publicly owned institution capable of guaranteeing the public's right to information and perform the function disclosure of information on the area. The research method is descriptive qualitative. The analysis carried out in the case study on changes RKPD of Magetan regency become Public Local Radio, namely "Magetan Indah" radio in Magetan regency East Java. The study found that the complex dynamics in the process of transformation of RKPD into local LPP. Formal legally, Local Radio " Magetan Indah" have gone through the process of transformation either to become a publicly owned institution. Operationally found many things that come from internal and external challenges in the realization of identity as a publicly owned institution in full.

Keywords: *public broadcasting, local radio, information disclosure, Radio "Magetan Idah", public transformation*

Abstrak

RRI dan TVRI, RKPD adalah badan penyiaran milik pemerintah daerah yang berubah menjadi lembaga penyiaran milik publik., sesuai dengan yang diamanatkan dalam Undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran. RKPD memiliki status baru sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal. Aturan ini memberikan ruang lebih luas kepada publik untuk mendapatkan informasi ataupun memanfaatkan LPP Lokal sebagai media untuk berbagi informasi kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses perubahan dari RKPD menjadi LPP Lokal dalam mewujudkan jati dirinya sebagai lembaga milik publik yang mampu menjamin hak-hak publik akan informasi serta menjalankan fungsi keterbukaan informasi di daerah. Metode penelitian adalah deskriptif kualitatif. Analisis yang dilakukan dalam studi kasus pada perubahan RKPD Magetan menjadi LPP Lokal Radio Magetan Indah di Kabupaten Magetan Jawa Timur. Hasil penelitian menemukan dinamika yang kompleks pada proses transformasi dari RKPD menjadi LPP Lokal. Secara legal formal, LPP Lokal Radio Magetan Indah telah melewati proses transformasi secara baik untuk menjadi lembaga milik publik. Secara operasional ditemukan berbagai hal yang berasal dari internal dan eksternal yang memberikan tantangan dalam terwujudnya jati diri sebagai lembaga milik publik secara penuh.

Kata kunci: penyiaran publik, LPP Lokal, keterbukaan informasi, Radio Magetan Indah, publik, transformasi

Pendahuluan

Negara dan kebutuhan rakyat adalah dua hal yang saling berhubungan erat. Negara diibentuk dengan tujuan salah satunya adalah untuk memenuhi kebutuhan rakyat. Kebutuhan rakyat ini bukan hanya kebutuhan fisik semata namun juga kebutuhan non fisik diantaranya kebutuhan akan informasi. Pemenuhan kebutuhan akan informasi saat ini telah menjadi isu pokok. Masyarakat sekarang telah berkembang dan membutuhkan informasi yang tidak hanya benar dan akurat namun juga harus cepat dan dapat dipertanggungjawabkan. Namun demikian dengan berbagai alasan, informasi yang seperti disebutkan kadang masih menjadi barang langka ditengah persaingan dan kepentingan industri media informasi yang semakin kompleks. Untuk itulah pemerintah sebagai elemen paling mapan di negeri ini serta sebagai perpanjangan tangan dari mandate rakyat diharuskan mampu mengakomodir kebutuhan tersebut.

Kebijakan yang diambil pemerintah di bidang informasi merupakan upaya untuk mewadahi kebutuhan masyarakat dalam menyampaikan pendapat. Disamping itu tentu saja juga untuk memperoleh informasi melalui penyiaran. Hal ini sebagai salah satu perwujudan hak kehidupan masyarakat, berbangsa dan bernegara berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Terbitnya peraturan yang telah berumur lebih satu dekade, yaitu Undang-undang nomor 32 tahun 2005 tentang penyiaran. Pada hakikatnya UU ini merupakan produk kebijakan untuk mewujudkan maksud pemenuhan kebutuhan informasi publik. Dengan adanya aturan ini maka memberikan ruang lebih luas kepada publik mengakses informasi.

Sebagai peraturan pelaksana diterbikan Peraturan Pemerintah nomor 11 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik. Dalam PP tersebut diatur bahwa Televisi Republik Indonesia (TVRI) dan Radio Republik Indonesia (RRI) ditetapkan sebagai Lembaga Penyiaran Publik (LPP). Sementara itu di daerah, stasiun radio dan televise milik pemerintah daerah diharuskan merubah statusnya menjadi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPP Lokal). Peraturan teknis ini memungkinkan masyarakat di daerah mengakses informasi ataupun memanfaatkan LPP Lokal sebagai media untuk membagi informasi kepada masyarakat yang lebih luas.

Setelah melewati lebih dari satu dekade sejak keluarnya aturan perundangan tersebut, masih menyisakan permasalahan berkaitan dengan proses transformasi dari Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) menjadi LPP Lokal. Awal mula pendirian RKPD agar Pemerintah Daerah memiliki media penerangan serta penyiaran informasi dan komunikasi kepada masyarakat. Jadi RKPD dimiliki dan dikelola sepenuhnya untuk kepentingan Pemerintah Daerah. Hal ini menyebabkan perubahan status dari RKPD yang sepenuhnya dikuasai pemerintah ke LPP Lokal sebagai lembaga milik publik menjadi hal yang tidak semudah dan sesederhana membalikkan tangan.

Kondisi tersebut terjadi di LPP Lokal Radio Magetan Indah. Radio yang didirikan oleh Pemerintah Kabupaten Magetan di Propinsi Jawa Timur ini memang telah merubah statur dari RKPD menjadi LPP Lokal. Perubahan status tersebut diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 6 tahun 2010 tentang Pembentukan Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Magetan Indah. Namun demikian perubahan status tidaklah cukup untuk mewujudkan Radio Magetan Indah secara penuh sebagai lembaga milik publik yang mampu menjamin hak-hak publik akan informasi serta sebagai ujung tombak keterbukaan informasi di daerah. Masih banyak sisi LPP Lokal Radio Magetan Indah baik dari sisi kelembagaan, operasional, organisasi serta reposisi hubungannya dengan pemerintah daerah yang perlu dicermati agar sepenuhnya mampu mewujudkan tujuan dimaksud.

Berdasarkan hal-hal diatas, permasalahan dirumuskan untuk mengetahui bagaimana proses perubahan dari RKPD menjadi LPP Lokal. mewujudkan jati dirinya sebagai lembaga milik publik yang mempu menjamin hak-hak publik

akan informasi serta sebagai ujung tombak keterbukaan informasi di daerah. Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan melakukan studi kasus di LLP Lokal Radio Magetan Indah. Pemilihan lembaga penyiaran ini berdasarkan proses panjang yang telah dilalui LPP Lokal Radio Magetan Indah sejak awal pendiriannya sebagai radio milik pemerintah hingga keberadaannya pada saat ini sebagai lembaga publik.

Metode Penelitian

Bentuk pengumpulan data pada penelitian studi kasus menggunakan beragam sumber seperti wawancara, pengamatan, dokumen dan artefak (Cresswell, 2013: 146). Berdasar hal tersebut, data diperoleh pada kajian ini didapatkan melalui berbagai cara. Pertama dilakukan dengan studi literatur. Kemudian observasi lapangan serta wawancara mendalam (indepth interview) dengan pemangku kebijakan dan pengelola LPP Lokal Radio Magetan Indah. Penggalian data juga dilakukan melalui studi dokumen seperti peraturan-peraturan yang berlaku, dan dokumen yang dimiliki LPPL Radio Magetan Indah.

Sumber data utama dalam kajian ini yaitu dokumen dan arsip, yang meliputi seluruh peraturan penundang-undangan yang terkait dengan LPP Lokal Radio Magetan Indah, termasuk didalamnya Perda, Keputusan Bupati, dokumen kelayakan serta dokumen teknis kepenyiaran. Sumber utama kedua adalah informan, dalam hal ini pengelola LPP Lokal Radio Magetan Indah, pemangku kebijakan, maupun stakeholders lainnya. Untuk memeroleh simpulan, terhadap data yang telah diperoleh selanjutnya dilakukan analisis. Strategi analisis dilakukan dengan menganalisis data melalui deskripsi tentang kasus dan tema. Hal ini sesuai dengan yang dijabarkan oleh Creswell (2013: 146).

Hasil dan Pembahasan

Pemilihan media radio untuk memenuhi kebutuhan akan informasi masyarakat bukan tanpa alasan. Dalam hal ini komunikasi yang terjadi merupakan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah proses pada organisasi media untuk memproduksi dan menyampaikan pesan kepada publik secara luas dan dalam proses tersebut pesan disampaikan, digunakan, dimengerti dan mempengaruhi khalayak (Littlejohn, 2011 : 333). Terdapat berbagai pilihan media yang dapat dimanfaatkan suatu badan atau organisasi dalam menyampaikan pesan tertentu kepada masyarkat luas untuk mencapai tujuan tertentu di masa selanjutnya. Media merupakan pembentuk (*constractors* atau *shapers)*, yakni keyakinan bc ahwa isi yang disebarkan oleh media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi masa depan masyarakat (Ibrahim, 2014 : 3).

Komunikasi massa biasanya dilakukan dengan memanfaatkan media massa. Mesia Massa merupakan sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pessan kepada masyarakat luas. Media dalam kaitanya sebagai alat atau sarana komunikasi memiliki berbagai bentuk. Koran, radio dan televisi pada dasarnya dalam konteks ini merupakan saluran atau medium teknologi (Nasrullah, 2014;5).

Berbeda dengan media massa cetak ataupun internet yang mengharuskan penikmatnya untuk tidak buta aksara, radio siaran dapat dinikmati dimana saja, kapan saja dan oleh siaa saja. Tidak mengherankan bila radio siaran merupakan media yang dapat diakses oleh sebagian besar masyarakat secara efektif.

Lebih jauh, radio siaran yang secara serempak dapat mencapai rakyat banyak seketika, telah menimbulkan dampak besar terhadap politik, sosial, ekonomi, kebudayaan, pendidikan dan militer (Effendy, 1990: 34). Selain itu, materi siaran dari sebuah stasiun radio juga memiliki beberapa keunggulan (Rahmadi, 1992: 89). Siaran radio mempunyai kekuatan mengutarakan gagasan atau pendapat secara sederhana dan langsung. Materi siaran radio bersifat sangat luwes (fleksibel) karena mudah dikoreksi, ditambah atau ditulis kembali sebelum siaran. Keunggulan lain pada dasarnya radio

telah mempunyai khalayak khusus.

Perubahan status dari RKPD menjadi LPP Lokal tentu juga membawa pengaruh tersendiri. Perubahan selama transformasi ini kan melalui berbagai tahapan dan proses yang kadang amat kompleks. Memiliki status yang baru setelah bertahun-tahun telah mapan dan selanjutnya menjadi bentuk organisasi publik, LPP Lokal tidak bisa melakukan perubahan secara parsial. Perubahan harus dilakukan secara menyeluruh dari berbagai sisi atau yang biasa disebut dengan refomasi administratif. Mohaddeseh Fadayi dan Nazanin Mahammadvand Golujeh dari Islamic Azad University dalam artikel ilmiahnya mengatakan, reformasi administratif mengarah pada system organisasi, segala hal yang berkaitan dengan pihak-pihak di organisasi, bagaimana serta membicarakan konteks perencanaan perubahan yang mengacu pada peningkatan kinerja yang lebih baik (Fadayi dan Golujeh, 2015: 61).

Sebagai ujung tombak pelayanan penyiaran bagi masyarakat, secara ideal perubahan status harus dilakukan segera. Namun demikian perubahan ini tiak dapat dikatakan dengan mudah. Menurut Kenneth Murphy, Lembaga penyiaran publik sangat memperhatikan kemasyarakatan dan selalu menyediakan ruang publik secara jelas. Pada saat yang sama hal ini dapat menyebabkan permasalahan tertentu dalam hubungannya secara kelembagaan (Murphy, 2007 : 347).

Semangat pembentukan lembaga penyiaran publik sangat berkaitan dengan banyak hal serta kominten seluruh pihak yang terkait. Dalam transformasi sistem penyiaran, Atie Rachmiatie dalam artikel ilmiahnya berjudul Konsistensi Penyelenggaraan RRI dan TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik, menjelaskan secara makro dan mikro; makro terkait dengan sistem politik, sistem ekonomi dan sistem kenegaraan lainnya; sedangkan mikro terkait dengan sistem kelembagaan internal dalam penyelenggaraan lembaga penyiaran seperti masalah SDM, masalah aturan atau regulasi serta kebijakan, masalah pendanaan, masalah teknis, program dan isi siaran " (Rachmiatie, 2006: 282).

Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Magetan Indah berlokasi di Kawasan Gedung Olah Raga (GOR) Ki Mageti Jalan Yosonegoro Magetan. Awal mula dibentuk oleh Pemerintah Kabupaten Magetan dengan status sebagai Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) Kabupaten Magetan dengan *sebutan udara* RKPD Magetan Indah AM 774.

Cerita panjang LPP Lokal Radio Magetan Indah dimulai dari *Radio Amateur* II (Rama II). Radio ini didirikan dan dipimpin langsung oleh Bupati Magetan pada tahun 1960-an. Pada tanggal 10 September 1969, Boediman, Bupati Magetan kala itu mengeluarkan Surat Keputusan Nomor Sec/44/69. Keputusan tersebut menyatakan merubah Rama II menjadi Radio Pemerintah Daerah (RPD) Kabupaten Magetan. RPD ini disebut juga sebagai Radio Chusus Pemerintah Daerah (RCPD) Kabupaten Magetan pada tanggal 11 September 1969. Keputusan ini diperkuat oleh Keputusan DPRD Gotong Royong kabupaten Magetan melalui surat nomor DPRD-GR/26/23/'69 tertanggal 29 September 1969 yang menyetujui bahwa berdirinya Radio Pemerintah Kabupaten Magetan terhitung tanggal 11 September 1969. Di kemudian hari, dengan adanya penerapan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD), nama RCPD disesuaikan menjadi Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) Kabupaten Magetan dan dengan nama penyebutan udara RKPD AM 747 Radio Magetan Indah.

RKPD Kabupaten Magetan menjalankan peran dan fungsi sebagai media informasi, pendidikan, penerangan serta hiburan. Dalam kedudukannya ini RKPD berperan sebagai media yang efektif dan sepenuhnya berpihak kepada pemerintah sebagai penyampai pesan kepada masyarakat. Dapat dikatakan RKPD bertindak sebagai *corong* pemerintah. Seperti halnya media *plat merah* kala itu, RKPD berkewajiban menyampaikan program-program pemerintah secara *top-down.*

Hingga tahun 1980-an, RKPD Kabupaten Magetan berkembang pesat sebagai media

informasi di daerah dan juga media hiburan yang dinanti-nantikan banyak pendengarnya. Hal ini didorong kondisi pada saat itu teknologi radio sedang berkembang dan belum ada stasiun radio lainnya sebagai kompetitor.

Studio RKPD Magetan Indah berlokasi di Jalan MT Haryono 1 Magetan, Jawa Timur dan dikelola oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Magetan. Namun seiring waktu dengan kuatnya tekanan isu privatisasi pada akhir decade 1980-an, RKPD Magetan Indah AM 774 dikelola oleh pihak ketiga (swastanisasi) selama 10 tahun mulai tahun 1989 hingga 1999. Pada 2000 hingga tahun 2007 RKPD Magetan Indah AM 774 kembali dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Magetan dibawah naungan Bagian Informasi dan Kehumasan (saat ini Bagian Humas dan Protokol) Sekretariat Daerah Kabupaten Magetan.

Seiring dengan hal tersebut, di wilayah Magetan juga mulai muncul radio – radio swasta sebagai kompetitor RKPD Magetan Indah AM 774. Sesuai dengan selera pasar, radio-radio swasta tersebut umumnya menggunakan jalur frekuensi sedangkan RKPD Magetan Indah AM 774 masih AM (*Amplitude Modulation*). Hal ini menyebabkan pemasang iklan dan juga pendengar banyak yang beralih ke Radio swasta yang menggunakan FM (*Frequency Modution)*. FM mempunyai gelombang yang lebih pendek daripada AM namun kualitas suara yang dihasilkan lebih jernih. Kenyataan tersebut menyebabkan sumber dana dari siaran iklan menjadi semakin berkurang dari waktu ke waktu. Di lain pihak, pembiayaan RKPD Magetan Indah AM 774 sangat bergantung dari pendapatan iklan karena dana siaran dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Magetan sangat terbatas. Demikian pula dengan pendengar yang beralih ke radio radio FM sehingga membuat RKPD semakin ditinggalkan pendengar.

Pemerintah Kabupaten Magetan sebagai pemilik radio, mulai merencanakan untuk merubah jalur frekuensi siaran dari AM menjadi FM. Pada tahun 2003, Pemerintah Kabupaten Magetan mengajukan permohonan untuk menggunakan frekuensi FM 104,00 MHz. Karena frekuensi tersebut digunakan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) untuk siaran nasional, maka pada tahun 2007, Balai Monitor Surabaya menyarankan RKPD Magetan Indah menggunakan frekuensi FM 104,9 MHz sehingga pendengar dan pemasang iklan semakin bertambah.

Selain itu, untuk mengatasi masalah umur studio dan peralatan yang telah uzur, Pemerintah Kabupaten Magetan membuat studio baru untuk RKPD Magetan Indah dengan lokasi di Gedung Olah Raga (GOR) Ki Mageti Jalan Yosonegoro Magetan. Studio ini dilengkapi dengan peralatan siaran, pemancar serta peralatan penunjang sesuai dengan standar penyiaran modern. Tidak tanggung-tanggung, peralatan standar penyiaran didatangkan *built up* dan juga didukung oleh menara pemancar setinggi 30 meter. Dengan studio dan perlengkapan yang sepenuhnya baru ini jangkauan siaran dapat mencapai seluruh wilayah Kabupaten Magetan yang memiliki topografi dataran tinggi berbukit-bukit.

Kemudian untuk menyesuaikan dengan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD) Kabupaten Magetan dirubah statusnya menjadi Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Magetan Indah melalui Peraturan Daerah Kabupaten Magetan Nomor 6 tahun 2010.

Permasalahan tidak berhenti samai disini. Terdapat berbagai persoalan yang ditemui dalam kajian di lapangan. Dari sisi kelembagaan meliputi kedudukan Radio Magetan Indah sebagai LPP Lokal secara legal formal. Untuk sisi operasional meliputi pendanaan dan teknis kepenyiaran. Sementara sisi organisasi meliputi struktur organisasi. Dan tidak kalah besar pengaruhnya adalah hubungan Radio Magetan Indah dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Magetan setelah perubahan status menjadi LPP Lokal.

Sisi kelembagaan yang meliputi kedudukan Radio Magetan Indah sebagai LPP Lokal secara hukum telah disyahkan melalui Peraturan Daerah Nomor 6 tahun 2010 tentang

Pembentukan Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Magetan Indah. Perda ini diterbitkan Pemerintah Kabupaten Magetan pada tanggal 11 November 2010.

LPP Lokal Radio Magetan Indah juga telah mengajukan perizinan. Proses pengajuan izin penyiaran ini telah menyelesaikan tahap pemberian rekomendasi kelayakan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Dengan dimilikinya rekomendasi, LPP Lokal Radio Magetan Indah saat ini menunggu keluarnya Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP).

Untuk sisi operasional dari segi pendanaan LPP Lokal Radio Magetan Indah memiliki sumber-sumber pendanaan misal dari iklan, jasa penyiaran ataupun dana partisipasi publikasi misalnya pengumuman kehilangan, pengumuman panggilan, pengumuman kegiatan instansi pemerintah maupun lembaga non pemerintah. Pendapatan lain diperoleh dari *blocking time,* produksi spot iklan ataupun acara siaran langsung di luar studio yang membutuhkaan dukungan dana dari pihaak penyelenggara acara. Pendapatan penting berasal dari APBD Kabupaten Magetan. Bahkan, untuk pendapatan dari non APBD diharuskan mengikuti mekanisme keuangan pemerintah. Pendapatan-pendapatan tersebut harus disetorkan ke daerah dalam bentuk PAD. Target pencapaian PAD dengan nominal Rp 27 juta per tahun ini menjadi beban tersendiri bagi LPP Lokal Radio Magetan Indah.

Khusus untuk pendanaan yang berasal dari APBD dan karena LPP Lokal Radio Magetan Indah masih menginduk pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Magetan. Secara teknis LPP Lokal Radio Magetan Indah dikelola sub bagian pelayanan dan media informasi. Pos anggaran berada pada program optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi, kegiatan LPPL Radio Magetaan Indah. Masih bergabungnya pos anggaran di Bagian Humas dan Protokol berbagai interpretasi yang tumpang tindih. Beberapa pihak berpendapat seharusnya anggaran untuk LPP Lokal Radio Magetan Indah tidak digabung dengan Bagian Humas dan Protokol namun disalurkan melalui format tersendiri karena telah berbentuk lembaga tersendiri.

Cakupan jangkauan siaran LPP Lokal Radio Magetan Indah meliputi wilayah Kabupaten Magetan. Hal ini telah sesuai dengan ketentuan yang tercantum pada Peraturan Pemerintah nomor 11 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik pada pasal 16 ayat (1). Cakupan jangkauan ini membawa pegar`uh tidak langsung kepada target sasaran pendengar yang ingin dicapai yaitu seluruh lapisaan masyarakat Kabupaten Magetan. Dan secara logis, target pendengar atau khalayak sasaran ini dikhususkan pada penduduk Kabupaten Magetan yang memiliki pesawat radio. Dikarenakan jumlahnya berubah-ubah dan tidak ada sensus kepemilikan pesawat radio maka khalayak pendengar tidak bisa ditentukan secara pasti.

Waktu siaran yang dipergunakan LPPL Radio Magetan Indah dimulai pada pukul 05.00 sampai dengan pukul 24.00 setiap hari kecuali pada hari Sabtu dengan waktu siar 24 jam. Format siaran menitikberatkan pada informasi, berita, hiburan dan pendidikan serta penyuluhan. Secara lebih rinci, siaran hiburan dan musik mendominasi sebanyak 30%, diikuti oleh siaran penerangan atau informasi sebesar 20%, siaran pendidikan dan kebudayaan 15%. Siaran berita dan siaran keagamaan mendapat jatah masing-masing 10% demikian pula iklan sebesar 10%. Acara penunjang seperti layanan masyarakat hanya mendapatkan porsi 5%.

Sebagai lembaga publik, komposisi siaran masih perlu mendapat perhatian. Komposisi siaran yang mencirikan sebagai lembaga publik secara prosentase memang sudah nampak besar, namun demikian untuk partisipasi publik masih perlu didorong. Misalnya untuk materi berita, hampir seluruhnya materi berita yang diangkat dari kegiatan Pemerintah Daerah sedangkan materi yang berasal murni dari masyarakat sangat kecil bahkan bisa dikatakan tidak ada sama sekali. Hal ini dikarenakan reporter berita seluruhnya adalah Pegawai Negeri

Sipil di Bagian Humas dan Protokol Setdakab Magetan. Selama ini partisipasi masyarakat hanya ditunjukkan dalam partisipasi interaktif melalui SMS ataupun telepon pada mata acara tertentu. Bentuk partisipasi lain dari masyarakat yang belum nampak adalah keikutsertaan dalam merencanaka program acara sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

Perda nomor 6 tahun 2010 tentang Pembentukan Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Magetan Indah maka LPP Lokal Radio Magetan Indah telah mempunyai dasar hukum sebagai lembaga yang berdiri sendiri. Sebagai lembaga independen, dalam perda tersebut, pada pasal 5 diatur mengenai susunan organisasi yang terdiri dari Dewan Direksi dan Dewan Pengawas. Namun demikian sampai saat ini kedua kelengkapan tersebut belum terbentuk.

Seperti diuraikan sebelumnya, mengenai pos APBD LPP Lokal Rado Magetan Indah berada pada Bagian Humas dan Protokol Setdakab Magetan sehingga secara administratif, LPP Lokal Radio Magetan Indah saat ini berada dibawah naungan bagian tersebut. Hal ini tidak lepas dari sejarah pendiriannya ketikan masih berstatus RKPD memang berada di Bagian Humas dan Protokol.

Sampai saat ini Dewan Pengawas sama sekali belum ada. Sementara untuk tugas dan fungsi Dewan Direksi secara administratif dilaksanakan *ex-officio* oleh Kapala Bagian Humas dan Protokol Setakab Magetan. Sedangkan Kepala Sub Bagian Pelayanan dan Media Informasi bertindak sebagai kepala studio. Dari pihak pengelola pun tedapat kesan keengganan untuk melepas LPP Lokal Radio Magetan Indah. Pemerintah Kabupaten memandang Radio Magetan Indah merupakan satu-satunya aarana yang masih dimiliki untuk dipergunakan sebagai media penerangan. Dari fakta tersebut tergambar kerancuan antara Perda yang telah mengesahkan Radio Magetan Indah sebagai lembaga penyiaran publik, sementara dalam pelaksanaannya masih dikelola secara penuh oleh Bagian Humas dan Protokol.

Sejarah panjang dibentuknya Radio Magetan Indah oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Magetan juga sangat berpengaruh setelah diterapkannya UU nomor 32 tahun 2005 ini. Setelah berstatus sebagai LPP Lokal, Radio Magetan Indah tidak dapat serta merta lepas dari pemda dan menjadi lembaga yang berdiri sendiri walaupun secara legal format telah ada perda yang memayungi. Perbedaan persepsi juga sangat terasa seperti ketika pengajuan rancangan perda pembentukan LPP Lokal di DPRD yang memakan waktu relatif panjang. Ketika itu anggota legislatif memandang tidak perlu dibentuk LPP Lokal karena Radio Magetan Indah telah eksis dengan dasar Keputusan Bupati. Hal ini bertolak belakang dengan kemauan Komisi Penyiaran Indonesia yang mensyaratkan adaanya perda untuk menerbitkan Izin Penyelenggaraan Penyiaran.

Status sebagai lembaga yang independen juga membawa dampak tersendiri bagi Satuan Kerja Perangat Daerah (SKPD) untuk mempublikasikan informasi masyarakat di Radio Magetan Indah. Keengganan ini disebabkan adanya kewajiban kontribusi dana jasa penyiaran yang mana hal ini tidak ada ketika dahulu Radio Magetan Indah masih berstatus RKPD.

Simpulan

Hasil penelitian menemukan dinamika yang kompleks pada proses transformasi dari RKPD menjadi LPP Lokal. Secara legal formal, LPP Lokal Radio Magetan Indah telah melewai proses transformasi secara baik untuk menjadi lembaga milik publik. Dengan adanya Peraturan Daerah Kabupaten Magetan Nomor 6 tahun 2010, merupakan modal berharga bagi untuk mewujudkan diri sebagai lembaga publik serta dengan ditunjang peralatan yang representatif sehingga mampu menjangkau setiap lapisan masyarakat di Kabupaten Magetan.

Namun secara operasional ditemukan berbagai hal yang berasal dari internal dan eksternal yang memberikan tantangan yang dapat diperinci sebagai berikut

Proses pengajuan perijinan masih harus segera diselesaikan, apalagi dengan mendapatkan

rekomendasi kelayakan maka IPP bagi LPP Lokal Radio Magetan Indah hanya tinggal melewati satu tahapan saja. Pendapatan dari APBD yang masih bergabung dengan Bagian Humas dan Protokol membuat mekanisme keuangan menjadi kurang fleksibel untuk menyesuaikan kebutuhan secara teknis. Beban PAD juga menjadi persoalan tersendiri yang tentu saja membutuhkan energi tersendiri untuk memenuhinya. Perencanaan program siaran belum terlihat adanya partisipasi masyarakat sehingga materi siaran belum mencerminkan kebutuhan publik.Dengan adanya Perda yang mengatur perubahan status Radio Magetan Indah sebagai LPP Lokal seharusnya sudah cukup sebagai dasar pemenuhan struktur organisasi seperti Dewan direksi dan Dewan pengawas. Namun kedua hal tersebut belum terbentuk. Masih dibutuhkan komitmen besar baik dari Pemerintah Kabupaten maupun DPRD untuk mewujudkan LPP Lokal Radio Magetan Indah sebagai lembaga publik sepenuhnya.

Daftar Pustaka

Creswell, John W. (2013). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Effendy, Onong Uchyana. (1990). *Radio Siaran Teori & Praktek.* Bandung : Mandar Maju

Ibrahim, Idi Sudandy & Bachruddin Ali Akhmad. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi.* Jakarta : Obor

Littlejohn, Stephen & Karen A. Foss (2011). *Theories of Humman Communication.* Illinois : Waveland Press Inc

Nasrullah, Rulli, Dr, M.Si. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia).* Jakarta: Prenadamedia Group

Rahmadi F. (1992). *Public Relation dalam Teori dan Praktek.* Jakarta : Gramedia

Fadayi Mohaddeseh & Nazanin Mahammadvand Golujeh. (2015). *Administrative Reform Strategies with Entrepreneurial Management Approach in The Public Organizations*. International Journal of Academic Research, Vol. 7. No. 1. 55-72.

Murphy, Kenneth. (2007). *Institutional Change and Irish Public Broadcasting*, Irish Studies Review, Vol. 15, No. 3. 238-252.

Rachmiatie, Atie. (2006). *Konsistensi Penyelenggaraan RRI dan TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik*. MediaTor, Vol 7, No. 2. 281-292

Vocal Point: Komunikasi Transformatif dalam Desa Melek Politik

Susilastuti DN, Basuki Agus Suparno dan Adi Soeprapto
Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta
Email: susilastuti_dn@yahoo.com

Abstract

Politics is not only about participating to vote in general election, but also transforming what the constitution provides a mandate in realizing to the nation state's dream. Therefore, politics must be articulated and must be conducted at any stages and levels of development including in the villages in triggering them to participate and involve at any kind of development programs. This research was devoted much time to realize a genuine of idea what we called it as Desa Melek Politik (Politics Literacy for Rural) in Desa Sendangsari Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman. Desa Melek Politik is a term that was used to describe a collaboration among parties who has been creating specific condition in a village that the politics as activities is very familiar and a close for them. Because of it, they can spend much time to participate and involve at any kind of programs were dedicated for people's prosperous. By participatory research, this is successful creating a vocal point that refer to an agent who will disseminate, communicate and transform the ways and political directions in the village especially in Desa Sendangsari more productive and constructive tones. These resulst have been accepted and officially appreciated by local government that will ensure the available vocal point in Desa Sendangsari will be giving much advantages for a village.

Keywords: *Vocal point, Desa Melek Politik, politics, village ,participation*

Abstrak

Politik tidak hanya tentang berpartisipasi memberikan suara pada pemilihan umum tetapi juga untuk menstranformasikan apa yang konstitusi mandatkan dalam mewujudkan cita-cita negara. Oleh karena itu politik harus diartikulasikan dan dijalankan pada semua level di desa-desa dengan mendorong mereka berpartisipasi dan terlibat dalam segala bentuk program pembangunan. Penelitian ini memfokuskan pada gagasan "genuine" tentang Desa Melek Politik di Desa Sendangsari Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman. Desa Melek Politik merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kolaborasi beberapa pihak yang telah menciptakan kondisi-kondisi tertentu yang menjadikan politik sebagai aktivitas adalah sesuatu yang akrab dalam kehidupan di desa. Karenanya, mereka menggunakan banyak waktu untuk berpartisipasi dalam kegiatan pembangunan yang didedikasikan bagi kesejahteraan masyarakat. Melalui riset partisipatif, penelitian telah berhasil menciptakan vocal point yang merujuk pada aktor yang akan mendiseminasikan dan mengkomunikasi cara dan arah politik di desa khususnya di Desa Sendangsari agar menjadi lebih produktif dan konstruktif. Pembentukan Vocal Point telah diterima masyarakat desa dan diapresiasi oleh pemerintah kabupaten sebagai kelompok masyarakat yang akan memberi kemanfaatan dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi pembangunan.

Kata kunci: Vocal point, Desa Melek Politik, Politik, Desa, Patisipasi

Pendahuluan

Secara sempit politik sering dipersepsikan sebagai aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan pemilihan umum. Hiruk pikuk yang menggambarkan dinamika kehidupan politik diperlihatkan dari *event* periodik ini. Melalui pemilihan umum, masyarakat menyaksikan sorak sorainya para kandidat dan partai politik yang saling bersaing. Ada warna warni partai politik dan kandidat yang menjanjikan sesuatu. Bahkan praktek-praktek politik uang pun menjadi fenomena yang menyertai.

Sesungguhnya politik bukan semata-mata tentang pemilihan umum, kampanye, janji politik, atau pencitraan kandidat. Politik lebih dari itu, yang mencakup proses pengambilan keputusan, mengalokasi sumber daya kekuasaan, perumusan dan pelaksanaan kebijakan. Semua itu merupakan bagian dari aktvitas politik yang yang mempunyai kedekatan dengan masyarakat.

Persoalannya adalah bagaimana mengubah perseptual buruk terhadap politik dan membawa persoalan politik menjadi lebih santun dan bermartabat. Dari hasil penelitian yang dilakukan Susilastuti, Suparno dan Suprapto (2014) menunjukkan kecenderungan penilaian negatif terhadap politik. Persepsi publik khususnya persepsi pemilih pemula terhadap politik mencakup penilaian sebagaimana berikut: politik uang, korup, konflik dan kegaduhan, serta kualitas kepemimpinan yang mandul.

Dasar dari penelitian ini adalah keinginan melakukan perubahan perseptual masyarakat terhadap politik yang dipersepsikan secara terbatas, sempit dan pesimis. Dalam catatan penelitian yang pernah dilakukan Susilastuti, Suparno, dan Soeprapto, (2014 dan 2015), dijelaskan bahwa meskipun persepsi negatif ini sangat kuat sebagai kognisi sosial, ternyata tetap ada harapan bahwa persepsi buruk terhadap politik bisa berubah dan dapat diubah yang baik. Harapan ini dibebankan dan bertumpu pada pendidikan politik.

Beberapa pihak dari akademisi, komisioner KPU dari semua Kabupaten di wilayah DIY, KPU DIY, KPU Pusat, Partai Politik, mahasiswa, aktivis, media, dan para guru yang berasal dari beberapa jenjang sekolah yang merupakan subjek dalam penelitian menyakini bahwa pendidikan politik mampu menggeser dan mengubah kualitas penyelenggaraan pemerintahan dan persepsi buruk terhadap politik.

Pemetaan terhadap perilaku politik yang dicerminkan pada cara-cara masyarakat menggunakan hak pilihnya pun memunculkan karakteristik tertentu yang tidak semuanya menggembirakan. Pertama, pemilih yang fanatik yang merupakan kelompok pemilih yang didasarkan pada orientasi inklusif, biasanya bersifat ideologis, sehingga tidak kritis. Kedua, pemilih yang apatis yang merasa memilih atau tidak, tidak berkaitan dengan kepentingan dan perubahan bagi diri mereka. Ketiga pemilih yang skeptis yang menyangksikan kemanfaatan dari pemilihan umum itu (Suparno dan Susilastuti, 2015). Penjelasan tersebut menimbulkan kekuatiran terhadap nasib masa depan masyarakat terutama kepedulian mereka terhadap proses-proses pembangunan dan partisipasi mereka.

Hasil penelitian mencuatkan kenyataan bahwa perilaku pemilih tidak berkaitan dengan pertimbangan rasional. Dengan perkataan lain, status sosial yang tinggi, tidak berkorelasi dengan perilaku politik yang cerdas. Dari sini kemudian muncul variabel kedua yang menjadi harapan bagi perubahan dan perbaikan terhadap kualitas kehidupan politik masyarakat, yakni pemuda dan atau pemilih pemula, selain berharap pada pendidikan politik yang berkualitas yang telah disebutkan.

Pemuda atau pemilih pemula merupakan individu atau entitas sosial yang masih dan terus berkembang. Pemilih pemula dalam interaksinya di tengah keluarga, lingkungan sekolah, pergaulan maupun terpaan media, menyerap sejumlah informasi tentang politik. Sementara di masyarakat tersedia informasi *tacit knowledge* yang merupakan asumsi-asumsi, nilai-nilai, batasan moral dan idealisme, batas-batas kepantasan, kearifan dan harapan-harapan bersama, yang mengendap dalam alam bawah sadar masyaraat. Pengetahuan yang bersifat

tacit ini akan menjadi *explicit knowledge* ketika dipicu oleh hal-hal tertentu yang mendesaknya sehingga membentuk perilaku mereka dalam mensikapi isu-isu politik, kebijakan, program-program pembangunan termasuk dalam merespon pelaksanaan pemilu.

Informasi-informasi politik yang disampaikan kepada pemilih pemula pada dasarnya berproses secara *nature* (alamiah). Informasi politik yang berproses secara alamiah inilah yang menghasilkan *tacit knowledge*. Selain itu informasi politik yang berproses secara *nurture* (*by design*) yang akan menjadi *explisit knowledge*. Kedua proses ini akan membentuk satu pemahaman tentang politik.

Proses pendidikan yang bersifat *nature* dan *nurture* pada gilirannya mengarahkan pada urgensi dan relevansi muatan/isi pesan dalam pendidikan politik. Di tengah carut marut informasi tentang politik dan perilaku politik yang buruk, informasi politik idealnya mencakup persoalan ideologi dan hukum dasar serta bagaimana sebuah proses kebijakan pembangunan bangsa ini disusun. Konten-konten ini bisa dieksplisitkan berdasarkan kultur di masing-masing daerah. Dalam kenyataannya, produksi pesan politik yang sebagian besar dapat dilihat melalui media, mempertontonkan wajah buruk tentang politik secara keseluruhan.

Disebabkan pendidikan menjadi harapan bagi perubahan, maka tujuan utama pendidikan politik bukan hanya untuk meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu dari berbagai level (DPR, DPRD Propinsi/Kota/Kabupaten, DPD, Pemilu Presiden atau Pilkada bahkan tingkat pemilihan kepala desa) tetapi lebih merupakan upaya pembentukan kesadaran sebagai warga negara. Mereka pada gilirannya akan menjadi ujung tombak dan juru bicara bagi pembangunan bangsa di mulai dari level pemerintahan yang paling bawah yakni pemerintahan desa.

Dari permasalahan yang begitu mendasar itu, maka tulisan dari hasil penelitian ini berkepentingan untuk menginformasikan hasil implementasi model pengembangan pendidikan politik yang sudah dilakukan oleh peneliti pada tahun-tahun sebelumnya yang menjadi titik tolak bagi pengembangan model pendidikan politik dengan mewujudkan Desa Melek Politik. Wujud implementasi ini diwujudkan dengan perintisan berdirinya Desa Melek Politik yang diresmikan pada akhir tahun 2016.

Desa Melek Politik merupakan istilah yang lahir dari praktek-praktek diskursif dari berbagai pihak seperti pemerintah Desa, KPU Kabupaten Sleman, dan Pemerintah Kabupaten Sleman. Dalam level operatif perintisan ini melibatkan stakeholder di tingkat desa, yang mencakup Kepala Desa, Karangtaruna, tokoh-tokoh masyarakat desa dan kelompok-kelompok sosial yang berperan dan berpengaruh yang merupakan modal bagi bekerjanya unsur Desa yang sadar politik ini.

Desa sadar politik ini telah menjadi percontohan pendidikan politik pada pemilih pemula yang memiliki dimensi yang sangat luas yang tercermin dari permasalahan pokok dalam penelitian berbasis *action research* ini, yakni:(1) Bagaimana mengimplementasikan pengembangan model pendidikan politik bagi pemilih pemula dalam rangka memperbaiki kualitas pengetahuan politik bagi masyarakat desa ? dan (2) Bagaimana bentuk pendidikan politik bagi pemilih pemula yang mampu membentuk kesadaran sebagai warga negara yang terlibat dalam kegiatan pembangunan di desa?

Pendidikan pada dasarnya merupakan sebuah upaya untuk mendidik insan manusia untuk mempunyai pengetahuan atas suatu yang akan membentuk sikap atau perilakunya atas suatu hal. Pendidikan sebagaimana tercantum dalam UU No 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi diri untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan diri, masyarakat, bangsa dan negara.

Paulo Freire (1996:ix) merumuskan hakikat pendidikan dalam suatu dimensi yang

sifatnya sama sekali baru. Pendidikan haruslah berorientasi kepada pengenalan realitas dan diri sendiri. Pengenalan itu tidak cukup bersifat objektif atau subjektif, tetapi harus kedua-duanya. Kebutuhan objektif untuk mengubah keadaan yang tidak manusiawi, yang selalu memerlukan kemampuan subjektif (kesadaran subjektif) untuk mengenali lebih dahulu keadaan-keadaan yang tidak manusiawi

Dalam relasi semacam ini, segi kompetensi dan kualifikasi subjek penyampai pesan, kesadaran subjek penerima pesan, dan relevansi isi pesan dalam proses pendidikan menjadi sangat penting dan vital (Lawson-Tancred, 1991: 74). Setiap orang memiliki kemampuan etis dalam mempengaruhi orang lain dalam cara-cara komunikasi yang dapat diterima oleh orang lain untuk mengubah persepsi dan pandangan yang sebelumnya ia terima (Planalp and Ftiness, 2011:138). Proses-proses komunikasi menjadi situasi penting yang dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan proses pendidikan dan perubahan perilaku individu.

Sistem pendidikan yang mapan selama ini dapat diandaikan sebagai sebuah bank (*banking concept of education*) di mana peserta didik diberi pengetahuan agar kelak mendatangkan hasil berlipat ganda. Peserta didik adalah objek investasi dan sumber deposito potensial. Mereka tidak berbeda dengan komoditas ekonomi. Anak didik pun diperlakukan sebagai bejana kosong yang akan diisi sebagai penanaman modal ilmu pengetahuan yang akan dipetik hasilnya kelak. Fakih (2000:92) menjelaskan bahwa pendidikan adalah proses "produksi" kesadaran kritis, seperti menumbuhkan kesadaran kelas, kesadaran gender maupun kesadaran kritis lainnya. Pendidikan merupakan suatu sarana untuk "memproduksi" kesadaran dan mengembalikan kemanusiaan, dan dalam kaitan ini, pendidikan berperan membangkitkan kesadaran kritis sebagai prasarat upaya untuk pembebasan.

Kemuliaan dari tujuan pendidikan adalah melakukan refleksi kritis, terhadap sistem dan ' ideologi yang dominan' yang tengah berlaku di masyarakat, serta memperbaiki sistem tersebut untuk memikirkan sistem alternatif kearah transformasi sosial menuju suatu masyarakat yang adil. Keinginan untuk melakukan perubahan terhadap persepsi negatif terhadap politik merupakan bagian dari tujuan pendidikan yang bertumpu melalui proses-proses komunikasi.

Aspek ini dimanifestasikan dalam bentuk kemampuan menciptakan ruang agar muncul sikap kritis terhadap sistem dan sruktur ketidak adilan sosial, serta melakukan dekonstruksi terhadap diskursus yang dominan dan tidak adil menuju sistem sosial yang lebih adil. Pendidikan tidak mungkin dan tidak bisa netral, obyektif maupun "*detachment"* dari kondisi masyarakat. Gagasan pendidikan kritis, sebagaimana yang dilansir Azra (2006) merupakan salah satu prasyarat penting bagi pertumbuhan sistem politik demokrasi, mengingat di dalamnya terdapat proses transformasi realitas, termasuk realitas politik yang pada gilirannya bertujuan membentuk masyarakat sipil (civil society). Menurut Azra terdapat setidaknya dua dimensi dalam pendidikan kritis. Pertama, dimensi internal yang berkaitan dengan dunia pendidikan itu sendiri, kelembagaan, kandungan atau muatan pendidikan, dan terakhir proses-proses pendidikan yang berlangsung di dalamnya. Kedua, dimensi eksternal yang berkaitan dengan kondisi di luar pendidikan yang bagaimana pun mempengaruhi dunia pendidikan secara keseluruhan.

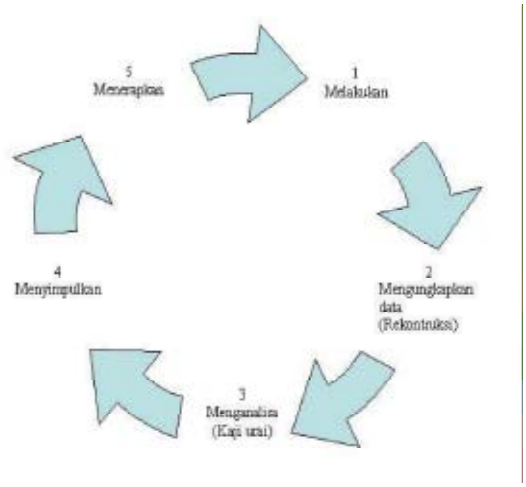
Pendidikan merupakan tempat untuk mendiskusikan masalah-masalah politik dan kekuasaan secara mendasar, karena pendidikan menjadi ajang terjalinnya makna, hasrat, bahasa dan nilai-nilai kemanusiaan. Pendidikan yang tidak lain merupakan proses-proses komunikasi ini untuk mempertegas keyakinan secara lebih mendalam cita-cita moral.

Sebagai sebuah dasar untuk melakukan perubahan, pendidikan merupakan tindakan menggabungkan antara rekayasa politik dan upaya untuk menciptakan berbagai alternatif kehidupan yang baru. Pendidikan juga menjadi ajang untuk menuangkan komitmen yang tinggi dari para pendidik guna menciptakan sistem politik yang emansipatif, bukan sekedar

memenuhi tuntutan pedagogis semata.

Keterjalinan ini akan semakin kuat dan utuh ketika pola-pola pendidikan dikuatkan oleh perilaku belajar. Pendidikan mensyaratkan adanya perilaku belajar yang aktif. Belajar adalah sebuah bentuk penemuan kembali, penciptaan kembali dan penulisan kembali. Perilaku belajar berarti memikirkan pengalaman, sedangkan memikirkan pengalaman adalah cara terbaik untuk berpikir secara benar.

Adapun proses belajar (daur belajar) dalam pendidikan kritis dapat digambarkan sebagai berikut (Safe'i, 2006) :



Gambar.1. Pendidikan Politik dan Komunikasi Transoformatif Kesadaran Bernegara

Pendidikan politik sering rancu dengan pendidikan pemilih yang selama ini dilakukan menjelang pemilihan umum. Pendidikan politik mempunyai tujuan untuk membentuk masyarakat mempunyai kesadaran sebagai warga negara.

Pendidikan politik bertujuan untuk membangun sebuah ikatan yang kokoh antara masyarakat dan negara (dalam hal ini semua komponen yang ada dalam negara) sehingga akan muncul sebuah relasi yang saling menguatkan. Itulah kenapa, terbentuknya Desa Melek Politik dengan kader-kadernya yang merupakan Vocal Point sebagai komunikator transformatif bagi pendidikan politik merupakan prestasi bersama di desa Sendangsari Kabupaten Sleman.

Metode Penelitian

Participatory Action Research (PAR) (Reason dalam Guba and Lincoln, 1994) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengembangkan ruang baru dan rekayasa sosial, dalam konteks ini adalah perintisan pembentukan Desa Melek Politik di Desa Sendangsari Kabupaten Sleman. Perinitsan ini dilakukan melalui proses-proses komunikasi dalam pendidikan politik masyarakat yang mandiri.

Penelitian ini memberi penekanan pada subyek yang diteliti untuk melakukan, memproduksi dan melakukan tindakan-tindakan yang bertujuan memberdayakan dan mencerahkan mereka melalui pendampingan dan keterlibatan peneliti di dalam proses-proses produksi sosial tersebut.

Seperti yang dikatakan Reason (1994:328) bahwa penelitian partisipatoris berimplikasi pada usaha masyarakat untuk memahami peran pengetahuan sebagai instrumen kekuasaan dan kontrol. Tujuan utamanya adalah *enligthment and awakening of common people,* melakukan pencerahan dan membangunkan masyarakat dengan tindakan yang mereka lakukan bersama dengan penelitinya.

Penelitian tindakan partisipatif bermula dari pandangan adanya posisi masyarakat yang berdaya dan tidak berdaya, berpengetahuan dan tidak berpengetahuan, berketrampilan dan ketidaktrampilan, mandiri dan ketergantungan. Dengan posisi ini, peneliti terlibat dalam tindakan-tindakan tertentu untuk melakukan pencerahan dan pemberdayaan yang kemanfaatannya akan dirasakan dalam jangka panjang bagi kelompok masyarakat itu sendiri.

Dari aspek yang lain disebutkan bahwa dengan melalui penelitian tindakan partisipatif para peneliti akan merasakan dinamika kehidupan masyarakat secara langsung sebagai *lived experience* dari orang-orang yang diteliti, gagasan yang tercermin dari pengalaman aktual. Dengan demikian penelitian tindakan partisipatif adalah penelitian di mana para peneliti merasakan, menikmatinya dan memahaminya sebagai realitas (Reason, 1994: 328)

Langkah-langkah penelitian yang dilakukan mencakup: desain riset, pengumpulan data, analisis data dan pada tahap berikutnya memunculkan proses-proses kolaboratif dan dialog yang memberdayakan, memotivasi, meningkatkan *self esteem* dan mengembangkan solidaritas komunitas. Menurut de Roux (1991) tahapan tersebut mencakup level rasional dan level emosional.

Pertemuan-pertemuan dengan komunitas dan peristiwa-peristiwa dengan berbagai macam jenisnya adalah bagaian penting dari PAR, menyajikan identifikasi terhadap isu-isu yang ada, menyatakan kembali kepekaan terhadap komunitas dan menekankan potensi yang membebaskan dan memberdayakan, memiliki kepekaan dalam mengumpulkan informasi, kemampuan melakukan perkembangan terhadap proyek dan mengembangkan kemampuan komunitas untuk melanjutkan proses-proses pembangunan.

Dalam keterlibatan peneliti terhadap sejumlah kegiatan yang ada, peneliti memanfaatkan dongeng, sosiodrama, permainan, wayang, lagu, menggambar, melukis dan aktivitas lainnya untuk memvalidasi data yang diperoleh. Semua forum yang relevan, berguna dalam merumuskan terbentuknya jenis dan model pemberdayaan. Pada tahap berikutnya, peneliti mengadakan pertemuan-pertemuan yang mendialogkan bagaimana sebaiknya dan program-program apa yang dapat dilakukan berdasarkan pada temuan data sebelumnya.

Dengan perkataan lain, aksi dan tindakan partisipatif seperti yang telah disebutkan itu, peneliti mengembangkan program kepentingan pemberdayaan bagi masyarakat. Dari langkah-langkah inilah kemudian menghasilkan Desa Melek Politik dan terbentuknya Vocal Point sebagai komunikator dalam pendidikan politik masyarakat yang mandiri di desa tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Persepsi Buruk terhadap Politik

Politik seringkali dipahami sebagai sesuatu yang jahat, kejam dan kotor sehingga tidak setiap orang yang bersedia terlibat dalam kehidupan politik karena politik hanya dipahami secara terbatas yaitu perebutan kekuasaan. Secara empirik masyarakat melihat bahwa perebutan kekuasaan selalu "memakan" korban dan senantiasa dipenuhi hiruk pikuk dengan praktek-praktek yang kotor. Realitas tersebut menjadi bahan pengetahuan dan pengalaman masyarakat di dalam memahami politik. Apalagi media mengemas persoalan ini yang juga secara terus menerus disajikan kepada publik. Apa yang dianggap penting oleh media pada gilirannya membuat persepsi publik mengikuti apa yang disajikan media.

Sementara itu pemerintah Orde Baru yang berkuasa hampir 32 tahun melalui berbagai kebijakan telah mampu memberikan persepsi bahwa politik milik elite dan masyarakat hanya menerima kebijakan. Dalam bidang pendidikan pun, sistem dibuat sedemikian rupa agar peserta didik sibuk dengan pelajaran atau kuliah sehingga sangat minim bersinggungan dengan politik. Pemahaman politik mahasiswa lebih diperoleh dari pengalaman praktis dalam berorganisasi yang banyak dari luar kampus

Wacana tentang pendidikan politik mulai muncul kembali setelah tumbangnya Orde Baru. Masyarakat "mulai" lagi secara langsung atau tidak langsung bersinggungan dengan politik. Namun, memori kolektif yang begitu kuat tentang politik menyebabkan wacana pendidikan politik hanya muncul di arena-arena ketika akan terjadi perebutan kekuasaan di berbagai level. Pendidikan politik merupakan sebuah diksi yang kerap disebut terutama menjelang proses pergantian kepemimpinan yang melibatkan masyarakat, mulai dari pemilu legislatif, presiden sampai pilkada (Pemilihan Kepala Daerah). Pendidikan politik bahkan menjadi jargon bagi semua pihak yang berkepentingan dalam proses pergantian pimpinan tadi.

Padahal, pendidikan politik bukan sekedar informasi tentang mekanisme menggunakan hak suara menjelang pemilu, tetapi memahami diri sebagai seorang warga Negara yang ikut bertanggungjawab mengawal

kehidupan yang demokratis. Pendidikan politik pada dasarnya adalah suatu proses pembelajaran politik bagi masyarakat yang akan membentuk kesadaran politik, perilaku politik yang cerdas dan pada gilirannya akan mendorong partisipasi masyarakat untuk terlibat didalamnya.

Pendidikan politik dengan demikian sebagai tempat sandaran penting bagi keberlangsungan masyarakat dan sistem politik yang sedang terancam. Misalnya proses rekrutmen elit politik yang didasarkan pada basis modal ekonomi dan tidak berdasarkan pada kualifikasi dan kompetensi tertentu; politik yang tidak berdasarkan pada pemihakan kepada rakyat, tercerabutnya basis etika politik.

Adapun pendidikan politik, sebagaimana diungkapkan oleh Alfian (dalam Ahdiyana, 2009) merupakan usaha sadar untuk mengubah proses sosialisasi politik masyarakat sehingga mereka memahami dan menghayati nilai-nilai yang terkandung dalam sistem politik ideal yang hendak dibangun. Soemarno (2002) mengemukakan, pendidikan politik yang dilaksanakan negara bertujuan (1) mempersiapkan generasi penerus sebagai penerima dan pelanjut sistem nilai (sistem politik, pola keyakinan dan sistem budaya), (2) menyamakan sistem berpikir tentang nilai-nilai yang dapat mempedomani aktivitas kehidupan bernegara (3) memantapkan sikap jiwa di dalam melaksanakan sistem nilai-nilai sekaligus membangun hasrat melestarikan sistem nilai.

Pertanyaanya kemudian siapakah yang bertanggungjawab terhadap pendidikan politik ini? Pendidikan politik tidak hanya secara eksplisit disebutkan dalam kurikulum pendidikan formal yaitu sekolah dari berbagai jenjangnya. Namun pendidikan politik dimulai dari keluarga, lingkungan sosialnya, sekolah dan lainnya.

Proses panjang inilah, pada dasarnya masyarakat sudah memiliki *stock of knowledge* sebagai kognisi sosial. Formasi kognisi sosial ini terbentuk dalam kontinum waktu tertentu, terekam, tersimpan, dan tersistematisasi dalam struktur kognitif. Dalam terminologi lain, *stock of knowledge* ini merupakan *tacit knowledge* sebagai pemahaman dan pengetahuan alam bawah sadar yang perlu didorong keluar sehingga menjadi sesuatu yang manifest atau eksplisit (Adi Suprapto, dkk, 2013)

Interaksi masyarakat dengan masyarakat lainnya dalam kurun waktu tertentu mempunyai pengaruh terhadap pengetahuan-pengetahuan politik. Proses ini dapat pasif dan aktif atau kontinum di antara keduanya. Keingintahuan terhadap pengetahuan, pada umumnya digerakan oleh kebutuhan informasi yang diperlukan di seputar kehidupan mereka. Dengan demikian, proses mengetahui tidak dapat dipandang semata-mata transfer pengetahuan, tanpa memahami level kepentingan dan kebutuhan yang mereka inginkan.

Mereka mendialogkan apa yang mereka perlu ketahui dengan pengetahuan-pengetahuan yang sudah dan mereka miliki. Setiap penerimaan pengetahuan, dapat bersifat *reinforcemen*t-yakni peneguhan terhadap pengetahuan yang mereka sudah miliki; memperluas pengetahuan, mengisi kekosongan pengetahuan atau mendistorsinya. Namun selama ini, setidaknya sejak gerakan Reformasi bergulir, politik telah disajikan dengan penuh hiruk pikuk dan jauh dari adab serta etika politik yang baik.

Desa Melek Politik

Desa Melek Politik merupakan istilah yang lahir dari praktek-praktek diskursif dari sejumlah pihak sebagai bentuk kepekaan dan rasa tanggung jawab terhadap buruknya persepsi masyarakat terhadap politik, yang bersifat sempit, terbatas dan pesimis. Gagasan pokoknya adalah usaha apa yang dapat dilakukan agar masyarakat melihat politik tidak hanya sebatas cara-cara memberikan suara ketika pemilihan umum, melainkan bentuk partispasi dalam pembangunan di desa, yang sesungguhnya adalah persoalan politik yang sangat ril.

Dalam Focus Group Discussion (*FGD*, 24 September 2016) yang dilakukan dengan KPU Kabupaten Sleman bersama dengan peneliti, dihasilkan sejumlah pokok-pokok pemikiran yang menjadi cikal bakal dibentuknya

Desa Melek Politik. Pertama, adanya keinginan bersama, untuk melakukan perubahan terhadap persepsi buruk terhadap politik yang dalam panggung nasional diwarnai dengan perilaku elit politik yang korup dan penuh dengan pencitraan.

Kedua, perubahan ini dilakukan melalui pendidikan politik yang dijalankan oleh komponen masyarakat desa yang bertumpu pada kekuatan pemuda. Pemuda yang ditunjuk atau yang secara sukarela berminat menjadi pemuda pelopor yang kemudian disebut sebagai Vocal Point yang merupakan komunikator dalam proses-proses politik di pedesaan atau dalam proses pendidikan politik di pedesaan.

Ketiga, untuk menopang keberhasilan proses pendidikan politik yang dipelopori oleh para pemuda yang tergabung dalam kelompok Vocal point ini, diperlukan pelatihan yang membekali mereka dengan ketrampilan berkomunikasi, metode penyampaian komunikasi dan pengembangan materi pendidikan politik yang merupakan sumber rujukan dan bekal pengetahuan terhadap politik yang memiliki dimensi dan cakupan yang luas. Materi ini difokuskan pada pembentukan kesadaran diri sebagai warganegara untuk berpartisipasi dalam kegiatan pembangunan khususnya di desa.

Keempat, karena tujuannya diharapkan menjadi model, maka dirumuskan desa yang memenuhi sejumlah kriteria tertentu, yang antara lain merupakan desa yang penduduknya relatif stabil, tidak merupakan pendatang atau perantau, yang kohesivitas sosialnya masih kuat, dan potensi kepemudaaannya yang besar. Atas dasar itu, bekerja sama dengan KPU Kabupaten Sleman dan Pemerintah Kabupaten Sleman, Desa Sendangsari merupakan desa yang secara relatif ideal dijadikan model Desa Melek Politik.

Asumsi penting pembentukan Desa Melek Politik ini adalah desa yang masyarakatnya memiliki pengatahuan dan kesadaran diri sebagai warganegara yang berpartisipasi yang tinggi dalam proses-proses pembangunan di pedesaan. Kata Desa merujuk pada entitas wilayah pemerintahan sekaligus memiliki akar kultural yang luas. Ketercapaian melek politik dalam area atau cakupan desa, sangat tergantung pada posisi dan peran yang dijalankan para pemuda Vocal point dalam proses-proses pembangunan dan pendidikan politik di dalamnya, dukungan pemerintah desa dan pemerintah kabupaten Sleman itu sendiri.

Kelima, untuk kepentingan keberlangsungan pemberdayaan masyarakat, dan kesadaran diri sebagai warganegara yang berpartisipasi dalam pembangunan pedesaan, perlu kebijakan pemerintah desa untuk memasukkan kelompok pemuda Vocal Point ini sebagai bagian dari struktur yang melekat dalam pemerintahan desa yang bersangkutan. Oleh karena itu, dengan terintegrasinya kelompok pemuda Vocal point ini dalam struktur pemerintahan desa, apa yang menjadi tujuan dan program kegiatan Vocal Point mendapatkan dukungan anggaran pemerintah.

Harapan terbentuknya Desa Melek Politik adalah persoalan-persoalan yang berkaitan dengan partisipasi masyarakat dalam pembangunan menjadi lebih tertata dan jelas. Seorang narasumber (Hardiman) menyatakan:

> *Asumsi-asumsi yang tidak terkomunikasikasikan dengan baik menyebabkan mekanisme yang sebenarnya sudah baik justru bisa menimbulkan masalah baru."…Untuk musrembang itu memang saya pernah diundang sebagai perwakilan dari karang taruna, di situ memang kita diminta pemikirannya untuk kegiatan-kegiatan yang terkait kepemudaan. Nanti yang diajukan itu apa, dari program-program itu bisa mengakses kesana. Akan tetapi, memang kalau kita lihat, sepemikiran saya sendiri. " … ada kalanya perwakilan hanya formalitas yang penting ada. Misalnya, perwakilan dari pemuda hanya segelintir orang, statusnya yang penting ada wakilnya.* (*Wawancara*, 8 September 2016)

Rumusan tersebut menjadi kerangka

kerja bersama. KPU Kabupaten Sleman mengidentifikasi dan memastikan desa mana yang tepat, relevan dan bernilai manfaat tinggi bagi model pembentukan Desa Melek Politik. Sedangkan peneliti merumuskan segi dan persiapan yang berkaitan dengan pelatihan bagi kelompok pemuda Vocal point yang akan menjadi komunikator-penyampai pesan pendidikan politik, isi atau materi yang akan dsampaikan serta menjadi bekal pengetahuan dasar dalam proses-proses pendidikan politik dan proses-proses pembangunan desa.

Dalam perkembangannya, rintisan pembentukan Desa Melek Politik ini melibatkan Kepala Desa Sendangsari sebagai Desa terpilih bagi pembentukan Desa Melek Politik, Karangtaruna yang ada di desa tersebut, dan Pemerintah Kabupaten. Ketika rumusan ini dibicarakan bersama, terbentuklah cikal bakal kelompok pemuda Vocal point sebanyak 16 orang yang bersedia dan sukarela menjadi bagian dari Vocal point di Desa Sendangsari Kabupaten Sleman tersebut. Penyebutan nama Desa Melek Politik merupakan istilah yang dimaksudkan untuk menggambarkan desa yang memiliki kesadaran politik yang tinggi dalam proses-proses pembangunan di pedesaan.

Vocal Point: Komunikator Transormatif Desa Melek Politik

Sebagai tumpuan bagi perubahan dan mendorong partisipasi politik masyarakat, maka diperlukan tenaga penggerak atau kader pemuda yang akan melakukan proses pendidikan dan penyampaian pesan yang berkaitan dengan kesadaran dan kepedulian terhadap pembangunan di pedesaan. Sebagaimana telah disinggung, pembentukan Desa Melek Politik disertai terbentuknya kelompok pemuda Vocal Point.
Mereka adalah sekelompok pemuda yang dipersiapkan sebagai komunikator dalam proses pembangunan. Salah satu pandangan dari peserta FGD mengatakan bahwa pemuda memang hal yang pokok dalam pembangunan dan sosial kemasyarakatan. Pemuda kalau ia diberi kesempatan dan kepercayaan, kegiatan itu akan jalan. Pada umumnya yang generasi tua sering tidak percaya. Pemuda perlu diberi kepercayaan dan kesempatan, maka kepercayaan itu akan berjalan dengan baik.

Dari perektrutan, ada 16 yang bersedia menjadi Vocal Point, 12 diantaranya adalah laki-laki dan 4 adalah perempuan. Rata-rata dari mereka berusia 32 tahun. Mereka memiliki latar belakang yang berbeda antara lain wiraswasta, guru honorer, perangkat desa dan mahasiswa. Perbedaan sosiologis ini membuat kelompok ini memerlukan waktu untuk memahami dan menyatukan diri sebagai kelompok kader Vocal Point.

Sejak awal telah dimaksud bahwa Vocal Point dibentuk sebagai komunikator dalam pendidikan politik dan pembangunan, dapat dikembangkan berdasarkan pada prinsip kompetensi dan kualifikasi komunikasi. Oleh karena itu, mereka dilatih dan dibekali dengan pengetahuan dan ketrampilan berkomunikasi yang berkompeten. Ada tiga hal penting yang dipersiapkan dalam pengembangan kompetensi dan kualifikasi Vocal Point sebagai komunikator, yakni pengembangan dan kompetensi yang berkaitan dan intelektualitas, pengembangan karakter dan pengembangan yang berkaitan dengan tanggungjawab dan ketulusan.

Pengembangan intelektualitas tidak hanya pada penguasaan materi yang telah disiapkan yang merupakan outline atau garis-garis besar materi pokok yang nantinya digunakan dalam proses pendidikan politik dan proses pembangunan di pedesaan, melainkan pengembangan ini juga mencakup diskusi-diskusi intensif terhadap berbagai kasus dan permasalahan yang ada. Intelektualitas ini mencakup segi kognitif, pengalaman, kemampuan dalam menganalisis permasalahan, kemampuan mensintesakan permasalahan dan kemampuan menggunakan pesan-pesan komunikasi yang tepat dan yang mudah dimengerti.

Selama penelitian partisipatif dilakukan ada dua desain pesan yang dihasilkan yakni modul dan buku panduan. Modul dan buku pandungan dikemas bagi pengembangan kualifikasi dan

kompetensi komunikasi. Sebelum kelompok pemuda Vocal Point ini terjun ke masyarakat dan menjadi pemuda pelopor bagi pendidikan politik di pedesaan, mereka memiliki "platform" terhadap materi, strategi dan kemampuan dasar dalam berkomunikasi.

Konsep pengembangan materi mencakup pengertian politik, yang digambarkan tidak terbatas pada persoalan perebutan kekuasaan, melainkan digambarkan secara sederhana, mencakup pengambilan keputusan, strategi dalam melaksanakan program-program pembangunan, pengelolaan sumber daya alam dan manusia, termasuk menjelaskan sifat dasar manusia sebagai mahluk politik.

Kesadaran diri sebagai warganegara tercermin pada pengenalan terhadap Hukum Dasar Negara atau Konstitusi, Pancasila sebagai Dasar Negara dan Ideologi Negara, cita-cita kebangsaan bangsa Indonesia, dan bentuk-bentuk partisipasi politik masyarakat yang luas. Jadi, pengembangan pesan dalam pendidikan politik yang dibekalkan kepada Vocal Point Desa Sendangsari Kabupaten Sleman itu, merupakan materi pokok yang diarahkan pada pembentukan diri sebagai warganegara.

Pengembangan karakter ditujukan untuk membangun pemahaman bahwa sebagai komunikator yang terjun dalam proses pendidikan politik dan pembangunan desa, unsur kepercayaan masyarakat terhadap komunikator merupakan salah satu kunci keberhasilan. Keberhasilan pendidikan dapat dilihat pada seberapa besar perubahan perilaku itu terjadi ke arah yang lebih baik dan yang diinginkan.

Konsolidasi dan persiapan mereka diujikan dalam pertemuan-pertemuan. Masing-masing diberi kesempatan untuk menyampaikan pemikiran dan pendapatnya tentang model penyampaian yang paling tepat. Sebagai Vocal Point, mereka secara kultural memiliki kedekatan dengan masyarakat yang sedikit banyak, mereka telah kenal. Dari sejumlah model pendekatan penyampaian itu muncul ide-ide tertentu seperti model sosiodrama, diskusi, ceramah, dan presentasi.

Dalam proses pembangunan pedesaan, Vocal Point diarahkan pada pemahaman bahwa masyarakat adalah subyek pembangunan bukan obyek pembangunan. Masyarakat harus dilibatkan mulai dari perencanaan hingga evaluasi program. Mmasyarakat akan ikut memiliki dan memelihara semua program pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah.

Mekanisme atau alur perencanaan pembangunan desa memang telah melibatkan masyarakat melalui musyawarah pembangunan desa. Semua elemen masyarakat terlibat. Namun sebagai wakil dari organisasi atau kelompok masyarakat mereka tidak menjaring aspirasi dari kelompok yang diwakili sehingga ketika program disetujui dan akan dijalankan tidak mendapatkan respon. Akibatnya kelompok yang diwakili sering mengajukan komplain karena merasa tidak pernah dilibatkan dalam menyusun program.

Upaya mematangkan peran mereka, selain dilakukan pelatihan secara bertahap, juga mengikutsertakan dalam forum-forum resmi pemerintahan. Betapapun kualitas kader Vocal Point, tetapi jika tidak bersinergi dengan kebijakan dan program-program pembangunan pemerintah khususnya pemerintah desa, kegunaan fungsional ini tidak akan maksimal. Oleh karena itu, keberlanjutan posisi dan peran Vocal Point tidak hanya berhenti pada saat pendeklarasian saja. Vocal Point ini merupakan instrumen baru sebagai komunikator politik yang dapat didayagunakan bagi kepentingan-kepentingan pembangunan pedesaan.

Jaminan yang bersifat kebijakan telah diupayakan sehingga keberadaan Vocal Point ini diketahui dan didengar tidak hanya oleh kepala desa, tetapi juga diketahui oleh KPU Pusat Jakarta dan personil inti dalam pemerintaan kabupaten Sleman yang berkaitan dengan pendidikan politik masyarakat. Pada saat peluncuran Desa Melek Politik di desa Sendangsari Kabupaten Sleman, hadir salah satu komisioner KPU Pusat, Wakil Bupati Kabupaten Sleman, Kepala Desa Sendangsari, semua kelompok pemuda Vocal Point, tokoh-tokoh masyarakat, Muspika dan tim

peneliti yang mengeloborasikan berdirinya Desa Melek Politik dan perwakilan dari universitas.

Kemampuan kelompok pemuda Vocal Point sebagai komunikator dalam pembangunan, dikembangkan melalui proses-proses kebersamaan antara peneliti, pemangku kebijakan dan tokoh-tokoh masyarakat. Penting artinya bagi kelompok pemuda Vocal Point, bahwa keberhasilan komunikasi yang efektif dalam melakukan perubahan bagi masyarakat, ditentukan oleh tiga faktor utama, yakni posisi mereka sebagai komunikator yang kredibel, kemampuan mereka dalam membangun dan memproduksi pesan dan pemahaman mereka terhadap peserta didik yang dihadapi yang mencakup dimensi sosial dan psikologis.

Diskusi, presentasi, ceramah, menulis, dan identifikasi terhadap karakteristik audience menjadi bagian simulasi yang mematangkan keberadaan mereka sehingga kelompok Vocal Point ini diserahterimakan kepada pemerintah desa. Semua bentuk kegiatan adakalanya digunakan untuk menentukan topik pembicaraan. Apa yang menjadi topik dari setiap pembicaraan dan penyampaian merupakan hasil penggalian dan pemikiran mendalam. Sekali topik atau ide yang ingin disampaikan, ide ini dikembangkan dengan bahan-bahan, bukti-bukti yang menarik dan hal-hal lain yang mendukung gagasan yang ingin disampaikan.

Penggalian ide dan gagasan menjadi acuan paling penting dan utama, bagi setiap komunikator ketika ia ingin memulai pembicaraan. Hal yang demikian ini, menjadi *bottom line* atau semacam prinsip pertama bagi Vocal Point ketika ingin menyampaikan pesan pendidikan dan pembangunan di pedesaan. Pada tahap berikutnya, baru memikirkan bagaimana tata urutan dari gagasan dan ide itu disampaikan.

Dalam banyak diskusi yang dilakukan bersama, tata urutan ini memiliki variasi. Ada yang ingin mengembangkan penyampaian ide berangkat dari pertanyaan-pertanyaan, masuk sebagai pengantar, isi dan substansi ide, dan diakhiri dengan penutup. Tata urutan itu bersifat memudahkan agat setiap komunikator dapat membedakan mana yang merupakan pengantar, isi dan penutup. Apapun cara yang ingin dikembangkan, Vocal Point dibekali pemahaman bahwa tata urutan penyampaian terhadap suatu gagasan merupakan syarat teknis dasar bagi keberhasilan komunikasi.

Adapun gaya penyampaian dan cara penyampaian termasuk kemampuan mengingat semua materi yang menjadi topik atau gagasan yang ingin disampaikan merupakan faktor-faktor yang penting dalam teknik-teknik berkomunikasi termasuk dalam proses pendidikan politik di pedesaan yang dilakukan oleh Vocal Point di desa Sendangsari Kabupaten Sleman.

Inilah gagasan yang menjadi dasar terbentuknya Desa Melek Politik yang diikuti terbentuknya Kelompok Kader Pemuda Vocal Point. Kedudukan Vocal Point merupakan struktur baru bagi struktur pemerintahan desa khususnya bagi pemerintahan desa Sendangsari Kabupaten Sleman. Penelitian ini hanya menghasilkan terbentuknya cikal bakal Desa Melek Politik yang ditandai dengan berdirinya kelompok kader pemuda Vocal Point yang akan menjadi komunikator pembangunan, komunikator politik dan komunikator yang transformatif dalam proses-proses pendidikan dan pembangunan pedesaan.

Simpulan

Sebagai penelitian yang berbasis *action research* keberhasilannya terlihat dari banyak pihak yang terlibat dan termotivasi untuk mewujudkan bentuk partisipasi politik yang luas dalam proses-proses pendidikan dan pembangunan di pedesaan. Dorongan untuk mewujudkan Desa Melek Politik dan Vocal Point sebagai Komunikator Pembangunan dan Komunikator Politik dalam pendidikan politik sesungguhnya bukan sebagai ide murni dari peneliti, melainkan ide kolektif seperti KPU Kabupaten Sleman, Pemerintah Kabupaten Sleman, Pemerintah Desa Sendangsari, KPU Pusat, Tokoh-tokoh masyarakat, Karangtaruna dan elemen-elemen lain yang melihat politik

sebagai sesuatu yang dipersepsikan secara sempit, kotor dan tidak mendidik.

Ada keinginan bersama untuk melakukan perubahan-perubahan kecil di tingkat desa, yakni bagaimana pendidikan politik, tidak semata-mata diarahkan sebagai perebutan kekuasaan, melainkan sebagai bentuk partisipasi dalam pembangunan, proses pengambilan keputusan, pengawasan dalam program-program pembangunan dan kesadaran diri sebagai warganegara.

Keinginan ini yang kemudian mendorong semua pihak untuk mewujudkan Desa Melek Politik, suatu gambaran tentang desa yang ideal terhadap politik. Dalam arti, desa yang masyarakatnya memiliki kesadaran tinggi sebagai warganegara yang membedakan dengan desa-desa yang lain dalam mensikapi persoalan-persoalan politik yang semata-mata didasarkan pada transaksional. Idealisme ini bertumpu pada keberhasilan peran Vocal Point yakni sebagai kelompok pemuda pelopor yang menjadi komunikator pembangunan, komunikator dalam proses-proses pendidikan di pedesaan.

Persoalannya adalah implikasi dari terbentuknya Desa Melek Politik dan Kelompok Pemuda Vocal Point, diperlukan kebijakan lebih lanjut agar asumsi-asumai yang telah dibangun selama ini, tetap dilanjutkan dan dikuatkan dengan ketetapan yang mengikat keberadaan mereka dengan program-program pembangunan di pedesaan itu. Tanpa politcal will dan pendampingan lebih lanjut khususnya dari KPU Kabupaten Sleman, maksimalisasi peran mereka seiiring dengan berjalannya waktu dapat terdegradasi.

Daftar Pustaka

Azra, Azyumardi, 2006, *Paradigma Baru Pendidikan Nasional Rekonstruksi dan Demokratisasi*. Jakarta: Kompas

De Roux, G.I, " Together against the Computer, In O.Fals Bords and M.A Rahman, 1991, *Action and Knowledge: Breaking the Monopoly with participatory Actions Research*, New York: Intermediate Technology

Planalp, Sally and Fitness, Julie, " Interpersonal Communication Ethiic, " in George Cheney, Steve May, and Debashish Munshi, 2011, *The Handbook of Communication Ethics*, Madison: Routledge

Nugrahajati, Susilastuti Dwi, Suparno, Basuki Agus, Soeprapto, Adi, 2014, *Pengembangan Model Pendidikan Politik Bagi Pemilih Pemula*, unpublished Yogyakarta: UPN Veteran Yogyakarta

Reason, Peter, "Three Approaches to Participative Inquiry," in Norman K Denzin and Yvonna S Lincoln, 1994, *Handbook of Qualitative Research*, London: Sage Publication

Subakti, Ramlan, 1992, *Memahami Ilmu Politik*, Jakarta: Gramedia

Sumarno, AP, 2002, *Komunikasi Politik,* Jakarta: Universitas Terbuka

Suparno, Basuki Agus, dan Dwinugrahajati, Susilastuti, 2015, *Kualitas Partisipasi Politik Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum di Kabupaten Kulon Progo*, unpublished, Yogyakarta: Kerjasama Jurusan Ilmu Komunikasi dan KPU Kabupate Kulon Progo

Syafe'i, Imam , 2006, *Pemberdayaan Masyarakat melalui Pendidikan Kritis*, *Komunitas, Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Volume 2, Nomor 1, Juni hal.12.

Tancred-H.C Lawson, 1991, *Aristotle The Art of Rhetoric*, London: Penguin Books

Undang-Undang Nomor. 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik.

Undang-Undang No 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional

Rekayasa Gambar Diri Remaja dalam Mencapai Pengakuan Sosial di Instagram

Tuti Widiastuti
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie
Jl. HR. Rasuna Said Kav. C-22, Kuningan, Jakarta Selatan 12920
Telp: 021-5261448 ext. 247, Faks: 021-5263191
E-mail: tuti.widiastuti@bakrie.ac.id

Abstract

Instagram is a phenomenon that has infected, especially the youth. The teens is downloading the application in order to meet the needs. This research method is qualitative descriptive. To get the data the researchers used two types of data collection techniques, ie in-depth interviews and documentation. Based on research, there are some motifs to be achieved by adolescents when engineering the self image and upload it to Instagram, as you want to reproduce the photos on Instagram, capture the moments and the most dominant is to want to get the attention of others in the form of comments and the like. The findings concluded that most adolescents using Instagram in order to display the desired identity, and in doing engineering drawings themselves to be a hobby, improve the existence, and just like

Keywords*: self picture manipulated, teenager, social recognition, Instagram.*

Abstrak

Instagram menjadi sebuah fenomena yang telah menginfeksi khususnya kaum remaja. Para remaja mengunduh aplikasi tersebut guna untuk memenuhi kebutuhan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif bersifat kualitatif. Untuk mendapatkan data peneliti menggunakan dua jenis teknik pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa motif yang ingin dicapai oleh kaum remaja ketika melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram, seperti ingin memperbanyak foto di Instagram, mengabadikan momen-momen serta yang paling dominan ialah ingin mendapat perhatian dari orang lain berupa komentar dan *like*. Hasil penemuan menyimpulkan bahwa sebagian besar remaja menggunakan Instagram agar bisa menampilkan identitas diri yang diinginkan, dan dalam melakukan rekayasa gambar diri agar dapat menyalurkan hobi, meningkatkan eksistensi, dan hanya sekedar suka.

Kata Kunci: rekayasa gambar diri, remaja, pengakuan sosial, instagram.

Pendahuluan

Perkembangan internet khususnya media sosial saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Media sosial sudah banyak digunakan untuk di luar dari pencarian informasi semata, seperti untuk pengembangan identitas diri penggunanya. Pertama, media sosial bisa digunakan sebagai pemberi identitas pribadi khalayak. Kedua, media sosial dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengidentifikasi diri dengan nilai lain pada media. Ketiga, media sosial sebagai pemberi identitas diri, dimana melalui media seseorang dapat meningkatkan pemahaman atas dirinya sendiri. Hal tersebut berdampak besar bagi seorang remaja yang selalu sensitif dengan hal-hal yang baru. Namun untuk menilai bagaimana diri seseorang dibutuhkan pihak lain untuk menilainya, dan di sinilah media sosial dapat dimanfaatkan seseorang untuk melihat siapa, apa, serta bagaimana diri kita sebenarnya dari penilaian orang lain.

Media sosial sebagai saluran dan sarana pergaulan sosial menjembatani interaksi secara online di dunia maya yang kita kenal dengan saluran internet. Pengguna media sosial disebut dengan *user* di mana mereka saling berkomunikasi, berinteraksi, kirim informasi, berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan komunikasi sosial (*social communication networking*). Media sosial Instagram merupakan layanan aplikasi berbasis online di mana para *user* berbagi foto pertama kali muncul melalui App Store pada aplikasi Apple. Instagram juga memungkinkan bagi *user* untuk mengambil foto, edit, filter digital, dan *sharing* foto melalui jejaring komunikasi sosial milik instagram sendiri juga ke situs-situs jejaring komunikasi sosial seperti facebook, twitter, foursquare, tumblr, flickr, dan posterous.

Media sosial semakin marak dan mereka bisa dikategorikan sebagai industri budaya karena lebih mementingkan keuntungan dan komersialitas dari pada meminati pada nilai kritis terhadap kreativitas dari kebebasan manusia dalam mengekspresikan dirinya. Sisi industri budaya media sosial disebut sebagai gerak penyerangan pencerahan terhadap hasil dari kreativitas tidaklah lagi bersifat autentik. Hal tersebut dikarenakan dunia industri media sosial hanya melayani kepentingan konsumen secara tidak kritis, sementara konsumen tidak lagi menjadi independen karena mereka tidak menemukan identitas diri yang mampu menstimulasi daya kritis mereka. Hasil akhir dari kreativitas di media sosial saat ini adalah hanya sebuah kegembiraan yang kosong atau tiada artinya lagi.

Penelitian mengenai teknologi komunikasi dilakukan oleh (Setiansah, Udasmoro, dan Noviani, 2015: 184), yaitu bentuk represi yang belakangan muncul seiring dengan integrasi *smartphone* yang semakin lekat dalam kehidupan sehari-hari perempuan adalah bahwa perempuan kerapkali dipandang "kebablasan" di dalam menggunakan *smartphone* mereka. Perempuan kerap disebut telah melupakan tugas-tugas reproduktifnya karena sibuk memakai *smartphone*. Perempuan juga seringkali dituding telah membelanjakan uang mereka untuk membeli *smartphone* sekedar untuk memenuhi hasrat akan gaya hidup. Bahkan perempuan juga dipandang banyak menyalahgunakan *smartphone* untuk membangun relasi emosional dengan lawan jenisnya.

Budaya populer saat ini sudah mulai mendapatkan tempat tersendiri dalam kehidupan masyarakat. Di mana sekarang masyarakat sudah meniru semua tindakan atau ajakan yang ditawarkan oleh sebuah medium yang sudah mendunia yaitu media sosial. Masyarakat sudah terhegemoni oleh para kaum elite yang mengubah pola pikir masyarakat dengan membenarkan segala sesuatu yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sekarang ini merupakan hal yang memang sudah sewajarnya terjadi dan hal itu merupakan dampak dari perkembangan masyarakat modern.

Antonio Gramsci meyoroti hegemoni sebagai persoalan baru yang sebelumnya tidak dipikirkan oleh para pemikir Marxisme di bawah persoalan yang muncul secara orisinal dalam pengalaman politik di Italia pada masa

rezim fasis Mussolini. Gramsci dalam karya pentingnya, *Prison Notebooks* (1929-1933) berhasil mematahkan tesis utama pemikiran Marxisme bahwa dominasi kekuasaan tidak selamanya berakar pada kepentingan ekonomis belaka, akan tetapi dominasi kekuasaan berakar dari kebudayaan politis. Suatu rezim dalam ssstem kekuasaan fasistis berjalan melalui dua jalur penguasaan, yaitu: pertama adalah pengusaan kesadaran melalui jalan pemaksaan dan kekerasan atau *coercive*, dan kedua adalah penguasaan lewat jalan hegemoni berupa kepatuhan dan kesadaran masyarakat.

Adorno dan Max Horkheimer pada buku mereka yang berjudul *Dialectic of The Englightenment* (1972) membahas mengenai kondisi proyek pencerahan yang telah mencapai akhir kematian dengan adanya birokrasi, rasionalitas, pragmatis, teknologi, dan perang ideologi. Kondisi semua ini menjadikan kelompok-kelompok masyarakat marjinal semakin terbelenggu. Pemikiran Adorno tentang ideologi senantiasa melatar-belakangi penilaian tentang kebenaran dalam sebuah kondisi sosial. Dalam pandangan Adorno di mana "esensi" dan "penampakan" terdapat kebenaran "fantasmagoria" pada kembentukan komoditas. Karena segala sesuatu yang dipikirkan oleh manusia tidak bersifat bebas, karena mereka terikat dengan sistem kapitalis yang ada, di mana hal yang dapat dilakukan oleh manusia adalah menyesuaikan diri dengan keadaan yang ada bukan melawannya (Sutrisno dan Putranto, 2005: 39).

Saat ini budaya populer yang terjadi khususnya remaja menjadikan media sosial sebagai tempat memamerkan kehidupan pribadinya. Dimana remaja yang terlihat "wah" dalam aku sosial medianya akan mendapat pengakuan lebih dari orang lain. Namun hal tersebut disalah-gunakan oleh remaja yang memaksakan dirinya untuk terlihat lebih pada akun media sosialnya dengan memalsukan atau merekayasa gambar pada *postingan* foto-foto mereka di media sosial.

Budaya menurut Edward T. Hall (1960, dalam Liliweri, 2005: 361-362) menjelaskan bahwa budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya. Ketika kita mulai berbicara tentang komunikasi, maka kita tidak bisa menghindari bicara tentang budaya. Budaya dan komunikasi berhubungan begitu erat dan dinamis. Inti budaya merupakan komunikasi, namun pada kenyataannya budaya yang tercipta juga bisa mempengaruhi cara berkomunikasi anggota budaya yang bersangkutan. Sementara budaya diimplementasikan dalam banyak cara. Ada yang melihat isi media dari sisi artistik, psikoanalisis, antropologi, mitologi, ritual dan sebagai aktivitas bisnis serta politik. Isi media, karenanya, dijadikan titik mula dalam memahami budaya dan kekuatan seperti apa yang beroperasi di dalamnya (Suparno dan Wibawa, 2014: 221).

Menurut O'Brien and Szeman (dalam Danesi, 2004: 7) budaya populer adalah budaya yang ada karena sekelompok orang membuat atau melakukannya untuk diri mereka sendiri. Maka dari itu karena hal yang baru tersebut banyak diterima masyarakat maka muncullah budaya populer. Menurut Danesi (2012: 2) mengatakan budaya populer sebagai berikut: "*pop culture alludes, essentially, to a form of culture that makes little, if any, such categorical distinctions, making it a non traditional form of culture in this sense."* Maksudnya bahwa budaya populer secara khusus mengarah kepada pembentukan budaya yang membuat (apabila ada) sedikit perbedaan budaya yakni non tradisional. Ketika budaya populer telah menjadi realita sosial, budaya ini merubah gaya hidup dan selera orang-orang yang berbeda, dan pada akhirnya menyatukan negara dengan cara yang merakyat.

Adapun definisi budaya populer menurut Storey (2003: 10) adalah sebagai berikut:

a. Budaya populer merupakan budaya yang menyenangkan dan disukai banyak orang.
b. Budaya populer adalah budaya sub standar yang mengakomodasi praktik budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi.
c. Budaya tinggi merupakan kreasi hasil kreativitas individu, berkualitas, bernilai luhur, terhormat dan dimiliki oleh golongan

elit, seperti para seniman, kaum intelektual dan kritikus yang menilai tinggi rendahnya karya budaya. Sedangkan budaya populer adalah budaya komersial (memiliki nilai jual) dampak dari produksi massal.

Budaya populer merupakan budaya massa, yaitu budaya yang diproduksi oleh massa untuk dikonsumsi secara massal. Budaya ini dikonsumsi tanpa pertimbangan apakah budaya tersebut dapat diterima di dalam masyarakat atau tidak. Budaya populer berasal dari pemikiran postmodernisme. Hal ini berarti pemikiran tersebut tidak lagi mengakui adanya perbedaan antara budaya tinggi dan budaya kelas bawah dan menegaskan bahwa semua budaya adalah budaya komersial.

Remaja berasal dari kata asing *adolensence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional, social, dan fisik. Pada masa ini sebenarnya sosok remaja belum mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa atau tua. Masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan, karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak. Menurut Sri Rumini dan Siti Sundari (2004: 53) bahwa masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan deskriptif bersifat kualitatif merupakan metode yang digunakan oleh ilmu-ilmu kemanusiaan karena tujuan utamanya untuk memahami dan mengerti suatu gejala, fenomena, fakta, realita, dan peristiwa yang dialami oleh mansuia. Creswell (2008, dalam Semiawan, 2010:7) mendefinisikan metode kualitatif merupakan suatu metode atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan umum.

Penelitian kualitatif pada dasarnya dikembangkan dengan maksud hendak memberikan makna (*making sense of*) terhadap data, menafsirkan (*interpreting*), atau mentransformasikan (*transforming*) data ke dalam bentuk-bentuk narasi yang kemudian mengarah pada temuan yang bernuansakan proposisi-proposisi ilmiah yang akhirnya sampai pada kesimpulan-kesimpulan final (Pawito, 2007: 101).

Obyek penelitian dalam peneliti ini adalah rekayasa gambar di instagram dalam mencapai pengakuan sosial. Dimana peneliti ingin melihat bagaimana media sosial digunakan oleh remaja dan mengapa media sosial menjadi salah satu perangkat penting dalam mencapai pengakuan sosial, sedangkan subyek peneliti ini adalah *user* Instagram yang tidak ingin dipublikasikan identitasnya.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lapangan oleh peneliti sebagai subyek penelitian. Data primer dari penelitian ini adalah data yang didapatkan secara langsung dari hasil wawancara mendalam terhadap pelaku rekayasa gambar pada Instagram. Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada yaitu buku, laporan, dan artikel jurnal.

Untuk melakukan reliabilitas dalam penelitian kualitatif maka dapat dilakukan dengan memungkinkan penelitian ini dijadikan sebagai acuan dan dapat diteliti kembali oleh peneliti lainnya. Selain itu, para pembaca juga mampu mengerti proses dan hasil yang didapat dari peneliti. Sedangkan validitas dalam penelitian kualitatif merupakan kredibilitas uraian, kesimpulan, penjelasan, penafsiran, atau bentuk pembahasan lain. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis melakukan teknik pengujian data dengan cara Triangulasi Data, teknik ini menunjuk pada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data yang berkenaan dengan persoalan yang sama. Hal ini juga berguna agar

peneliti dapat menguji data yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lain.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Motif Rekayasa Gambar Diri di Instagram

Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang dilakukan oleh peneliti dengan salah mahasiswa sebagai informan yang aktif menggunakan Instagram. Peneliti menemukan beberapa jawaban mengenai motif rekayasa gambar diri di Instagram, bahwa informan menggunakan Instagram karena mengikuti lingkungan sosial yang sedang menjadi tren di kalangan anak mahasiwa, selain itu karena tidak ingin dianggap sebagai individu yang gagap teknologi akan teknologi apalagi media sosial.

Media sosial juga menjadi tempat di mana siapa saja bisa mengetahui seseorang tanpa saling mengenal ataupun memiliki kedekatan sebelumnya. Bukan hanya itu saja, tujuan dari menggunggah foto-foto ataupun video dalam Instagram selain eksistensi diri yang dicari adalah *likers* dan *followers.* Media sosial juga identik dengan *haters*, yang kebiasaannya adalah mem-*bully* orang lain melalui media sosial lewat kolom komentar. Hal ini ditanggapi oleh Informan bahwa jika ada orang yang bertingkah seperti itu dianggap bukan hal yang harus dipermasalahkan karena semua orang berhak memberikan komentar. Semakin individu itu memiliki *likers* dan *followers* banyak, maka akan dianggap sebagai orang yang terkenal atau gaul. Seseorang yang seperti itu akan menjadi contoh bagi orang lain untuk berusaha menyamakan dirinya seperti apa yang ditampilkan oleh orang tersebut yang terlihat menarik dalam Instagram.

Motif adalah sesuatu yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu (Hamadi, 2002: 192). Dalam melakukan suatu hal, seseorang tentu saja memiliki motif yang mendasari ataupun motif yang ingin dicapainya. Selain itu, terdapat berbagai alasan yang mendorong seseorang untuk melakukan rekayasa gambar diri kemudian mengunggahnya ke Instagram.

Motif yang dimiliki seseorang membuat informan termotivasi untuk melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram. Kegiatan rekayasa gambar diri yang dilakukan oleh kaum remaja akan membuat mereka memiliki identitas tertentu. Di mana, identitas remaja pelaku rekayasa gambar diri tersebut memiliki karakteristik yang khas dari remaja yang memiliki motif tertentu dan kategori tertentu.

Berdasarkan pandangan Alfred Schutz (dalam Berger and Luckamn, 1990: 28). yang menggolongkan motif ke dalam dua bagian, yaitu motif untuk (*in order to motive*) yang berarti tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana harapan, minat yang diinginkan aktor atau remaja *rekayasa gambar diri* dan motif karena (*became motive*) yang merujuk kepada pengalaman masa lalu aktor atau remaja yang tertanam dalam pengetahuannya sehingga menjadikan hal tersebut sebagai suatu alasan untuk bertindak.

- Motif Masa Lalu

  Para remaja pelaku rekayasa gambar diri memiliki berbagai alasan yang mendorong mereka untuk melakukan rekayasa gambar diri yang kemudian diunggah ke Instagram. Motif masa lalu menjadi alasan bagi seseorang untuk mempertahankan kehidupannya, misalnya sudah tradisi atau kebiasaan.

- Motif Masa Yang Akan Datang

  Para remaja pelaku rekayasa gambar diri juga memiliki berbagai alasan di mana dorongan untuk melakukan rekayasa gambar diri yang kemudian diunggah ke Instagram lebih berorientasi pada apa yang ingin dicapai atau dikehendaki pada masa yang akan datang dari kegiatan yang dilakukan tersebut.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Jangka Panjang

  Remaja pelaku rekayasa gambar diri jangka panjang adalah mereka yang melakukan rekayasa gambar diri dengan motif yang jelas, seperti untuk mengabadikan momen dan memotivasi orang juga mungkin ada keperluan komersial, seperti menjadi *brand ambassador*.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Sementara/Temporer

Remaja yang melakukan rekayasa gambar diri hanya untuk mengikuti perkembangan atau sekedar ikut-ikut dan mereka yang memiliki motif jangka pendek, seperti untuk mendapatkan perhatian dari orang, namun tanpa memiliki tujuan yang berarti.

Gambar 1. Contoh Tampilan Instagram

Pengakuan Sosial di Instagram

Di jaman modernisasi banyak sekali para remaja yang banyak menggunakan aplikasi media sosial di gadget mereka. Media sosial tersebut sebagai bagian dari perkembangan Internet yang telah membawa banyak perubahan dan untuk memenuhi kebutuhan akan perubahan tersebut. Salah satu media sosial tersebut adalah Instagram.

Dengan kemunculan Instagram, banyak kegiatan yang dapat diabadikan melalui foto, misalnya kegiatan rekayasa gambar diri, yaitu kegiatan berfoto yang menampilkan seluruh atau sebagian tubuh pengguna dengan menggunakan kamera *handphone,* di mana foto-foto tersebut dapat diunggah ke Instagram dengan efek-efek yang dimiliki media sosial tersebut. Adapun hal lain yang dapat dilakukan kaum remaja dalam menggunakan Instagram, misalnya membuat *online shopping.* Di sini kaum remaja belajar untuk memanfaatkan media sosial untuk membuat suatu bisnis yang dapat menguntungkan diri sendiri maupun orang yang mengikuti pengguna atau bisa dibilang dengan *followers.* Remaja juga menggunakan Instagram sebagai bagian dari inspirasi mode mereka ataupun sebagai media di mana mereka dapat mengetahui apa saja yang idola mereka lakukan.

Dari semua sudut pandang mengenai penggunaan Instagram sendiri, hal yang paling fenomenal yang dilakukan oleh kaum remaja ialah melakukan rekayasa gambar diri hal ini dikarenakan foto yang diunggah ke media sosial seperti Instagram dapat memenuhi kebutuhan ke arah aktualisasi para remaja tersebut, sehingga mereka merasa rekayasa gambar diri sebagai media yang dapat menyalurkan kebutuhan mereka. Fenomena tersebut berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri (*self image)*. Karena melalui rekayasa gambar diri, setiap orang ingin menampilkan sisi terbaiknya kepada orang lain. Sehingga, kesan yang dimiliki orang lain terhadap dirinya dapat bernilai positif. Hal tersebut akan menciptakan dorongan dari dalam dirinya untuk berbuat dan mencapai sesuatu yang ia inginkan agar dapat memenuhi kebutuhannya. Selain itu juga dapat membuat ia menilai dirinya sendiri atau dinilai oleh orang lain. Karena mereka dapat lebih mengutarakan apa yang dipikirkannya. Usaha-usaha yang dilakukan oleh remaja secara tidak langsung membuat mereka berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Sehingga, *instagram* ditinjau dari sudut pandang komunikasi intrapersonal, dan hal tersebut dapat memengaruhi identitas diri dari remaja tersebut.

Berdasarkan kategori motif remaja pelaku rekayasa gambar diri yang mengunggahnya ke Instagram, dapat ditemukan dua kategori remaja, yaitu remaja pelaku rekayasa gambar diri masa lalu dan remaja pelaku rekayasa gambar diri masa yang akan datang.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Masa Lalu

Remaja pelaku rekayasa gambar diri masa lalu adalah remaja yang melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram dengan berorientasi pada masa lalu. Mereka adalah yang sudah melakukan rekayasa gambar diri sejak dahulu walaupun pada masa lalu saat melakukannya mereka belum mengetahui apa itu rekayasa gambar diri. Akan tetapi, setelah mengetahui mengenai rekayasa gambar diri. Mereka tetap melakukannya.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Masa Yang Akan Datang

Remaja pelaku rekayasa gambar diri masa yang akan datang adalah remaja yang memiliki motif untuk masa yang akan datang. Mereka adalah remaja yang melakukan rekayasa gambar diri karena pengaruh zaman agar dianggap tidak ketinggalan zaman alias ikut-ikutan atau mereka yang melakukan rekayasa gambar diri namun tanpa tujuan yang berarti.

Sebagai suatu rangkaian proses, identitas remaja pelaku rekayasa gambar diri ini menunjukkan suatu karakteristik yang khas dari remaja pelaku rekayasa gambar diri yang memiliki motif tertentu dan kategori tertentu.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Jangka Panjang

Remaja pelaku rekayasa gambar diri jangka panjang adalah mereka yang telah lama melakukan rekayasa gambar diri walaupun belum mengetahui apa itu rekayasa gambar diri. Kesulitan untuk menghilangkan kegiatan rekayasa gambar diri bukan karena hal lain, namun karena kegiatan rekayasa gambar diri tersebut sudah menjadi kebiasaan atau tradisi maupun hobi yang sudah sejak lama ia lakukan atau miliki. Kebiasaan yang berulang akan membuat remaja menjadi terbiasa melakukan rekayasa gambar diri dan perilaku tersebut sulit untuk dipisahkan dalam kehidupannya.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Sementara/Temporer

Remaja pelaku rekayasa gambar diri sementara adalah identitas dari kategori remaja pelaku rekayasa gambar diri masa akan datang. Temporer/sementara artinya mereka yang melakukan rekayasa gambar diri hanya untuk sementara.

Motif berupa hobi yang dimiliki oleh kaum remaja merupakan sesuatu yang ia miliki bahkan sebelum ia mengetahui tentang rekayasa gambar diri. Hobi berfoto tersebut tetap mereka lakukan bahkan setelah mereka mengetahui apa itu rekayasa gambar diri. Foto rekayasa gambar diri yang diunggah ke Instagram dapat menjadi wadah yang sesuai baginya untuk menyalurkan dan terus mengembangkan hobi berfoto yang mereka miliki. Selain itu, pengaruh lingkungan sekitar seperti rasa ikut-ikutan, lucu-lucuan atau ser-seruan dengan teman-teman serta rasa ingin diakui atau diperhatikan menjadi motif dominan yang dimiliki para remaja. Hal-hal tersebut menjadi motif masa lalu bagi para remaja yang mendorong mereka untuk bertindak. Sehingga, terdapat alasan-alasan ataupun dorongan-dorongan di masa lalu bagi remaja untuk melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggah foto tersebut ke Instagram. Hal ini sejalan hakikat manusia yang akan berperilaku atau bertindak jika mereka memiliki kebutuhan. Di mana kebutuhan tersebut merupakan sesuatu hal yang menuntut untuk segera dipenuhi agar mendapat keseimbangan. Kebutuhan tersebut akan menjadi motivasi yang mendasari seseorang untuk bertindak. Sehingga, akan timbul dorongan dari dalam diri manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya (Hamadi, 2002: 193).

Sebagai seorang remaja, tentu saja melakukan sesuatu yang dapat menunjukkan diri mereka kepada orang banyak ataupun dunia luar. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa motif yang ingin dicapai oleh kaum remaja ketika melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram, seperti ingin memperbanyak foto di Instagram, mengabadikan momen-momen serta yang paling dominan ialah

ingin mendapat perhatian dari orang lain berupa komentar dan *like.*

Psikolog dan direktur Media Psychology Research Center, Dr. Pamela Rutledge, menyatakan bahwa keinginan memotret, mem-*posting*, dan mendapatkan *like* dari situs jejaring sosial merupakan hal yang wajar pada setiap orang keinginan ini dipengaruhi rasa kita pada hubungan sosial (www.kompasiana.com). Hal ini sebetulnya sama dengan saat orang mengatakan betapa bagus baju yang dikenakan. Secara biologis, pengakuan sosial merupakan kebutuhan, bahkan ada area pada otak yang dikhususkan untuk aktivitas sosial.

Sehingga, ketika remaja mengunggah foto rekayasa gambar diri ke media sosial seperti Instagram adalah untuk mencari pembuktian diri. Mereka ingin mendapatkan penilaian positif dari komen-komen atau *like* yang mereka dapatkan. Ketika dia tidak mendapat respon positif harga dirinya bisa merosot, sebaliknya harga diri akan meningkat jika mendapatkan banyak respon positif.

Motif dalam melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram sejalan dengan pengertian motivasi menurut Jeffery, *at al* (dalam Simatupang, 2015: 1-15), bahwa proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan, maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan berubah menjadi hasrat yang mendorong individu melakukan sesuatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasratnya tersebut (Suryani, 2008: 27). Motif yang diartikan sebagai suatu dorongan pada diri seseorang untuk melakukan dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, motif yang dimiliki oleh sebagian kaum remaja ialah agar dapat menyalurkan hobi (*passion*) mereka ataupun mendapat perhatian berupa komentar ataupun *like* dari orang lain.

Selanjutnya, motif yang timbul dalam diri seseorang dapat memotivasinya untuk melakukan sesuatu hal atau bertindak yang dapat memenuhi kebutuhannya. Hal ini juga terdapat dalam diri informan dalam penelitian ini. Hal ini terlihat dari motifnya untuk dapat eksis di media sosial serta kebutuhannya untuk mendokumentasikan kegiatannya dengan orang-orang terdekatnya melalui rekayasa gambar diri yang diunggah ke Instagram. Sehingga, media social dapat digunakan untuk menampilkan citra diri yang diinginkan dan bukan citra diri yang sebenarnya.

Simpulan

Media sosial sudah merajalela di kalangan remaja pada zaman ini. Seperti yang sudah dijelaskan di atas perkembangan Internet sangat menunjang munculnya situs-situs yang kita tahu yaitu media sosial. Munculnya media sosial Instagram, menjadikan para remaja saat ini mengalami perubahan pada pola perilaku dalam menggunakan media sosial di kehidupannya. Dimana media sosial diciptakan sebagai tempat untuk mencari informasi, menjalin hubungan komunikasi dengan orang lain secara jarak jauh. Semenjak ada Internet juga semua kegiatan dapat dilakukan dalam satu waktu dan lebih praktis.

Instagram dirancang sedemikian rupa dengan memiliki berbagai fitur yang di tawarkan mendukung seseorang agar mampu menunjukan sebuah hal yang dimana dengan menunjukan hal tersebut orang lain akan merasa kagum dengan postingan-postingan yang dilakukan oleh setiap individu. Melalui foto-foto, video, banyak ataupun sedikitnya *followers* dan *likers* seseorang dapat menawarkan penilaian yang ditampilkan melalui unggahannya tersebut. Perubahan perilaku masyarakat dalam menggunakan media sosialnya tidak terlepas dari makin berkembangnya budaya populer yang menjadi hal baru dan menarik membuat masyarakat khususnya remaja mengikuti budaya populer tersebut.

Secara umum tujuan utama informan dalam menggunakan media sosial Instagram adalah untuk mendapatkan pengakuan sosial didalam kalangan lingkungan di sekitarnya. Dengan begitu pada pencarian identitas diri di kalangan masyarakat ia membutuhkan adanya

sebuah penghargaan dan pengakuan atas apa yang telah dicapai melalui media sosialnya. Tetapi jika tujuan untuk mendapatkan pengakuan tersebut tidak tercapai maka yang dilakukan adalah hal lain, dengan pemalsuan pada *postingan* Instagram yaitu melakukan rekayasa gambar di Instagram dalam mencapai pengakuan sosial. Dengan menginginkan pengakuan sosial yang positif membuat orang akan melakukan segala macam hal agar keinginannya tersebut tercapai.

Hal ini terkait dengan teori *Hegemony* yang dikemukakan oleh *Gramsci* yaitu di mana kondisi masyarakat saat ini sudah terhegemoni oleh para kaum elite yang mengubah pola pikir masyarakat dengan membenarkan segala sesuatu yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sekarang ini, dan hal yang fatal adalah masyarakat juga menganggap hal tersebut adalah hal yang memang sudah sewajarnya terjadi dan itu merupakan dampak dari perkembangan masa. Secara tidak sadar budaya populer yang membentuk perilaku masyarakat dan medialah yang menjadi *tools* utama dalam penyebarluasan budaya populer di kalangan masyarakat khususnya remaja.

Dari penelitian yang terlah di analis dapat disimpulkan bahwa budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media yang artinya jika media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya maka publik akan menyerapnya dan menjadikan itu sebuah bentuk dari kebudayaan. Karena kekuatan budaya populer yang saat ini sudah melekat dalam masyarakat sudah membentuk banyak pemikiran masyarakat serta terjadinya perubahan pola perilaku masyarakat yang disebabkan oleh munculnya budaya populer yang menggunakan media sosial sebagai perangkat dalam penyebar luasan budaya populer tersebut dalam kalangan masyarakat khususnya remaja.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang penulis berikan: bagi para remaja dianjurkan untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial dengan tidak melakukan hal-hal buruk karena terpaan dari budaya populer yang ada, dan membuka pemikiran dengan mencari informasi tentang perkembangan budaya populer karena tidak akan ada habisnya dan selalu muncul fenomena-fenomena baru yang dimunculkan oleh hadirnya teknologi baru.

Daftar Pustaka

Adorno. Theodor W., and Max Horkheimer. 2002. *Dialectic of Enlightenment*. Terjemahan: Ahmad Sahidah, *Dilektika Pencerahan*. Yogyakarta: IRCiSoD.

Berger, Peter L., dan Thomas Luckmann.1990. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Terjemahan: Hasan Basari. Jakarta: LP3ES.

Danesi, Marcel, dan Peron. 2004. *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semoitika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

_____. 2012. Pesan, Tanda, dan Makna. Yogyakarta: Jalasutra.

Hamadi, Abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.

Liliweri, Alo. 2005. *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta: LKiS.

Nonsi, Rismawati. 18 Juni 2015. *Fakta di Balik Foto Selfie*. http://www.kompasiana.com/www.rismawatinonsi.com/fakta-di-balik-foto-selfie_54f98b11a33311d0588b49bb. Diakses 1 Februari 2016.

Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.

Rumini, Sri, dan Siti Sundari. 2004. *Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.

Setiansah, Mite, Wening Udasmoro, dan Ratna Noviani. 2015. *Politik Identitas Perempuan Pengguna Smartphone: Negosiasi, Apropriasi dan Resistensi Perempuan dalam Dunia Serba Ambivalen*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 13 No. 2, hal. 183-192.

Simatupang, Fritta Faulina. 2015. *Fenomena Selfie (Self Portrait) di Instagram (Studi Fenomenologi pada Remaja di Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru)*. Jom FISIP, Vol. 2, 1-15.

Storey, John. 2003. *Teori Budaya dan Budaya Pop, Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*. Yogyakarta: Qalam.

Suparno, Basuki Agus, dan Arif Wibawa. 2014. *Hegemoni Kapitalisme dalam Transisi Demokrasi di Indonesia Analisis Wacana Kritis*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 12 No. 3, hal 215-230.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutrisno, Mudji, dan Hendar Putranto. 2005. *Teori-Teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.