Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika

ISSN. 2088-9402
VOLUME 1, No.1 September 2011

Kajian Indikator TIK Indonesia : Pola Akses dan Penggunaan TIK oleh Rumah Tangga dan Individu
Siti Meiningsih

Ketertarikan Masyarakat dalam Mengakses Informasi IPTEK dengan Menggunakan Media Kominfo : Tinjauan Empirik
Nani Grace Simamora

Motivasi dan Penggunaan Layanan Telekomunikasi oleh Masyarakat di Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat
Siti Wahyuningsih

Sikap Masyarakat Terhadap Layanan Pos di Indonesia
Atjih Ratnawati

Pengujian *Technology Acceptance Model* Pada Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK
Anton Susanto

Tinjauan Pemanfaatan Internet Sehat Pada Masyarakat di Kota Yogyakarta
Arif Suryanto Putro

JPPI	Vol. 1 No. 1	Hal 1 - 84	ISSN. 2088-9402

Jurnal Penelitian Pos dan Informatika

VOL 1 Edisi September Tahun 2011

Jurnal Penelitian
Pos Dan Informatika
ISSN. 2088-9402
VOL 1 No.1 September Tahun 2011

SUSUNAN REDAKSI

SK Sekretaris Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
Kementerian Komunikasi Dan Informatika
Nomor : 69 /KEP/KOMINFO/BLSDM-1/5/2011

PENGARAH

Aizirman Djusan. M.Sc. Econ
Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan SDM

PENANGGUNG JAWAB

Dra. Siti Meiningsih, M.Sc.
Kepala Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika

KETUA DEWAN REDAKSI

Dr. Ramon Kaban, M.Si.

PEER REVIEWER/MITRA BESTARI :

Prof. Kalamullah Ramli
Prof. Erman Aminullah
Prof. Dr. Gati Gayatri
Dr. Udi Rusadi
Dr. Henri Subiakto

ANGGOTA DEWAN REDAKSI :

Prof. Rusdi Muchtar
Dr. Yan Rianto
Dr. I Nyoman Adhiarna
Drs. Sudji Siswanto
Dra. Siti Wahyuningsih, M.Si.

SEKRETARIAT :

Anton Susanto, SE., MTI
Vidyantina Heppy Anandhita, ST
Tiari Pratiwi Hutami, S.Si.

SEKRETARIAT REDAKSI

Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika
Badan Litbang SDM Kemkominfo, Gedung Belakang (B)
Kementerian Komunikasi dan informatika
Lt. 4, Jalan Medan Merdeka Barat No. 9 Jakarta Pusat.
Jl. Medan merdeka Barat no. 9 – Jakarta, Telp/Fax : 021- 3846189

JURNAL PENELITIAN POS DAN INFORMATIKA (POSTIKA) adalah jurnal yang dikategorikan ilmiah, dengan tujuan untuk pengembangan dan peningkatan pengetahuan masyarakat informasi (akademisi dan praktisi), khususnya para peneliti bidang komunikasi dan informatika mengenai ilmu pengetahuan teknologi bidang manajemen logistik (pos), komunikasi, dan informatika. Manfaat penerbitan jurnal ilmiah ini, sebagai sarana publikasi atau media komunikasi dan informasi khususnya bidang manajemen logistik (pos) dan Informatika bagi peneliti. Redaksi menerima karya tulis ilmiah para peneliti atau sumbangan ilmiah terkait masalah di bidang manajemen logistik (pos), komunikasi, dan Informatika baik berupa hasil penelitian maupun tinjauan teori, atau karya ilmiah lain (analisis empirik atau studi kasus) yang bersifat asli (Belum pernah dipublikasikan di media lain).

Jurnal Penelitian
Pos Dan Informatika

ISSN. 2088-9402
VOLUME 1, No.1 September 2011

DAFTAR ISI	3
PENGANTAR REDAKSI	4
Kajian Indikator TIK Indonesia : Pola Akses dan Penggunaan TIK oleh Rumah Tangga dan Individu ***Siti Meiningsih***	5 - 20
Ketertarikan Masyarakat dalam Mengakses Informasi IPTEK dengan Menggunakan Media Kominfo : Tinjauan Empirik ***Nani Grace Simamora***	21 - 31
Motivasi dan Penggunaan Layanan Telekomunikasi oleh Masyarakat di Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat ***Siti Wahyuningsih***	32 - 43
Sikap Masyarakat Terhadap Layanan Pos di Indonesia ***Atjih Ratnawati***	44 - 55
Pengujian *Technology Acceptance Model* Pada Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) ***Anton Susanto***	56 - 72
Tinjauan Pemanfaatan Internet Sehat Pada Masyarakat di Kota Yogyakarta ***Arif Suryanto Putro***	73 - 83
KETENTUAN PENULISAN NASKAH	84

PENGANTAR REDAKSI

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, atas terbitnya Jurnal Penelitian Pos dan Informatika Volume I No. 1 September 2011

Sesuai rencana program Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika (Puslitbang PPI), Jurnal Penelitian Pos dan Informatika akan diterbitkan secara periodik 2 (dua) kali dalam setahun, dengan tujuan untuk pengembangan dan peningkatan pengetahuan masyarakat informasi khususnya peneliti bidang komunikasi dan informatika mengenai ilmu pengetahuan teknologi bidang komunikasi dan informatika. Sedangkan manfaat yang diperoleh melalui penerbitan ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sarana publikasi atau media komunikasi bidang Komunikasi dan Informatika bagi peneliti; dan terpublikasikannya karya tulis ilmiah para peneliti atau pengamat masalah di bidang Komunikasi dan Informatika baik berupa hasil penelitian maupun tinjauan, atau karya ilmiah lain.

Untuk Volume I, Edisi September 2011, Jurnal Penelitian Pos dan Informatika memuat karya tulis tentang Kajian Indikator TIK Indonesia : Pola Akses dan Penggunaan TIK oleh Rumah Tangga dan Individu yang ditulis oleh Siti Meiningsih. Selanjutnya menampilkan tulisan Nani Grace Simamora tentang Ketertarikan Masyarakat dalam Mengakses Informasi IPTEK dengan Menggunakan Media Kominfo : Tinjauan Empirik. Mengingat saat ini peran media Kominfo sangat dibutuhkan masyarakat untuk mengakses Informasi tentang Iptek.

Yang menarik perhatian untuk disikapi di era konvergensi ini, hasil penelitian terkait Motivasi dan Penggunaan Layanan Telekomunikasi oleh Masyarakat di Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat yang ditulis oleh Siti Wahyuningsih.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informatika, Internet Sehat merupakan salah satu program pemerintah (Kemkominfo) dalam rangka mewujudkan masyarakat informasi yang berpengatahuan. maka Tinjauan Pemanfaatan Internet Sehat Pada Masyarakat di Kota Yogyakarta oleh Arif Suryanto Putro, berupaya mendeskripsikan tentang penggunaan internet yang sehat, khususnya di kalangan anak remaja untuk mengakses informasi secara positif. Masih terkait teknologi internet dan pemanfaatannya di kalangan masyarakat, Anton Susanto juga menulis tentang Pengujian *Technology Acceptance Model* Pada Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK). Kemudian pada Edisi kali ini juga menyajikan tulisan tentang Sikap Masyarakat Terhadap Layanan Pos di Indonesia oleh Atjih Ratnawati.

Semoga karya ilmiah hasil penelitian dan tinjauan ini dapat menambah wawasan bagi para peneliti bidang komunikasi dan informatika, semakin menambah informasi tentang perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Semoga Bermanfaat.

Redaksi.

KAJIAN INDIKATOR TIK INDONESIA: POLA AKSES DAN PENGGUNAAN TIK OLEH RUMAH TANGGA DAN INDIVIDU

Siti Meiningsih
siti045@kominfo.go.id

Peneliti pada Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika

Abstract

Based on the concept of ICT indicators developed by the ITU, this paper examines patterns of access and use information and technology (ICT) by households and individuals in Indonesia. The pattern of ICT access by households is measured by the parameters of ownership of radio, television, telephone, computer, internet access, and type of internet access. While the use of ICTs in the household or individual members include the utilization of phones and cell phones, computer usage, internet usage, internet access locations, frequency of accessing the internet, as well as activity at the time of accessing the internet. By using descriptive-statistical method, this study found that most households and individuals in Indonesia have had access to ICTs. However, study results have shown that the level of internet use are still low and has not been utilized optimally

Key word: the access, use of ICT, households, and individuals

Abstrak

Berdasarkan konsep indikator TIK yang dikembangkan oleh International Telecommunication Union (ITU), tulisan ini mengkaji pola akses dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) oleh rumah tangga dan individu di Indonesia. Pola akses TIK oleh rumah tangga diukur dengan parameter kepemilikan radio, televisi, telepon, komputer, akses internet, dan jenis akses internet. Sedangkan penggunaan TIK pada anggota rumah tangga atau individu meliputi penggunaaa telepon dan telepon seluler, penggunaan komputer, penggunaan internet, lokasi mengakses internet, frekuensi mengakses internet, serta aktivitas pada saat mengakses internet. Dengan pendekatan deskriptif-statistik, kajian ini menemukan bahwa sebagian besar rumah tangga dan individu di Indonesia telah memiliki akses terhadap TIK. Namun demikian hasil kajian menunjukkan tingkat penggunaan internet oleh rumah tangga dan individu masih rendah dan belum termanfaatkan secara maksimal.

Kata Kunci : Akses, Penggunaan TIK, Rumah tangga, dan Individu.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Gambaran akses dan penggunaan TIK menjadi sangat diperlukan oleh suatu negara. Karena itulah dalam pertemuan "*World Summit on the Information Society* (WSIS)", tahun 2003, negara-negara dunia menyepakati pentingnya standar pengukuran TIK yang meliputi infrastruktur dan penggunaannya di masing-masing negara. Standar pengukuran TIK tersebut selain bertujuan untuk memeroleh gambaran kemajuan akses, penggunaan TIK serta infrastruktur di masing-masing negara juga berguna untuk mengetahui posisi perkembangan TIK di suatu negara terhadap negara lain.

Berdasarkan data Susenas 2006-2008 (Badan Pusat Statistik) diketahui bahwa pada tahun 2006 kepemilikan komputer di rumah tangga sekitar 4% dari seluruh rumah tangga di Indonesia, kemudian naik menjadi 6% di tahun 2007 dan 8% pada tahun 2008. Bila dibandingkan berdasarkan wilayah diseluruh Indonesia, tingkat kepemilikan komputer dalam rumah tangga di wilayah Jawa paling tinggi, diikuti oleh wilayah Kalimantan. Sedangkan wilayah Timur Indonesia memiliki tingkat pemilikan yang paling kecil.

Gambaran yang sama juga terjadi pada jumlah rumah tangga yang memiliki akses internet. Selama kurun 2007-2008, akses internet dalam rumah tangga Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Pada tahun 2007, persentase rumah tangga Indonesia yang sudah memiliki akses internet adalah 5,58%. Selanjutnya pada tahun 2008 mengalami peningkatan menjadi 8,56%. Sedangkan pada tahun 2008, distribusi komputer dan akses internet masih terkonsentrasi di wilayah Jawa. Diikuti oleh wilayah Sumatera yaitu sekitar 16,58% dari total rumah tangga dengan komputer dan 16,77% dari total rumah tangga dengan akses internet. Sedangkan selebihnya berada di wilayah lainnya. (Kominfo, 2010).

Dalam kurun 2001-2007, Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) telah melakukan penyusunan indikator TIK dengan menghimpun data sekunder dari berbagai institusi BPS, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), Telkom Tbk, Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi (Ditjen Postel), Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), *Indonesia Network Information Center* (IDNIC), DepKominfo, ITU, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti), *Assosiation of TeleService International* (ATSI), Indosat, Telkomsel, Excelkomindo, Mobile8, Mandara, PSN, Bakrie Telecom, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI), Dep. Keuangan, dan melalui penelusuran Internet. Buku Indikator Teknologi Informasi dan Komunikasi tahun 2006 yang disusun oleh Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, PTIK- BPPT meliputi: 1) Infrastruktur dan akses TIK (diluar *e-Government*); 2) Investasi TIK; 3) Perdagangan TIK ; 4) Belanja pemerintah bidang TIK; 5) Paten dan *Copyrights* bidang TIK dan 6) Pendidikan Bidang TIK.

Kementerian Komunikasi dan Informatika sejak tahun 2008 sampai dengan tahun 2011 ini telah melakukan upaya penyusunan dan pemutakhiran Indikator TIK. Pada tahun 2010, penyusunan Indikator TIK yang telah selesai dilakukan mengacu pada *Core ICT Indicator* yang dikembangkan oleh *United Nation*. Indikator TIK Indonesia 2010 menggambarkan kondisi TIK mulai dari infrastruktur dan penggunaan TIK yang meliputi telekomunikasi, internet dan komputer, TV, pos ; sumber daya manusia TIK serta mencoba membandingkan kondisi TIK di Indonesia dengan negara lain.

Penyusunan Indikator TIK Indonesia yang telah dilakukan oleh BPPT maupun KemKominfo belum seluruhnya sesuai dengan *Core ICT Indicator* dan masih jauh dari yang diharapkan. Problematika mendasar dalam membangun suatu indikator nasional antara lain karena keterbatasan dalam hal kelengkapan dan keakuratan data kuantitatif dan kualitatif dari parameter yang telah dikembangkan dan kurangnya kerjasama dan sinergi dengan instansi-instansi terkait untuk mewujudkan ketersediaan data TIK yang lebih akurat dan lengkap. Sesuai dengan azas penyusunan indikator TIK Indonesia yang bersifat nasional ini harus dilaksanakan secara berkelanjutan dengan komitmen yang tinggi agar sistem Indikator TIK yang telah dibangun saat ini dapat berhasil. Selain harus disusun dan dikembangkan secara rutin indikator TIK Indonesia juga harus sesuai dengan kebutuhan perencanaan pengembangan TIK Nasional melalui kajian-kajian yang relevan.

Banyaknya pengguna TIK baik individu atau di setiap sektor seperti rumah tangga, bisnis, pendidikan dll, menyebabkan setiap negara perlu mengamati, mengevaluasi serta memonitor perkembangan TIK baik infrastruktur, akses dan penggunaannya. Semua itu diperlukan untuk membangun suatu kebijakan yang tepat dalam mengatur akses dan penggunaan TIK serta mengembangkan infrastrukturnya. Berdasarkan permasalahan diatas kajian ini berupaya untuk mengukur akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga dan individu di Indonesia. Data dan informasi yang diperlukan untuk mengukur diperoleh dari suatu kegiatan survei di hampir seluruh wilayah Indonesia.

Pengukuran akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga menjadi penting karena melalui pengukuran terhadap aspek tersebut selain diharapkan dapat mengetahui perkembangan penggunaan TIK, akses dan infrastruktur yang dimiliki oleh rumah tangga dan individu, tetapi juga dapat diketahui isu atau permasalahan mengenai akses dan penggunaan TIK, sehingga dapat diperoleh alternatif penyelesaian masalah tersebut yang pada akhirnya berkembang menjadi suatu kebijakan yang baik dan tepat.

Tujuan

Tujuan dari kajian indikator TIK ini adalah untuk:

1. Memberikan gambaran tentang pola akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga dan individu di Indonesia;
2. Memberikan analisa awal tentang implikasi pola akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga dan individu untuk perencanaan pengembangan TIK di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Indeks Pembangunan TIK: Posisi Indonesia

TIK memegang peranan sebagai teknologi kunci (*enabler technology*) jika diterapkan dan digunakan secara tepat dimana hal ini sangat penting untuk negara-negara yang sedang bergerak ke arah informasi atau masyarakat berbasis pengetahuan. Indeks Pembangunan TIK internasional (*International Development Indeks*) yang dikembangkan oleh *International Telecomunication Union* (ITU) bertujuan untuk mengukur: 1) Perkembangan TIK suatu negara relatif terhadap negara-negara lain; 2) Kemajuan pengembangan TIK antara negara-negara berkembang dan negara maju; 3) Kesenjangan digital dalam pengembangan TIK di berbagai negara sesuai dengan tingkatannya; dan 4) Potensi pengembangan TIK beberapa negara sejauh

mana suatu negara dapat menggunakan TIK untuk meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan berdasarkan kemampuan dan keterampilan yang tersedia.

Data ITU menunjukkan bahwa pada tahun 2008 perkembangan TIK Indonesia berada pada peringkat 107, jauh di bawah peringkat negara-negara ASEAN seperti Vietnam yang memiliki peringkat 86, Philippines 90, Thailand 76 atau bahkan Singapur yang berada pada peringkat 14 seperti diperlihatkan dalam tabel 1.

Tabel 1. Rangking Indeks Perkembangan TIK Indonesia dan Beberapa Negara

Negara 2002	Rank 2007	Rank Rank	Rank 2008
Korea	2	2	3
Japan	17	7	8
Singapore	16	15	14
Brunei Darussalam	39	42	42
Malaysia	50	55	56
Thailand	74	75	76
Philippines	81	95	90
Vietnam	106	93	86
Indonesia	109	108	107
Lao P.D.R	123	117	118
Myanmar	104	118	119
Cambodia	122	120	120

Sumber: *The ICT Development Index 2010; International Telecommunication Union*

Keadaan tersebut cukup memprihatinkan mengingat peran TIK dalam berbagai sektor seperti yang telah disebutkan di atas dapat meningkatkan daya saing nasional. Untuk mengembangkan teknologi ini diperlukan suatu perencanaan yang baik dan tepat sasaran, disamping tetap melakukan evaluasi dari setiap kebijakan yang telah diimplementasikan. Karenanya diperlukan suatu instrumen berupa indikator TIK untuk mengukur potensi TIK baik dari sisi *supply* maupun *demand*.

Akses dan Penggunaan TIK Sektor Rumah Tangga dan Individu

Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada hakekatnya ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam rangka membangun peradaban bangsa. Kenyataan menunjukkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan penting dalam perkembangan peradaban, terutama perekonomian dunia. Abad ke-21 bahkan diyakini akan menjadi abad baru yang disebut era informasi-ekonomi (*digital-economic)* dengan ciri khas perdagangan yang memanfaatkan elektronika (*electronic commerce)*. (Kementerian Riset dan Teknologi, 2006).

Saat ini tak dapat dipungkiri Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merevolusi cara hidup manusia mulai dari cara berkomunikasi, cara belajar, cara bekerja, cara berbisnis dan lain-lain. TIK meubah proses kerja dari statis menjadi digital, *mobile* dan virtual. Hal tersebut menyebabkan proses kerja meningkat tajam di berbagai aktivitas modern manusia termasuk di rumah tangga. Karenanya TIK dapat meningkatkan kualitas hidup manusia dan secara tidak langsung mengharuskan manusia untuk menggunakannya dalam segala aktivitas. (Murtiyasa, B. 2008).

Konsumsi rumah tangga terhadap barang dan jasa terkait dengan internet diperkirakan sekitar 0,8 % dari Produk Domestik Bruto (PDB). Ini terdiri dari pengeluaran rumah tangga untuk perangkat mengakses internet (termasuk komputer dan perangkat seluler) dan pengeluaran untuk data yang diakses, serta nilai barang dan jasa yang dibeli melalui internet dari penjual Indonesia yang berbasis internet. Jumlah langganan internet di Indonesia telah meningkat dari titik yang sangat rendah dalam beberapa tahun terakhir menjadi sekitar 7% dari rumah tangga

pada tahun 2010 (Gartner, 2011). Angka ini termasuk rendah jika dibandingkan dengan negara negara BRICI (Brasil, Rusia, India, Cina dan Indonesia) lain dan negara-negara tetangga di Asia Timur. PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom), penyedia layanan jasa Internet terbesar, memiliki 5,5 juta pelanggan *broadband* (*fixed* dan seluler) pada tahun 2010 (Businees Monitor International, 2011).

Menurut hasil survei *The Nilson Company* tahun 2011, terdapat lebih banyak pengguna internet di Indonesia yang tidak berlangganan *fixed line*, seperti tercermin dalam popularitas internet seluler dan warnet. Proporsi pengguna internet yang mengakses internet melalui telepon seluler (ponsel) di Indonesia lebih tinggi (48%) dibanding dengan negara-negara Asia Timur lainnya, seperti Malaysia (21%), Thailand (31%), dan yang mengejutkan Singapura (34%).

METODE KAJIAN

Batasan dan Lingkup Kajian

Kajian ini berupaya untuk memetakan pola akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga dan individu dengan mengadopsi standard pengukuran indikator TIK yang dikembangkan oleh ITU. Akses TIK yang dimaksud dalam tulisan ini adalah ketersediaan atau kepemilikan TIK pada suatu rumah tangga meliputi ketersediaan radio, televisi, telepon kabel, ponsel, komputer, internet, dan jenis akses internet. Sedangkan penggunaan TIK mengacu pada seorang atau lebih anggota rumah tangga yang menggunakan TIK baik di dalam rumah maupun di mana saja. Penggunaan TIK oleh individu pada rumah tangga dibatasi pada penggunaan ponsel, penggunaan komputer, penggunaan internet, lokasi mengakses internet, frekuensi mengakses internet, dan aktivitas selama mengakses internet. Data yang digunakan bersumber dari hasil survei akses dan penggunaan TIK oleh sektor rumah tangga dan individu di 33 wilayah dan propinsi seluruh Indonesia yang dilakukan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika Badan Litbang SDM Kementerian Kominfo pada tahun 2011.

Pendekatan

Pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan pola akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga dan individu adalah deskriptif statistik. Penelitian deskriptif ini mempunyai ciri-ciri yaitu untuk membuat suatu keterangan dan paparan terhadap suatu situasi atau kejadian tertentu. Menurut Sugiyono (2006:21) penelitian (statistika) deskriptif adalah statistika yang berfungsi untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimanan adanya, tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum. Dalam tulisan ini deskriptif statistik digunakan untuk menganalisis pola akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga dan individu di Indonesia dengan menyajikan tabel, diagram dan grafik.

Kerangka Analitik

Kajian ini menggunakan konsep indikator TIK sebaga salah satu instrumen penting dalam menentukan arah kebijakan pengembangan TIK yang tepat. Hal ini disebabkan indikator TIK merupakan alat ukur yang dapat menggambarkan secara obyektif keadaan dan perkembangan kemampuan TIK suatu negara. Banyak negara telah mengembangkan serta memanfaatkan indikator TIK tersebut terutama untuk (1) memetakan, mengukur dan membandingkan kondisi TIK dengan negara lain; (2) mengevaluasi kinerja TIK;

dan (3) merencanakan pengembangan TIK ke depan. Di Indonesia, statistik dan indikator TIK sendiri mulai mendapat perhatian di akhir tahun 1990-an dengan mulai dikumpulkannya data-data terkait TIK oleh berbagai instansi, dengan segala keterbatasan yang ada. Kerjasama yang erat antara instansi- instansi terkait, sangat diperlukan untuk terus mewujudkan ketersediaan data TIK yang semakin akurat dan saling melengkapi satu sama lainnya.

Indikator utama untuk mengukur akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga dan individu yang dikembangkan oleh ITU tahun 2010. Perbedaan fundamental akses dan pengguna adalah akses TIK mengacu pada ketersediaan TIK dalam rumah sedangkan pengguna TIK adalah satu atau lebih individu anggota rumah tangga apakah mengakses di rumah atau di mana saja. Indikator utama ini terdiri dari 12 indikator yaitu 6 indikator akses TIK oleh rumah tangga dan 6 indikator penggunaan TIK oleh individu sebagaimana terlihat dalam tabel berikut ini.

Pengumpulan dan Pengolahan Data

Dengan mempertimbangkan kesalahan sampel (*sampling error*) sebesar satu persen, survey ini menjaring 10.000 rumah tangga dan individu yang secara proporsional dipilih berdasarkan kepadatan penduduk pada tiap provinsi, kota/kabupaten, dan kecamatan. Pembentukan kerangka sampel dilakukan dengan cara membuat empat buah klaster pada setiap provinsi, yaitu klaster utara, selatan, barat dan timur. Setiap klaster terdiri dari kumpulan beberapa kota dan kabupaten yang terletak di bagian utara, selatan, barat, dan timur suatu provinsi. Kemudian dari setiap klaster tersebut dipilih satu kota/kabupaten sebagai wakil dari setiap klaster, dengan ketentuan jika pada klaster tersebut terdapat ibu kota provinsi, maka ibu kota provinsi tersebut yang harus dipilih sebagai wakil dari salah satu klaster. Sedangkan tiga klaster lainnya, boleh dipilih kota/kabupaten mana saja. Kemudian, dari setiap kota/kabupaten dipilih dua buah kecamatan yang masing-masing berada

Tabel 2. Indikator Utama Akses dan Penggunaan TIK oleh Rumah Tangga dan Individu

No	Kode	Keterangan
1.	HH-1	Proporsi rumah tangga yang memiliki radio
2	HH-2	Proporsi rumah tangga yang memiliki TV
3	HH-3	Proporsi rumah tangga dengan sambungan telepon : - Telepon tetap - Telepon seluler - Telepon tetap dan selular
4	HH-4	Proporsi rumah tangga yang memiliki komputer
5	HH-5	Proporsi individu yang menggunakan komputer
6	HH-6	Proporsi rumah tangga yang memiliki akses internet di rumah
7	HH-7	Proporsi individu yang menggunakan internet
8	HH-8	Lokasi individu menggunakan internet
9	HH-9	Aktivitas internet oleh individu
10	HH-10	Proporsi Individu yang menggunakan telepon selular
11	HH-11	Proporsi rumah tangga yang memiliki internet berdasarkan jenis
12	HH-12	Frekuensi individu yang menggunakan internet individu dalam 12 bulan terakhir

Sumber: *Manual for Measuring ICT Access and Use by Household and Individuals, 2009 Edition, ITU*

dekat dengan kota/kabupaten dan jauh dari kota/kabupaten. Hal ini dilakukan agar distribusi sampel menyebar cukup merata di wilayah Indonesia.

Untuk memperoleh kualitas data yang baik, sebelum dilakukan pengolahan, semua data yang terkumpul divalidasi terlebih dahulu. Data dinyatakan valid apabila (1) semua pertanyaan dijawab dengan cara yang benar yaitu sesuai dengan petunjuk dalam kuesioner. (2) Konsistensi dalam menjawab setiap pertanyaan terutama pertanyaan yang saling berhubungan. Misalnya, pada bagian kuesioner tentang lokasi mengakses internet, responden menyatakan bahwa ia tidak mengakses internet di lokasi manapun selain di rumah, namun pada bagian pertanyaan mengenai lokasi mana saja ia bisa mengakses internet, ternyata responden menyatakan bahwa ia mengakses internet di rumah dan di kantor. Jawaban terhadap kedua pertanyaan tersebut tidak selaras karena memberikan gambaran yang berbeda. Dalam kasus ini dilakukan pengecekan ulang dengan menemui kembali atau dengan mengontak melalui telepon dan menanyakan hal tersebut pada responden. (3) Responden yang diwawancarai adalah benar sesuai dengan yang tertera dalam data identitas responden.

Selanjutnya dibuat suatu program komputer sistem informasi yang disimpan dalam media interaksi komunikasi intra Kominfo. Dengan membuat sistem informasi ini proses entri data dilakukan secara *online* dari berbagai wilayah yang telah terhubungkan dengan jaringan terpadu Kementerian Kominfo. Data dan informasi kemudian disimpan dalam suatu pangkalan data (*database*) yang disajikan dalam bentuk tabel dan grafik dengan menggunakan *microsoft excel* .

HASIL DAN PEMBAHASAN

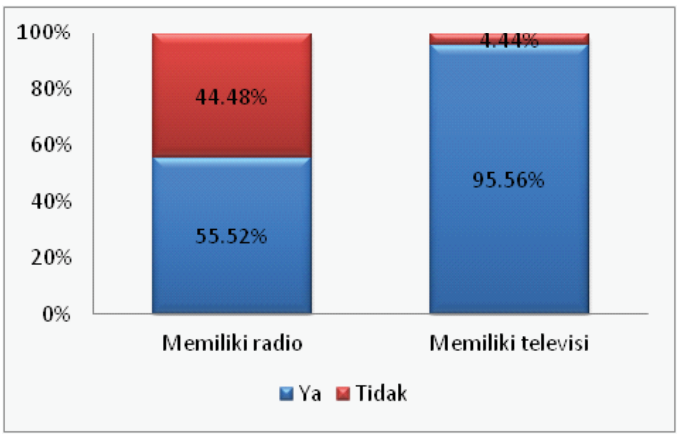
Rumah Tangga yang Memiliki Radio dan Televisi

Beberapa indikator utama akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga dan individu saat ini tersedia luas di berbagai negara khususnya negara yang ekonominya sudah maju. Hasil survei Kementerian Kominfo tahun 2011, menunjukkan bahwa sebagian besar rumah tangga di Indonesia yakni sebesar 99% telah memiliki akses TIK. Hal yang menarik ternyata kelompok usia muda antara 16-25 tahun yang memiliki akses terhadap TIK paling tinggi, sedangkan kelompok usia di atas 55 tahun memiliki akses paling rendah. Seluruh rumah tangga dengan pengeluaran per bulan antara Rp. 3.000.000,00 – Rp.5.000.000,00 dan pengeluaran antara Rp.5.000.000,00 – Rp.10.000.000,00 telah memiliki akses TIK. Sedangkan bila dilhat dari wilayahnya tingkat kepemilikan radio tertinggi terdapat di Pulau Bali, yaitu mencapai 74,50%. Rumah tangga dengan akses radio terbanyak kedua adalah di Pulau Jawa, yaitu mencapai 60,06%. Adapun persentase rumah tangga dengan akses radio terkecil terdapat di Pulau Lombok, yaitu sebesar 29,58%.

Dua indikator utama (HH-1 dan HH-2) yang digunakan untuk mengukur akses TIK oleh rumah tangga dan individu adalah proporsi rumah tangga yang memiliki radio dan televisi. Proporsi rumah tangga dengan radio dihitung dengan membagi jumlah rumah tangga yang memiliki radio dan jumlah total sampel rumah tangga. Radio yang dimaksud adalah radio perangkat yang mampu menerima sinyal radio siaran, menggunakan frekuensi yang populer, seperti *Frequency Modulation* (FM), *Amplitudo Modulation* (AM), *Long Wave* (LW), dan *Short Wave* (SW), termasuk satu set radio yang terintegrasi di dalam mobil atau jam alarm tetapi tidak termasuk radio yang terintegrasi dengan ponsel, pemutar

audio digital (MP3 *player*) atau pada komputer. Radio harus dalam kondisi yang baik dan dapat berfungsi dengan baik.

Proporsi rumah tangga dengan televisi dihitung dengan membagi jumlah rumah tangga dengan televisi dan jumlah total sampel rumah tangga. Televisi yang dimaksud adalah perangkat yang berdiri sendiri mampu menerima sinyal siaran televisi, menggunakan akses popular seperti kabel dan satelit. Namun tidak termasuk televisi yang terintegrasi dengan komputer atau telepon bergerak. Televisi harus dalam kondisi yang baik dan dapat berfungsi dengan baik. Tingkat kepemilikan televisi rumah tangga di Indonesia jauh lebih tinggi bila dibandingkan dengan tingkat kepemilikan radio. Hal ini dapat mengindikasikan rumah tangga di Indonesia sudah menggunakan media komunikasi yang lebih moderen televisi atau komputer.

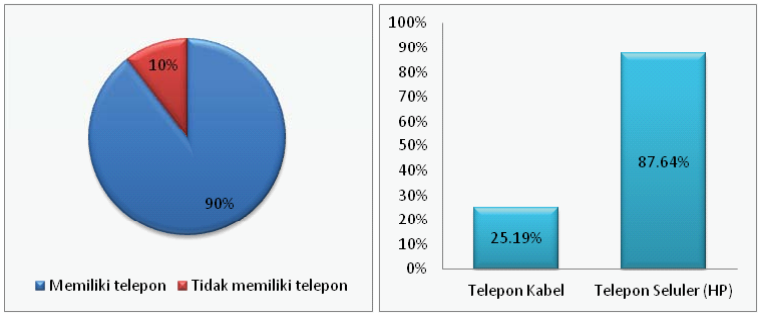


Gambar 4.1. Proporsi Rumah Tangga yang Memiliki Radio dan Televisi

Rumah Tangga dengan Sambungan Telepon Tetap dan Telepon Bergerak

Indikator utama akses dan penggunaan TIK oleh rumah tangga dan individu berikutnya adalah proporsi rumah tangga dengan telepon (HH-3). Indikator dibagi kedalam 4 bagian yaitu : a) proporsi rumah tangga dengan setiap jenis telepon; b) proporsi rumah tangga hanya dengan telepon tetap; c) proporsi rumah tangga hanya dengan telepon bergerak; dan d) proporsi rumah tangga dengan kedua telepon tetap dan telepon bergerak. Proporsi rumah tangga dengan telepon dihitung dengan membagi jumlah rumah tangga yang memiliki setiap jenis telepon/ hanya telepon tetap/hanya telepon bergerak/ kedua telepon tetap dan bergerak dan total sampel rumah tangga. Jaringan telepon tetap didefinisikan sebagai saluran telepon yang menghubungkan peralatan terminal pelanggan (pesawat telepon). Sedangkan telepon bergerak didefinisikan sebagai telepon portabel berlangganan ke layanan telepon umum seluler menggunakan teknologi seluler, yang menyediakan akses ke PSTN (*Public Switched Telephone Network*). Ini termasuk sistem seluler analog dan digital serta IMT-2000 (3G), termasuk pengguna layanan paska bayar maupun prabayar.

Sama halnya dengan kepemilikan radio dan televisi, hasil survei memperlihatkan tingginya tingkat kepemilikan telepon jenis apa saja pada sektor rumah tangga Indonesia yaitu mencapai 90%. Jika dirinci berdasarkan jenisnya tingkat kepemilikan telepon tetap jauh lebih besar yakni sebesar 87,64% dibandingkan tingkat kepemilikan tetepon bergerak hanya sejumlah 25,19%. Sedangkan rumah tangga yang memiliki kedua jenis telepon tetap dan telepon bergerak hanya 23% seperti terlihat dalam gambar 4.2. Fakta ini memberikan gambaran adanya kecenderungan menurunnya tingkat kepemilikan telepon tetap pada rumah tangga seiring dengan meningkatnya kepemilikan telepon bergerak oleh individu.



Gambar 4.2. Proporsi Rumah Tangga yang Memiliki Telepon

Akses dan Penggunaan Komputer dan Internet oleh Rumah Tangga dan Individu

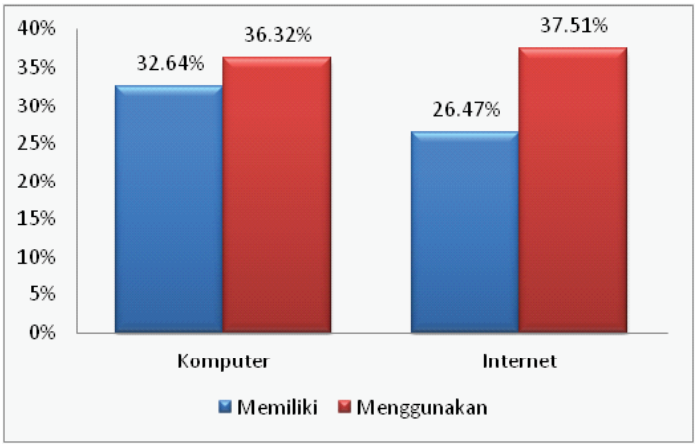
Pada bagian ini akan diuraikan empat indikator yang menggambarkan tentang kepemilikan komputer dan akses internet oleh rumah tangga dan penggunaan komputer dan internet oleh individu anggota rumah tangga. Proporsi rumah tangga dengan komputer (HH-4) dihitung dengan membagi jumlah rumah tangga yang memiliki komputer dengan total sampel, sedangkan individu dalam rumah tangga yang menggunakan komputer (HH-5) dihitung dengan membagi jumlah individu yang menggunakan komputer dalam 12 bulan terakhir dengan total sampel. Selanjutnya proporsi rumah tangga dengan akses internet (HH-6) dihitung dengan membagi jumlah rumah tangga dengan akses internet dan total sampel, kemudian proporsi individu dalam rumah tangga yang menggunakan internet (HH-7) dihitung dengan membagi jumlah individu yang menggunakan internet dalam 12 bulan terakhir dan total sampel.

Komputer yang dimaksud merupakan komputer desktop atau komputer laptop. Hal ini tidak termasuk telepon seluler PDA (*Personal Digital Assistant***)** atau televisi, serta komputer harus dalam kondisi baik dan berfungsi dengan baik. Internet adalah jaringan komputer publik yang mendunia, menyediakan akses ke sejumlah layanan komunikasi termasuk *World Wide Web* dan menjalankan e-mail, berita, hiburan, dan data. Internet tersebut bisa diakses tidak hanya melalui komputer, tetapi juga bisa dengan ponsel, PDA, mesin permainan, televisi digital, dll. Akses internet bias melalui jaringan tetap atau mobile.

Gambar 4.3 memperlihatkan perbandingan antara tingkat kepemilikan serta penggunaan komputer dan akses internet. Tingkat kepemilikan komputer pada sektor rumah tangga di Indonesia masih rendah hanya 32,64%, sedangkan individu dalam rumah tangga yang menggunakan komputer ternyata mempunyai proporsi lebih tinggi yaitu sebanyak 36,32%. Dalam survei ini individu yang menggunakan komputer maupun internet tidak terbatas hanya di rumah tangga tetapi bisa dimana saja misalnya di sekolah, kantor, warnet, mall dan tempat umum lainnya. Dengan demikian jumlah individu dalam rumah tangga yang menggunakan komputer dan menggunakan internet lebih banyak dibandingkan dengan rumah tangga yang memiliki komputer. Hasil survei juga memperlihatkan bahwa tingkat penggunaan internet masih cukup rendah, yaitu sekitar 37,51%, sedangkan sisanya sebesar 62,49% tidak menggunakan internet. Fakta ini seakan mendukung rendahnya tingkat penetrasi internet di Indonesia hanya berkisar 16,1% pada tahun 2011.[1]

Tingkat kepemilikan komputer oleh rumah tangga juga masih rendah sejalan dengan rendahnya rumah tangga yang memiliki akses internet. Temuan ini menguatkan berbagai data dan informasi tentang masih rendahnya penetrasi internet

1 http://www.internetworldstats.com



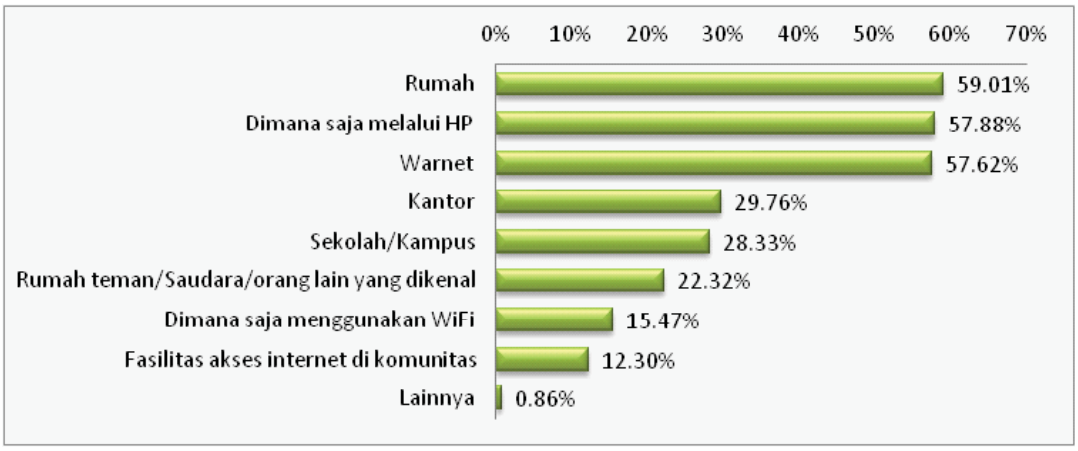
Gambar 4.3. Akses dan Penggunaaan Komputer dan Internet

di Indonesia bila dibandingkan dengan beberapa negara seperti malaysia, Cina bahkan Vietnam. (ITU, 2011).

Lokasi dan Aktivitas Individu dalam Menggunakan Internet

Lokasi individu menggunakan internet adalah indikator utama (HH-8) yang dihitung berdasarkan proporsi individu dalam rumah tangga yang menggunakan internet dalam 12 bulan terakhir. Rumah ternyata menjadi tempat yang paling banyak digunakan untuk mengakses internet (59%). Selanjutnya pengguna internet juga mengakses dimana saja melalui HP (57,88%) dan dari warnet (57,62%). Lokasi lain yang juga menjadi tempat mengakses internet adalah di kantor, sekolah/kampus di rumah teman/saudara, dan tempat lainnya seperti terlihat dalam gambar berikut ini.

Jika dilihat berdasarkan jenis akses internet yang digunakan pada rumah tangga, terdapat tiga jenis akses internet yaitu *Narrowband, Fixed Broadband, dan Mobile Broadband*. Jenis akses *Narrowband* adalah jaringan internet yang memiliki kecepatan transfer rendah karena saluran yang digunakan cukup sempit. Terminologi ini diasosiasikan dengan koneksi dial-up, seperti koneksi Telkomnet Instant. *Fixed broadband* adalah jaringan internet yang menggunakan teknologi xDSL (*Digital Subscriber Lines*) / kabel tembaga, FTTH (*Fiber To The Home)* / serat optik, *leased line*, satelit, *Wireless Local Area Network*, dan WiMAX (*Worldwide Interoperability for Microwave Access)*. Jaringan ini memiliki kecepatan transfer lebih tinggi karena lebar jalur data yang besar. Sedangkan *mobile broadband* adalah jaringan internet berkecepatan tinggi yang menggunakan teknologi CDMA (*Code Division Multiple Access*), HSDPA (*High-Speed Downlink Packet Access*), EVDO (*Evolution-Data Optimized*). Umumnya diakses melalui perangkat *portable* (mudah



Gambar 4.4. Lokasi Menggunakan Internet

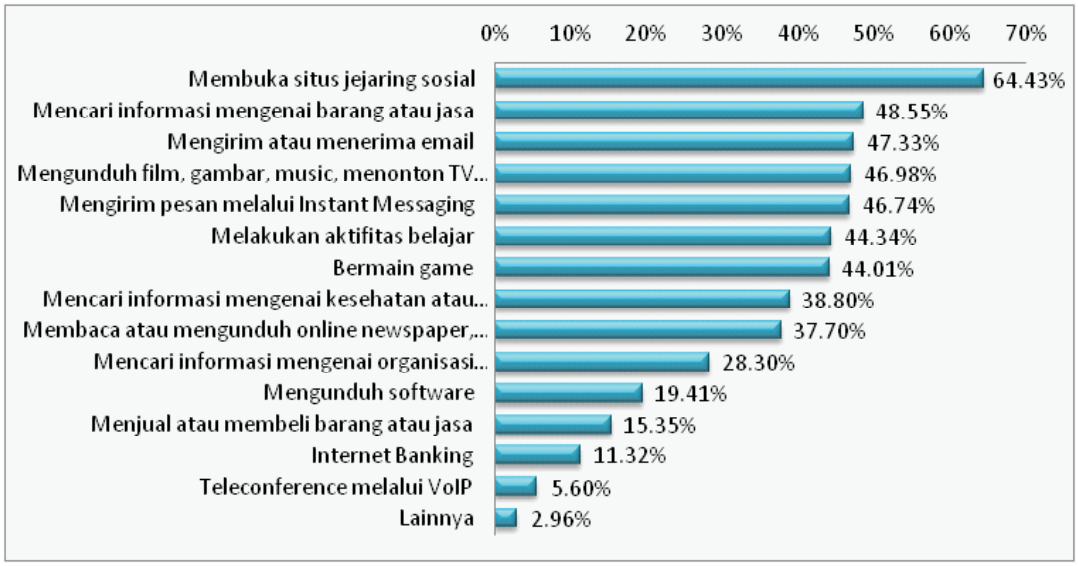
dibawa), seperti laptop, HP, dan sebagainya. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar rumah tangga menggunakan koneksi internet *Mobile Broadband*, yakni sebesar 49,32%. Sedangkan koneksi *Narrowband* merupakan koneksi yang paling sedikit digunakan pada rumah tangga di Indonesia, yaitu hanya sekitar 25,01%.

Aktivitas individu dalam menggunakan internet merupakan indikator utama (HH-9) yang dihitung berdasarkan proporsi individu dalam rumah tangga yang menggunakan internet dalam 12 bulan terakhir terhadap total sampel. Hasil survei menunjukkan aktivitas yang paling sering dilakukan ketika berselancar di internet adalah membuka situs jejaring sosial, yang diakui oleh 64,43% responden. Sesuai dengan peringkat yang muncul di alexa.com, sebuah situs yang menampilkan indikator kepopuleran suatu *website*, situs jejaring sosial memang merupakan situs yang paling kerap diakses oleh pengguna internet dari Indonesia. Terbukti dalam tiga bulan terakhir, *Facebook* menempati urutan pertama sebagai situs yang paling sering dikunjungi, sedangkan twitter berada di posisi 9.[2]

Selain membuka situs jejaring sosial, aktivitas lain yang banyak dilakukan dengan menggunakan internet adalah mencari informasi mengenai barang/jasa (48,55%), mengirim dan menerima email (47,33%), dan mengunduh film/gambar (46,98). Selanjutnya individu menggunakan internet untuk aktifitas belajar, bermain game, mencari informasi tentang kesehatan, membaca surat kabar dan banyak lagi aktivitas lainnya seperti yang terlihat pada gambar 4.5. di bawah ini. Dari ragam aktivitas penggunaan internet ini dapat dilihat aktivitas yang bersifat positif misalnya belajar dan mencari informasi kesehatan dan ada juga aktivitas yang bersifat negatif misalnya bermain *game*. Namun demikian untuk melihat dampak dari penggunaan internet ini memerlukan kajian lebih lanjut.

Individu dalam rumah tangga yang Menggunakan Telepon Bergerak

Berbeda dengan telepon tetap kabel, perkembangan telepon bergerak atau selular



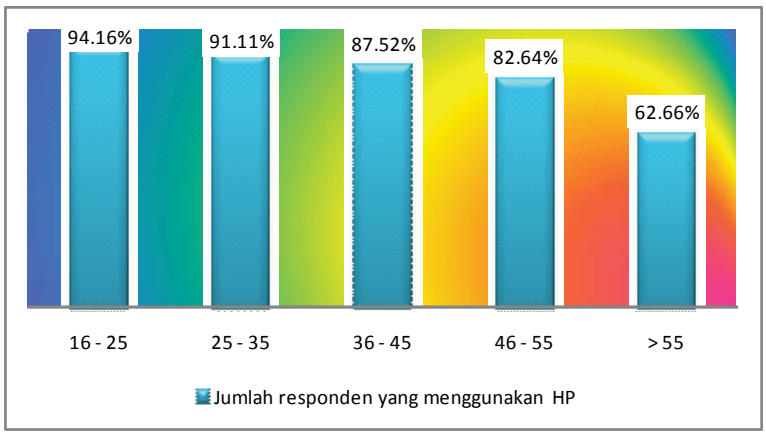
Gambar 4.5. Aktivitas Menggunakan Internet

(ponsel) dalam rumah tangga di Indonesia dalam kurun 2006-2008 memperlihatkan

1 www.alexa.com diakses pada 23 Nopember 2011

peningkatan. Rasio rumah tangga dengan telepon selular terhadap seluruh rumah tangga di Indonesia meningkat dari 24,60% pada tahun 2006 menjadi 52,60% pada tahun 2008. (Buku Putih Kominfo, Kementerian Kominfo, 2010). Ponsel saat ini bukan menjadi barang mahal dan relatif terjangkau oleh sebagian masyarakat Indonesia. Fakta ini didukung oleh data bahwa pada tahun 2010, terdapat 220 juta ponsel yang digunakan atau 92 ponsel per 100 penduduk (ITU, 2011). Mengingat adanya pemilik ganda ITU mengindikasikan bahwa sebanyak 85% penduduk dewasa atau 65% dari jumlah penduduk memiliki akses terhadap ponsel.

Fakta di atas diperkuat oleh hasil survei yang menunjukkan bahwa proporsi individu yang menggunakan ponsel (HH-10) cukup tinggi mencapai 86%. Proporsi pengguna ponsel dihitung berdasarkan proporsi individu dalam rumah tangga yang menggunakan ponsel dalam 12 bulan terakhir terhadap total sampel. Jika ditelusuri berdasarkan jenis kelamin pengguna ponsel laki-laki sebanyak 88,26% lebih besar dibandingkan dengan perempuan sebanyak 84,07%. Sementara dilihat berdasarkan usia pengguna ponsel didominasi kalangan muda berusia antara 16 – 25 tahun dengan persentase mencapai 94,16%, sedangkan pengguna ponsel paling rendah yaitu 62,66% berusia di atas 55 tahun seperti terlihat dalam gambar berikut ini. Fenomena menarik adalah adanya kecenderungan semakin tingginya tingkat kepemilikan telepon selular oleh rumah tangga sementara tingkat kepemilikan telepon kabel cenderung semakin rendah.



Gambar 4.6. Pengguna Telepon Seluler Berdasarkan Kelompok Usia

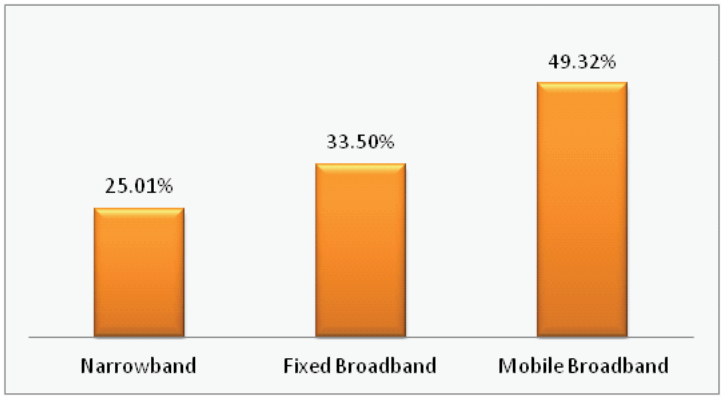
Sebagaimana diperlihatkan dalam gambar 4.3 sebelumnya, meskipun kepemilikan komputer masih rendah, namun individu anggota rumah tangga yang menggunakan komputer dan mengakses internet lebih banyak. Pengguna yang setiap hari mengakses internet didominasi kalangan muda berstatus pelajar, mahasiswa dan pekerja dengan lokasi mengakses internet dari rumah, dimana saja melalui ponsel, warnet, sekolah dan kantor.

Jenis dan Frekuensi Akses Internet

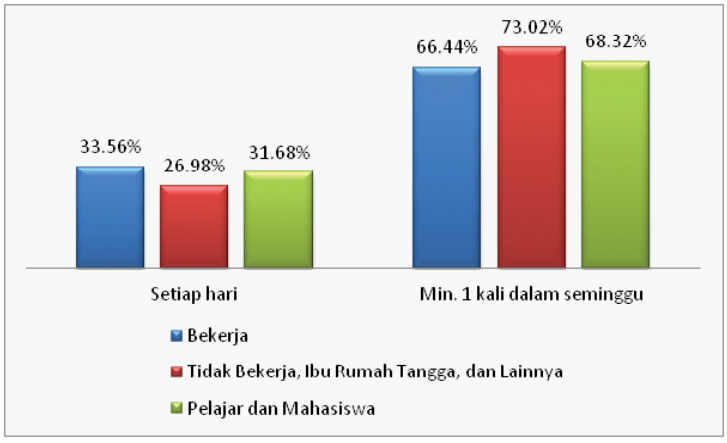
Proporsi rumah tangga dengan akses internet berdasarkan jenis akses (HH-11) mengacu pada layanan akses yang digunakan. Jenis layanan internet dibagi menjadi 3 kategori yaitu : *narrowband*, *fixed broadband*, dan *mobile broadband*. *Narrowband* adalah jaringan internet yang memiliki kecepatan transfer rendah karena saluran yang digunakan cukup sempit. Istilah ini biasa diasosiasikan dengan koneksi dial-up, seperti koneksi telkomnet instant. *Fixed broadband* adalah jaringan internet yang menggunakan teknologi xDSL (*Digital Subscriber Lines*) / kabel tembaga, FTTH (*Fiber To The Home*) / serat optik, *leased line*, satelit, *Wireless Local Area Network*, dan WiMAX. Jaringan ini memiliki kecepatan transfer

lebih tinggi karena lebar jalur data yang besar. Sedangkan *mobile broadband* adalah jaringan internet berkecepatan tinggi yang menggunakan teknologi CDMA, HSDPA, EVDO. Pada umumnya layanan ini diakses melalui perangkat portable (mudah dibawa), seperti laptop, HP, dan sebagainya.

Hasil survei menunjukkan sebagian besar sektor rumah tangga memilih layanan koneksi *mobile broadband*, yakni sebanyak 49,32%. Sedangkan koneksi *narrowband* yang paling sedikit digunakan yaitu oleh 25,01% rumah tangga. Kondisi berbeda terjadi pada sektor bisnis, sebanyak 83% perusahaan di Indonesia menggunakan *fixed broadband* sebagai layanan koneksi internet hanya 7,06% yang menggunakan layanan koneksi *narrowband*. (Hasil Survei Pusdata Kementerian Kominfo, 2011).



Gambar 4.7. Jenis akses internet



Gambar 4.8. Frekuensi Menggunakan Internet Berdasarkan Kelompok Pekerjaan

Frekuensi menggunakan internet oleh individu dalam rumah tangga merupakan indikator utama akses dan pengunaan TIK (HH-12) yang dihitung berdasarkan seberapa sering seseorang menggunakan internet dalam setiap harinya atau dalam periode satu minggu. Berdasarkan uraian diatas proporsi individu yang menggunakan internet (HH-7) adalah sebanyak 37,51%. Dari jumlah pengguna internet ini individu yang menggunakan internet setiap harinya sebanyak 32%, pengguna lainnya sebagian besar yaitu 68% hanya mengakses internet sesekali saja yaitu minimal 1 kali dalam seminggu. Kelompok yang bekerja paling banyak menggunakan internet setiap harinya yaitu sebesar 33,56%, diikuti oleh pelajar dan mahasiswa sebanyak 31,68%. Sedangkan kelompok yang tidak bekerja ibu rumah tangga dan lainnya paling sedikit menggunakan internet setiap harinya yaitu 26,98%. Pola berbeda terlihat untuk kelompok yang menggunakan internet minimal satu kali dalam satu minggu paling banyak dilakukan oleh kelompok yang tidak bekerja ibu rumah tangga dan lainnya sebanyak 73,02%, pelajar dan mahasiswa 68,32%, dan kelompok yang bekerja paling sedikit yaitu 66,44% seperti diperlihatkan dalam gambar 4.8. berikut ini.

Salah satu faktor penting dalam menghitung indeks pembangunan TIK adalah ketersedian data dan indikator dengan kualitas yang valid

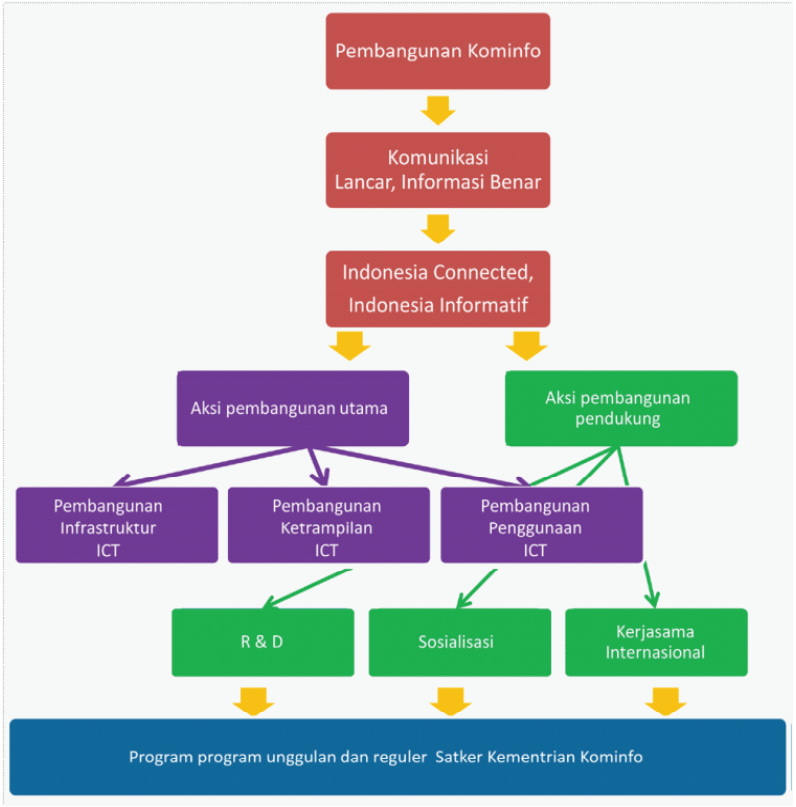
terutama karena data yang diperlukan nantinya akan diperbandingkan dengan Negara negara di seluruh dunia. Hasil analisis statistik yang baik, asosiasi statistik antara berbagai indikator digunakan untuk melakukan validasi data dalam berbagai dimensi. Sebagian besar negara berkembang, relatif kekurangan data yang terkait dengan TIK, khususnya di tingkat rumah tangga. Permasalahan utama dalam mengembangkan indikator TIK di negara berkembang adalah mempunyai perencanaan TIK tetapi terbatas dalan ketersediaan data. UNCTAD (2006).

Arah dan Kebijakan Pembangunan Kominfo

Proses pembangunan TIK di suatu negara adalah transformasi untuk menjadi sebuah masyarakat informasi. Indeks pembangunan TIK yang dikembangkan oleh ITU dibangun dengan menggunakan tiga indikator komposit yaitu :

1) ICT *readiness* (Kesiapan TIK) menggambarkan tingkat jaringan infrastruktur dan akses terhadap TIK;
2) Intensitas atau kemampuan TIK menggambarkan tingkat penggunaan TIK dalam masyarakat; dan
3) TIK dampak menggambarkan kemampuan atau keterampilan penggunaan TIK.

Indeks kesiapan TIK mencakup 5 indikator infrastruktur dan akses yaitu *fixed* telepon tetap (kabel), telepon selular (ponsel), *bandwidth* internet internasional, rumah tangga dengan komputer, dan rumah tangga dengan internet). Sedangkan indeks kemampuan TIK mencakup tiga indikator TIK intensitas dan penggunaan (pengguna internet, *broadband fixed*, dan *mobile broadband*). Indeks keterampilan sebagai indikator masukan sangat diperlukan



Gambar 4.9. Arah Kebijakan dan Strategi KEMKOMINFO

mencakup tiga proksi indikator yaitu melek huruf dewasa, murid sekolah dasar dan sekolah menengah yang terdaftar).

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang mempunyai visi "Terwujudnya Indonesia Informatif menuju masyarakat sejahtera melalui pembangunan Kominfo berkelanjutan, yang merakyat dan ramah lingkungan, dalam kerangka NKRI" telah menetapkan arah kebijakan dan strategi pembangunan komunikasi dan informatika nasional sebagaimana terlihat dalam gambar 4.9.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, kajian indikator utama TIK ini menyimpulkan bahwa sebagian besar rumah tangga di Indonesia telah memiliki akses terhadap TIK. Akses tertinggi ditunjukkan oleh tingkat kepemilikan televisi oleh rumah tangga namun sebaliknya yang memiliki akses internet masih rendah.

Pengguna internet di Indonesia masih belum optimal memanfaatkan internet terlihat dari aktivitas yang paling sering dilakukan ketika mengakses internet adalah membuka situs jejaring sosial dan mencari informasi barang dan jasa. Untuk situs jejaring sosial *facebook* yang dikunjungi Indonesia termasuk peringkat ke dua dunia tercatat 40 juta pada pertengahan 2011 dan tertinggi untuk jumlah akun *twitter* di seluruh dunia. Apakah pola penggunaan internet seperti ini mempunyai dampak positif atau negatif khususnya di kalangan anak dan remaja menjadi isu menarik untuk dikaji lebih dalam lagi.

Secara umum, indeks pembangunan TIK untuk penggunaan TIK lebih rendah dibanding kedua indeks lainnya yaitu akses dan keterampilan TIK. Sebenarnya pola ini terjadi diseluruh negara kecuali pada Singapore yang memiliki indeks akses TIK lebih tinggi dibandingkan dengan indeks keterampilannya. Indonesia sendiri, masih sangat rendah pada indeks penggunaan dan akses TIK, sedangkan untuk indeks keterampilan Indonesia masih tidak terlalu tertinggal terutama jika dibanding Malaysia dan negara ASEAN lainnya.

Untuk meningkatkan posisi indeks pembangunan TIK, kajian ini merekomendasikan agar Kementerian Kominfo mengambil langkah kebijakan :

1. Meningkatkan ketersediaan dan kualitas data dengan mengintegrasikan data dan informasi dari unit kerja pada Direktorat Jenderal (Ditjen), Sekretariat Jenderal (Setjen) di Lingkungan Kementerian Kominfo maupun dari Kementerian atau Lembaga terkait misal BPS, BPPT, Kemdiknas dll.
2. Membangun sistem informasi TIK yang handal dan terpecaya mudah diakses oleh masyarakat pengguna, *stakeholders* dan pemangku kepentingan. Untuk menjamin pemutakhiran data dan informasi secara periodik setiap unit kerja menugaskan pengelola dokumentasi.
3. Mendorong percepatan pembangunan infrastruktur TIK secara merata di seluruh wilayah perkotaan maupun desa khususnya penyediaan perangkat komputer dan akses internet sektor rumah tangga dan sektor pendidikan khususnya di sekolah sekolah dasar dan menengah.
4. Memperbanyak program pengembangan kompetensi SDM TIK melalui pelatihan, sosialisasi, pemberian penghargaan, pemberian beasiswa, pertukaran tenaga ahli dan pembuatan standar kompetensi nasional.
5. Melakukan kajian kajian yang relevan dengan kebijakan pembangunan TIK

misalnya penyediaan informasi yang bersifat edukatif atau internet sehat, dampak penggunaan internet di kalangan anak dan remaja, dan peran TIK dalam mendorong pertumbuhan ekonomi khususnya untuk mendukung *Masterplan* Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI).

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. "*Hasil Olah Cepat Penduduk Indonesia Menurut Provinsi, Kabupaten/Kota, dan Kecamatan Sensus Penduduk 2010*". Jakarta : BPS.

Deloitte Access Economics. 2011. *Nusantara Terhubung Peran Internet dalam Pembangunan Ekonomi Indonesia*.

International Telecommunication Union. 2010. *Core ICT Indicators*, Place des Nations, CH-1211 Geneva Switzerland.

International Telecommunication Union. 2010. *Measuring The Information Society*. Place des Nations, CH-1211 Geneva Switzerland.

International Telecommunication Union. 2009. *Manual for Measuring ICT Access and Uses by Households and Individuals*. Genewa : International Telecommunication Union.

Kalamullah, R. Et.al. 2010. *Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2010*. Jakarta:Pusat Data Kementerian KOMINFO

Kementerian Negara Riset dan Teknologi Republik Indonesia. 2006. *Indonesia 2005-2025 Buku Putih : Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi Tahun 2005-2025*.

Murtiyasa, B. 2008. *Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan No.050.

Rianto, Yan. Et.al. 2011. Hasil Survei Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sektor Bisnis Indonesia 2011. Jakarta : Pusat Data dan Sarana Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Taufik, A. Tatang. 2007. *Review tentang Indikator Utama TIK (ICT Core Indicators)*. Workshop "Konsep Potret Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional". Pusat teknologi informasi dan Komunikasi BPPT.

Teltscher, Susan. 2007. *UNCTAD - United Nations Conferenceon Trade and Development. and ICT measurement*. Capacity Building Workshop Information Society Statistics: Core ICT Indicators. Bangkok. ITU-UNESCAP-APT.

Scheaffer, R.L., Mendenhall III, W., & Ott, L. 1996. *Elementary Survey Sampling, fifth edition.* New York: Duxbury Press.

Article Source: http://EzineArticles.com/5897742

KETERTARIKAN MASYARAKAT DALAM MENGAKSES INFORMASI IPTEK DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA KOMINFO: TINJAUAN EMPIRIK

Nani Grace Simamora
nani002@lipi.go.id

Peneliti pada Pusat Penelitian Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (PAPPIPTEK-LIPI).

Abstract

This article is an empirical review of the public interest to access S&T information by using media Kominfo. Based on the S&T and Innovation Indicator of Sao Paolo, this article measures the public interest through the S&T issues and interest, while Kominfo media usage analyzed by type of media and the degree on usage. With descriptive-statistical approach, this article finds that most people, especially student and civil servants have been interested in S&T information, especially the issue of Telecommunication Information. Television is the most accessible media for S&T information. Internet as media that the most informed S&T is still not widely used.

Key word: the public interest, S&T information, Media

Abstrak

Artikel ini merupakan tinjauan empirik mengenai ketertarikan masyarakat dalam mengakses informasi dengan menggunakan media kominfo. Berdasarkan konsep **S&T and Innovation Indicators of Sao Paolo***, artikel ini mengukur ketertarikan masyarakat dalam mengakses informasi melalui ketertarikan masyarakat terhadap isu iptek dan informasi yang diminati. Sedangkan penggunaan media kominfo dianalisis berdasarkan jenis media yang digunakan serta tingkat penggunaannya. Dengan pendekatan deskriptif-statistik, artikel ini menemukan bahwa sebagian besar masyarakat terutama mahasiswa dan PNS telah tertarik pada informasi iptek terutama isu Telekomunikasi Informasi. Televisi adalah media yang paling mudah diakses untuk memperoleh informasi iptek. Internet sebagai media yang paling banyak menginformasikan iptek masih belum banyak digunakan masyarakat.*

Kata kunci: Ketertarikan masyarakat, Informasi Iptek, Media

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi ini, ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) menjadi sesuatu yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Sejak abad 20, khasanah dunia akademik telah banyak mengkaji tentang hubungan antara iptek dan pertumbuhan ekonomi, diantaranya oleh Grossman & Helpman (1991), bahkan jauh sebelum itu, Solow (1950) telah menemukan *Solow Growth Model*. Model tersebut merupakan model ekonomi yang menunjukkan peran perubahan teknologi dalam suatu proses pembangunan. Dengan model tersebut, Solow telah menganalisa bahwa hampir 90 persen peningkatan *output* per kapita disebabkan oleh faktor perubahan teknologi.

Belajar dari negara-negara maju, kini semua negara berkembang pun menyadari tentang pentingnya penguatan iptek untuk membangun ekonomi, terutama untuk proses industrialisasi. Negara di Asia Timur seperti Korea Selatan dan Cina adalah dua negara yang telah menjadi negara maju baru berkat penguatan iptek. Kemampuan Iptek memberikan kekuatan untuk bersaing dalam perdagangan internasional yang kompetitif. Bagi negara yang mampu menguasai, memanfaatkan dan memajukan Iptek tentu saja dapat memperkuat posisinya dalam persaingan dunia. Lebih dari itu, negara yang memiliki keunggulan di bidang Iptek memungkinkan melakukan penetrasi pasar pada negara-negara lain. Hal yang berbeda terjadi pada negara yang belum memiliki kemampuan menguasai, memanfaatkan bahkan memajukan Iptek. Dalam hal ini, negara tersebut sulit menerobos pasar dunia.

Bila dicermati keadaan di atas, terdapat tiga hal yang saling terkait yang dapat merugikan negara yang belum mampu mengembangkan kemampuan Ipteknya. Pertama, tingkat kecerdasan bangsa tertinggal dari negara-negara penguasa Iptek. Kedua, dengan posisi ketertinggalan tersebut, maka kemampuan untuk berkompetisi secara global menjadi rendah. Ketiga, dalam kondisi tidak berdayasaing, semakin jauh kemungkinan untuk mendapatkan keuntungan dan nilai tambah dari setiap upaya yang dilakukannya. Ketiga hal tersebut memberi pengertian bahwa kemajuan Iptek tidak mungkin terwujud tanpa adanya sumber daya manusia (SDM) berkualitas. Banyak aspek yang perlu diperhatikan untuk menghasilkan SDM berkualitas yang mampu menguasai iptek. Selain aspek pendidikan dan budaya, perangkat keras teknologi juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan kemampuan penguasaan iptek. Melalui perangkat teknologi tersebut, masyarakat memperoleh pengetahuan tentang iptek.

Saat ini, masyarakat dunia termasuk Indonesia memiliki minat yang cukup besar dalam mengakses informasi pada media Komunikasi, Informasi dan Telekomunikasi (Kominfo) seperti media cetak (majalah, buku, buletin dll.) dan media elektronik (televisi, radio, internet dll.). Lebih dari itu media tersebut telah merevolusi cara hidup manusia mulai dari cara berkomunikasi, cara belajar, cara bekerja, cara berbisnis termasuk dalam memperoleh informasi iptek. Berdasarkan Indikator Infrastruktur dan Pengguna TIK di Indonesia, dalam jangka waktu yang relatif singkat terjadi peningkatan dalam penggunaan internet rumah tangga. Bila pada tahun 2007, akses internet dalam rumah tangga Indonesia adalah 5,58% terhadap total seluruh rumah tangga, maka satu tahun kemudian yaitu 2008 menjadi 8,56% (Kalamullah.et.al. 2010). Keadaan tersebut seiring dengan kepemilikan komputer pada rumah tangga. Jika pada tahun 2006 kepemilikian komputer di rumah tangga Indonesia adalah sekitar 4%, maka pada tahun 2008 meningkat menjadi 8% (Kalamullah.et.al. 2010).

Latar belakang di atas menjadi dasar pertimbangan tulisan ini untuk mengkaji penggunaan media Kominfo dalam mengakses informasi iptek. Dengan mengambil data sekunder yang berasal dari hasil survei persepsi masyarakat terhadap Iptek yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Perkembangan Iptek (PAPPIPTEK) pada tahun 2008, tulisan ini menggambarkan minat masyarakat dalam mengakses informasi iptek pada media Kominfo, media yang paling mudah diakses masyarakat untuk mencari informasi iptek. Tulisan ini menghasilkan suatu pengetahuan awal berupa pola minat masyarakat terhadap informasi iptek yang diperoleh dari media Kominfo.

Tujuan

Berdasarkan uraian di atas, tulisan ini diarahkan untuk mendapatkan gambaran penggunaan media kominfo oleh masyarakat dalam mengakses informasi iptek. Dalam lingkup yang lebih konkrit, tulisan ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Menggambarkan minat masyarakat dalam mengakses informasi iptek di media Kominfo;
2. Memetakan media yang paling mudah diakses masyarakat untuk mencari informasi iptek.

TINJAUAN PUSTAKA

Budaya Iptek sebagai Strategi Pengembangan Kemampuan Iptek

Tidak dapat dipungkiri bahwa kemampuan Iptek suatu bangsa memberikan kekuatan untuk bersaing dalam perdagangan internasional yang kompetitif. Negara yang belum mampu mengembangkan kemampuan Ipteknya diyakini memiliki tingkat kecerdasan bangsa yang tertinggal dari negara-negara penguasa Iptek, termasuk di dalamnya budaya Iptek. Hal ini disebabkan budaya iptek merupakan suatu cara pandang, sikap, dan perilaku yang didasari dengan wawasan dan kemampuan iptek yang mendarah-daging dalam diri seseorang. Dengan berkembangnya budaya iptek, masyarakat akan selalu terdorong untuk mencari tahu, menggali serta peduli terhadap ilmu pengetahuan. Masyarakat berbudaya iptek berfikir logis dan rasional; menjunjung tinggi mutu dan keunggulan; dan selalu cenderung kepada kebenaran namun tidak bersifat mutlak (absolut); menghargai kerja keras; mengutamakan profesionalisme; serta selalu menghasilkan suatu karya (Mountinho, 2004). Lebih jauh lagi, menurut Mountinho (2004) budaya iptek dapat menjadi mediator teknologi serta pengembang tenaga kerja terlatih. Budaya iptek mempengaruhi banyak hal seperti produktivitas Iptek, SDM, bahkan ekonomi serta daya saing suatu negara.

Indikator yang menggambarkan kemampuan penguasaan teknologi suatu bangsa menunjukkan bahwa kemampuan penguasaan teknologi Indonesia relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara lain. Misalnya hasil survei *Growth Competitiveness Index* menunjukkan kemampuan teknologi (terdiri dari inovasi, telematika dan transfer tekhnologi) Indonesia berada pada peringkat 46, jauh di bawah beberapa negara Asia Tenggara seperti Malaysia (21), Singapura (2), dan Brunei Darussalam (28) (Tabel 1.).

Tabel 1. Peringkat Index Daya Saing Negara Asean, 2011-2012
(Global Growth Competitiveness Index)

Negara	*GLOBAL GROWTH COMPETITIVENESS INDEX*	
	Peringkat	Nilai
Singapura	2	5,63
Malaysia	21	5,08
Brunei Darussalam	28	4,78
Thailand	39	4,52
Indonesia	46	4,38
Filipina	75	4,08

Sumber: © 2011 World Economic Forum | www.weforum.org/gcr

Indonesia juga belum memberikan sumbangan yang signifikan bagi pembentukan keunggulan posisi *(positional advantage)* Indonesia dalam meningkatkan daya saing. Hal tersebut terlihat dari Laporan Pembangunan Manusia (Human Development Report) yang dikembangkan oleh *United Nations Development Programme* (UNDP) tahun 2010 yang menunjukkan Indonesia berada peringkat 110 (masuk dalam kategori peringkat medium). Dengan peringkat tersebut, Indonesia berada di bawah Thailand (92) dan Filipina (99). Indonesia bahkan sangat jauh tertinggal dengan negara Singapura (27 – termasuk dalam kategori sangat tinggi) dan Malaysia (57) (hdr.undp.org/en/**reports**/global/).

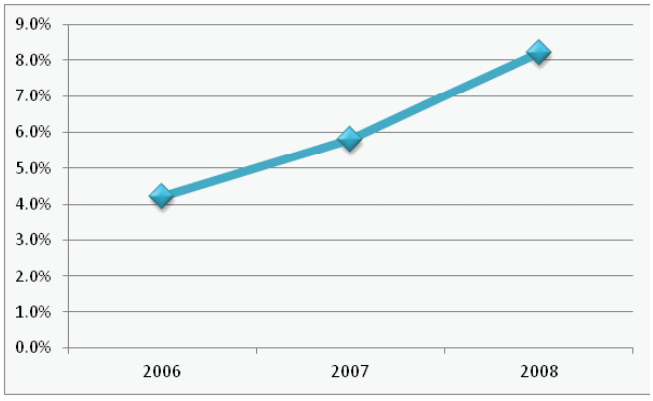
Berdasarkan hasil survei badan dunia di atas, secara umum dapat digambarkan bahwa kemampuan penguasaan teknologi bangsa Indonesia relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Kenyataan tersebut didukung pula dengan gambaran budaya bangsa saat ini yang belum mencerminkan nilai-nilai iptek yaitu mempunyai penalaran objektif, rasional, maju, unggul dan mandiri. Disamping, kebanyakan masyarakat berpola sebagai pemakai, pembeli dan pengguna dan bukan sebagai pencipta. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah telah berusaha menetapkan beberapa stategi peningkatan daya saing Indonesia. Salah satunya adalah membangun strategi masyarakat berbasis pengetahuan (Jakstranas Iptek 2005-2009).Strategipembangunan masyarakat berbasis pengetahuan mengupayakan peningkatan pengetahuan masyarakat secara luas untuk menguasai Iptek. Strategi pembangunan masyarakat berbasis pengetahuan mengupayakan peningkatan pengetahuan masyarakat secara luas untuk menguasai Iptek. Konsep pembangunan masyarakat berbasis pengetahuan pada hakekatnya adalah membangun institusi yang menghasilkan pengetahuan, kemudian mendistribusikan serta menggunakannya pada sektor-sektor produktif. Sedangkan prinsip penting dari strategi ini adalah membangun negara dengan menggunakan modal ilmu melebihi modal apapun yang dimiliki. Dalam hal ini pemerintah mempersiapkan masyarakat terutama generasi penerus untuk lebih mengenal sedini mungkin peran iptek terutama dalam menghadapi era globalisasi.

Perkembangan Penggunaan Media Kominfo di Indonesia

Pembangunan media kominfo di sebuah negara telah dipahami dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan secara tidak langsung dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat. Hal tersebut dinyatakan oleh para peneliti yang menemukan bahwa pembangunan media tersebut menghasilkan efek berantai pada angka pertumbuhan ekonomi, walaupun angka korelasi tersebut berbeda di tiap negara. Efek berantai tersebut terlihat pada tiga hal yaitu: (1) infrastruktur; (2) peningkatan keterampilan dan (3) peningkatan penggunaan berbagai aplikasi kominfo dalam kehidupan (Kalamullah.et.al. 2010).

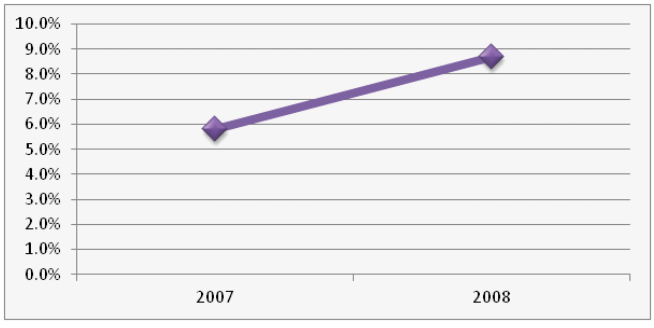
Perkembangan pengguna media kominfo dapat dilihat dari laporan "Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2010". Laporan tersebut menguraikan beberapa hal antara lain mengenai kepemilikan yang identik dengan pengguna komputer dan internet dalam rumah tangga Indonesia. Dalam bab pendahuluan telah diuraikan bahwa terdapat peningkatan yang cukup signifikan dalam kepemilikan komputer pada rumah tangga di Indonesia (terlihat dalam Gambar 1.). Pada tahun 2006 kepemilikan komputer adalah 4% dari seluruh total rumah tangga di Indonesia. Satu tahun kemudian yaitu tahun 2007, persentasi kepemilikian komputer tersebut bertambah menjadi 6% dan pada tahun 2008 kembali meningkat menjadi 8%.

Gambar 1. Persentase Rumah Tangga yang memiliki komputer, 2006-2008



Sumber: diolah berdasarkan laporan *Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2010*

Gambar 2. Persentase Rumah Tangga yang memiliki akses terhadap internet, 2007-2008



Sumber: diolah berdasarkan laporan *Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2010*

Peningkatan kepemilikian komputer juga diikuti jumlah rumah tangga yang memiliki akses terhadap internet. Gambar 2. Menunjukkan bahwa dalam periode 2007-2008 terjadi peningkatan persentase rumah tangga yang sudah memiliki akses internet. Pada tahun 2007, persentase rumah tangga Indonesia yang sudah memiliki akses internet adalah 5,58% kemudian mengalami peningkatan menjadi 8,56% pada tahun 2008.

Pada dasarnya, meningkatnya penggunaan internet dikalangan masyarakat berimbas pada produksi media cetak. Data Asosiasi Surat Kabar Dunia 1995-2003 menyatakan bahwa surat kabar di Amerika mengalami penurunan sebanyak 5%, Eropa mengalami penurunan sebesar 3% dan Jepang mengalami penurunan oplah sebesar 2% (Siregar, 2005). Namun sementara ini, media cetak di Indonesia belum merasa terancam dengan meningkatnya pengguna media elektronik, walaupun cepat atau lambat hal tersebut akan dialami seiring dengan bertambahnya tingkat intelektual masyarakat. Berbagai macam artikel yang tertuang dalam media cetak masih sering dijadikan referensi dikalangan akademisi. Hal tersebut menunjukkan bahwa media cetak masih diperhitungkan dalam mencari data dan informasi.

Dengan demikian media cetak maupun media elektronik merupakan alat yang paling tepat untuk mempercepat penyebaran data dan informasi iptek kepada masyarakat. Penggunaan media tersebut menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam meningkatkan peran-serta iptek dalam masyarakat.

METODE PENELITIAN

Batasan dan Lingkup Penelitian

Studi ini berupaya untuk menggambarkan pola minat masyarakat dalam mengakses informasi iptek pada media kominfo, dan memetakan media kominfo yang paling sering dan paling mudah diakses masyarakat. Masyarakat yang dimaksud dalam studi ini dibatasi oleh masyarakat angkatan kerja yang berpendidikan SMU ke atas dan berdomisili di kota besar Indonesia yaitu Jakarta, Surabaya, Medan dan Makasar. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari hasil survei persepsi masyarakat terhadap iptek yang dilakukan oleh PAPPIPTEK-LIPI tahun 2008. Walaupun kegiatan tersebut telah dilakukan tiga tahun yang lalu, namun data tersebut masih dapat digunakan dalam studi ini karena kondisi masyarakat di empat kota besar tersebut tidak terlalu mengalami perubahan yang signifikan.

Lingkup studi mencakup kajian terhadap a) ketertarikan masyarakat terhadap informasi iptek termasuk jenis informasi iptek yang paling banyak diminati; b) media kominfo yang digunakan masyarakat untuk mengakses informasi iptek; c) tingkat kemudahan dalam mengakses informasi iptek.

Pendekatan Studi

Pendekatan yang dilakukan dalam studi ini adalah pendekatan deskriptif statistik. Menurut Mattjik dan Sumertajaya (2001) pendekatan deskritif statistik adalah pendekatan statistik dengan metode penyederhanaan dan penyajian data yang memberikan informasi yang digunakan untuk menganalisis suatu penelitian. Dalam tulisan ini deskriptif statistik dilakukan untuk menganalisis pola minat masyarakat terhadap informasi iptek, media yang digunakan serta tingkat kemudahan yang dirasakan masyarakat dalam mengakses informasi iptek. Analisis deskriptif meliputi penyusunan ukuran pemusatan, ukuran penyebaran, tabel, diagram dan grafik, sehingga yang dibutuhkan adalah teknik eksporasi data.

Kerangka Analitik

Tulisan ini mengambil konsep *S&T and Innovation Indicators of Sao Paolo*, 2004 dalam mengukur ketertarikan masyarakat mengakses informasi iptek pada media kominfo. Konsep tersebut menyatakan bahwa variabel ketertarikan yang diukur, seperti tertera pada tabel berikut:

Tabel 2. Variabel Ketertarikan dan Penggunaan Media Kominfo

	Variabel Ketertarikan	Variabel penggunaan media kominfo
1	Jenis informasi iptek yang diminati	Jenis media yang digunakan
2	Ketertarikan masyarakat terhadap isu iptek	Tingkat kemudahaan dalam mengakses informasi iptek

Tahapan Penelitian

Studi ini terbagi atas beberapa tahapan

- Memetakan masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap informasi iptek termasuk jenis informasi iptek yang diminati;
- Memetakan media yang paling sering digunakan untuk mengakses informasi iptek
- Memetakan tingkat kemudahan dalam mengakses informasi iptek.

Teknik Pengumpulan dan Pengolahan data

Data yang digunakan oleh studi ini adalah data sekunder yang dihasil dari survei persepsi masyarakat terhadap iptek yang dilakukan pada tahun 2008. Survei

tersebut menjaring 2200 masyarakat perkotaan yang meliputi Jakarta (1000 responden), Medan (400 responden), Surabaya (400 responden) dan Makassar (400 responden). Metode yang digunakan dalam survei tersebut adalah sampel acak terstratifikasi dengan kesalahan sampel (*sampling error*) lebih kurang 5%.

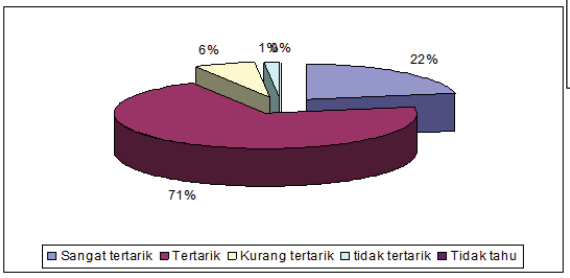
Proses pengolahan data dilakukan dengan mem-pergunakan *Microsoft Excel* terutama menentukan index dari olahan data untuk beberapa pertanyaan dengan pertanyaan skala likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketertarikan Masyarakat dalam Mengakses Informasi Iptek

Hasil survei persepsi masyarakat terhadap iptek menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat tertarik pada informasi iptek (71%). Hanya 6% yang menyatakan kurang tertarik dan 1% menyatakan tidak tertarik.

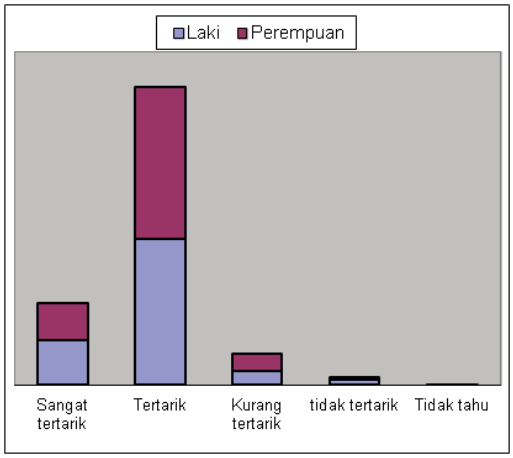
Gambar 4. Ketertarikan masyarakat terhadap iptek

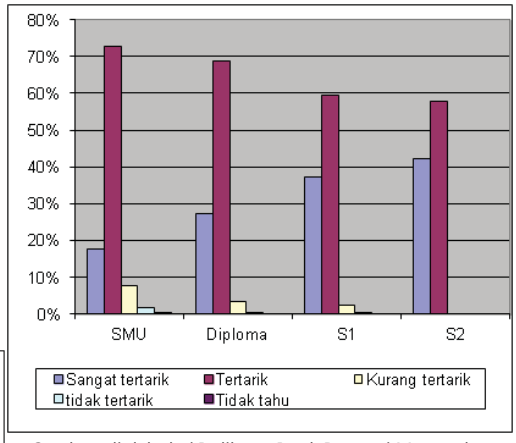


Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

Tidak ada perbedaan yang cukup signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam ketertarikannya terhadap iptek. Dengan kata lain masyarakat baik laki-laki dan perempuan memiliki ketertarikan yang sama terhadap iptek. Hal yang sama juga ditunjukkan pada masyarakat berdasarkan pendidikan akhir yang dimilikinya. Mayoritas masyarakat dengan jenjang pendidikan SMU, D3, S1, dan S2 menyatakan tertarik pada informasi iptek (Gambar 5).

Gambar 5. Ketertarikan masyarakat terhadap iptek berdasarkan jenis kelamin dan jenjang pendidikan

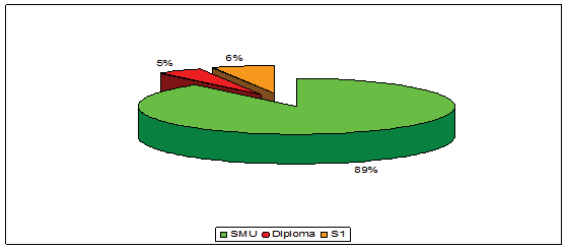




Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

Namun, data di atas juga menunjukkan bahwa sebagian masyarakat menyatakan kurang dan tidak tertarik pada iptek. Masyarakat dengan tingkat pendidikan akhir SMU merupakan yang terbanyak yang menyatakan kurang atau tidak tertarik pada iptek (89%), selebihnya adalah diploma (6%) dan S1 (5%) (Gambar 6.)

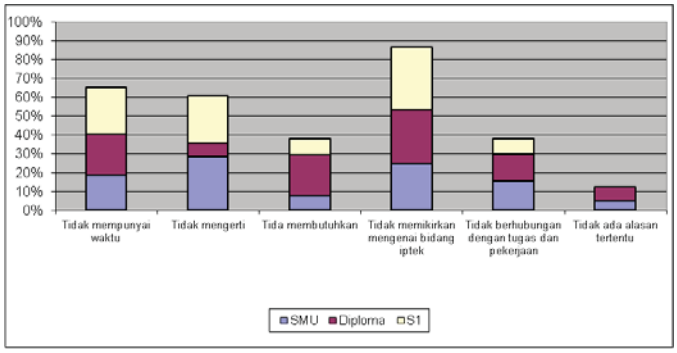
Gambar 6. Sebaran masyarakat yang kurang dan tidak tertarik pada informasi iptek



Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

Alasan ketidaktertarikan masyarakat terhadap informasi iptek cukup beragam. Namun bagi sebagian besar masyarakat yang kurang atau tidak tertarik pada iptek dengan tingkat pendidikan akhir D3 dan S1 menyatakan bahwa mereka tidak memikirkan mengenai bidang iptek sebagai alasan ketidaktertarikan terhadap iptek. Sedangkan masyarakat berpendidikan akhir SMU lebih banyak memiliki alasan ketidakmengertian terhadap iptek (Gambar 7.).

Gambar 7. Sebaran alasan ketidaktertarikan masyarakat terhadap iptek berdasarkan pendidikan akhir

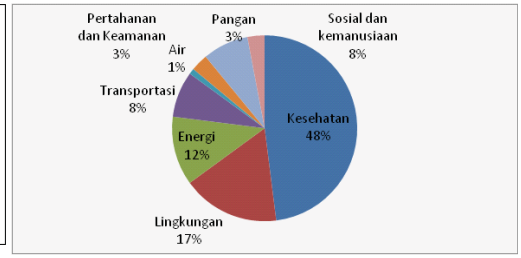


Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

Jenis Informasi yang diminati

Sebagian besar masyarakat tertarik pada informasi kesehatan, lingkungan dan energi. Informasi mengenai air, pangan, pertahanan keamanan dan transportasi merupakan yang paling sedikit diminati oleh masyarakat (gambar 8).

Gambar 8. Informasi yang paling banyak diminati masyarakat



Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

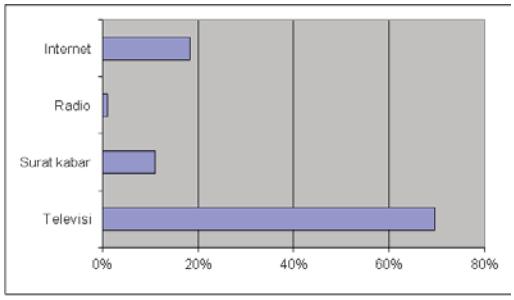
Media Kominfo yang Paling Banyak Digunakan untuk Mengakses Informasi Iptek

Setelah diketahui gambaran ketertarikan masyarakat mengenai informasi iptek, maka di bawah ini digambarkan media yang paling banyak mereka gunakan. Lebih dari 60% masyarakat menyatakan bahwa televisi merupakan media Kominfo yang paling banyak digunakan untuk memperoleh informasi iptek, kemudian menyusul internet dan surat kabar. Radio merupakan media informasi yang mulai ditinggalkan masyarakat (1%) (Gambar 8.). Dalam hal ini perlu dikaji lebih lan

Bila dilihat dari profesi masyarakat, maka bagi mahasiswa selain televisi, internet merupakan media yang banyak digunakan untuk memperoleh informasi iptek (Gambar 9.).

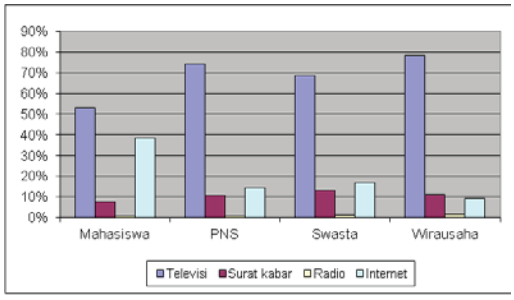
Telah diketahui bahwa saat ini penggunaan media internet meningkat cukup signifikan, maka menjadi sesuatu hal yang perlu diketahui mengapa media tersebut belum menjadi media yang paling banyak diakses untuk mendapatkan informasi iptek. Hal yang perlu diperhatikan adalah aktifitas yang sering dilakukan masyarakat saat menggunakan internet. Aktifitas mengunduh informasi iptek dari internet dapat diketahui dari survei

Gambar 9. Media Kominfo yang digunakan untuk mengakses informasi iptek



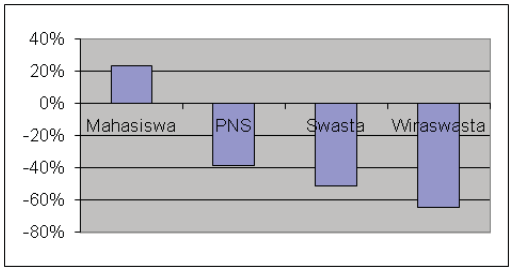
Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

Gambar 10. Media Kominfo yang digunakan untuk mengakses informasi iptek berdasarkan profesi masyarakat



Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

Gambar 11. Frekuensi mengunduh informasi iptek melalui internet berdasarkan profesi masyarakat



Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

tersebut. Hasilnya adalah tingkat frekuensi mengunduh informasi iptek dari internet adalah berbeda tergantung profesi masyarakat tersebut. Untuk masyarakat dengan pekerjaan PNS, pegawai swasta dan wiraswasta memiliki nilai negatif. Artinya adalah masyarakat tersebut jarang mengunduh informasi iptek dari internet. Masyarakat dengan profesi wiraswasta jauh lebih jarang dibandingkan PNS dan Pegawai swasta, sedangkan untuk mahasiswa memiliki nilai positif yang berarti lebih sering melakukan aktifitas mengunduh informasi iptek dari internet (Gambar 10)

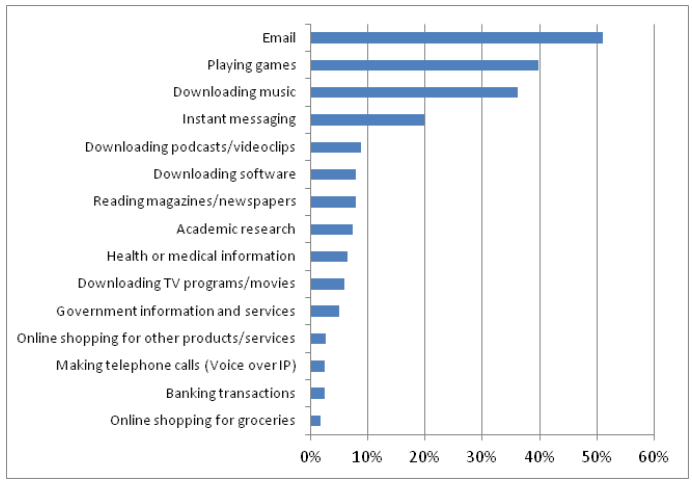
Gambaran di atas diperkuat dengan data Roy Morgan Juni 2009-Juni 2010 dalam Kalamullah, R (2010) yang menyatakan bahwa aktifitas yang paling banyak dilakukan dengan media internet adalah mengirim surat elektronik (menggunakan email) yaitu 51%, kemudian menyusul dengan kegiatan bermain (40%) dan mengunduh musik (36%). Kegiatan yang berhubungan dengan iptek misalnya penelitian, mengunduh informasi tentang kesehatan hanya 7% dan 6% saja (Gambar 11.).

Tingkat kemudahan dalam Mengakses Informasi Iptek

Tidak semua masyarakat memiliki kemudahan dalam mengakses informasi iptek di media kominfo. Gambar 12. menyatakan tingkat kemudahan dalam mengakses informasi iptek berdasarkan profesi masyarakat. Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan mahasiswa memiliki tingkat kemudahan yang paling tinggi dalam mengakses informasi (63%) dibandingkan dengan wirausaha dan pegawai swasta.

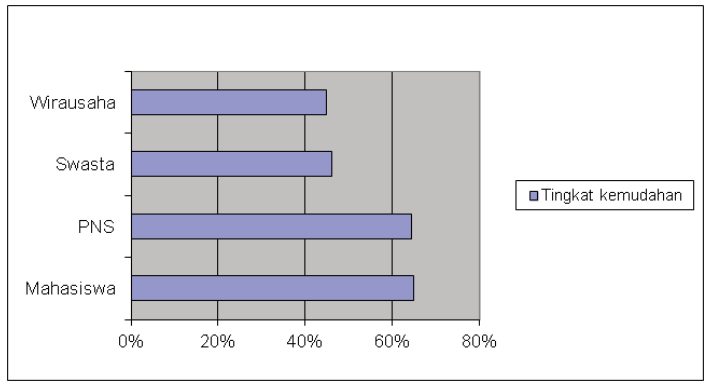
Walaupun rata-rata tingkat kemudahan dalam mengakses informasi iptek hanya kurang lebih 50% saja, namun sebagian masyarakat menyatakan bahwa media kominfo mendukung secara positif upaya desiminasi atau penyebaran informasi iptek (Gambar 13). Dengan demikian peningkatan kemudahaan akses informasi iptek perlu ditingkatkan dikalangan masyarakat.

Gambar 11. Penggunaan Internet



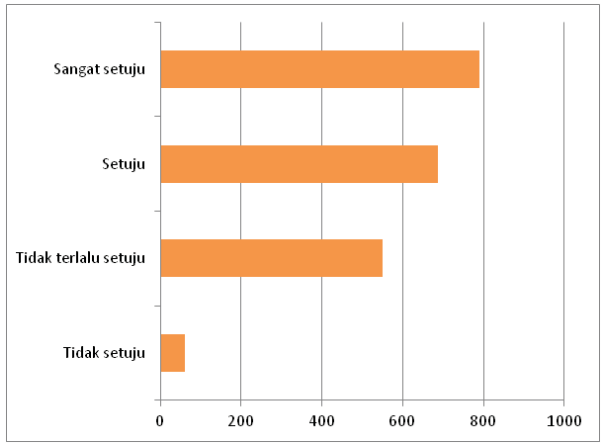
Sumber: diolah berdasarkan laporan *Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2010*

Gambar 12. Tingkat kemudahan dalam mengakses informasi iptek



Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

Gambar 13. Tanggapan masyarakat terhadap pernyataan media memberi dukungan positif dalam menyebarkan informasi iptek



Sumber: diolah dari Indikator Iptek:Persepsi Masyarakat terhadap Iptek, 2008

Kesimpulan

Berdasarkan analisis di atas, studi ini menyimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat perkotaan telah tertarik pada informasi iptek. Paling banyak informasi iptek diperoleh dari media televisi. Radio merupakan media yang paling jarang digunakan untuk mengakses informasi iptek. Internet sebagai media yang memiliki begitu banyak informasi terutama informasi mengenai iptek belum banyak digunakan oleh masyarakat. Mayoritas masyarakat masih menggunakan internet sebagai media untuk mengirim surat elektronik dan media untuk bermain.

PNS dan mahasiswa merupakan profesi di masyarakat yang memiliki tingkat kemudahan dalam mengakses informasi di media kominfo. Hal yang berbeda terjadi pada masyarakat yang berprofesi sebagai wirausaha dan pekerja swasta. Namun sebagian besar masyarakat menyatakan bahwa media kominfo adalah media yang mendukung diseminasi atau penyebaran informasi iptek.

Hal ini memberi masukan kepada pengambil keputusan untuk mengembangkan kebijakan yang tepat terutama untuk meningkatkan secara kualitas maupun kuantitas informasi iptek di televisi yang merupakan media terbanyak yang digunakan masyarakat dalam mengakses informasi iptek.

DAFTAR PUSTAKA

Grossman, Gene M. and Elahnan Helpman. 1991, *Innovation and Growth in the Global Economy,* MIT NSF. 2006. "Science and Technology: Public Attitudes and Understanding". Dalam *Science and Engineering Indicator*, 2006. National Science Board.

Kalamullah, R. Et.al. 2010. *Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2010*. Jakarta:Pusat Data

Mattjik, A.A & I Made, S. 2000. Perancangan Percobaan dengan Aplikasi SAS dan Minitab Jilid I. IPB Press, Bogor

Mountinho, L. 2004. "Public Perceptions of Science: Methodological Review and Survey Findings for Sao Paulo". Dalam *Science, Technology & InnovationIndicators in the State of Sao Paulo*

nn. 2010. HUMAN DEVELOPMENT REPORT 2010. http//hdr.undp.org/en/reports/national/

Simamora, N, Kusbiantono, Yayuk. 2008. Indikator Iptek Nasional: Persepsi Masyarakat terhadap Iptek. Jakarta: LIPI Press

Siregar, Basfin. 2005. "Media Cetak Wassalam". Majalah GATRA edisi 8 Oktober 2005 hal.73

Solow, R. 1950. The Solow Growth Model. www.econ.kuleuven.be/public/ndaaa08/solowmodel.pdf

MOTIVASI PENGGUNAAN LAYANAN TELEKOMUNIKASI OLEH MASYARAKAT DI KOTA MATARAM PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT

Siti Wahyuningsih

Peneliti pada Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Badan Litbang SDM, Kementerian Komunikasi dan Informatika

Abstract

This study describes the motivation and usage of telecommunications services by Communities that have HP to improve the quality of communication. The method for distributing the survey questionnaire based interviews show, the motivation of use of telecommunications services by the community in the city of Mataram that the majority of the province using a cell phone to be due to tariffs and the quality of its network to communicateand access the internet.

Keyword : Motivation, Telecommunications

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan motivasi dan penggunaan layanan telekomunikasi oleh masyarakat yang memiliki hand phone (HP) dalam meningkatkan kualitas komunikasi. Metode yang digunakan ialah survey dengan teknik pengumpulan data wawanca berpedoman kuesioner di Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa factor harga yang murah merupakan motivasi para pengguna HP dalam memilih jasa layanan telekomunikasi.

Kata Kunci : Motivasi, Telekomunikasi

LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan layanan telekomunikasi di Indonesia kini semakin pesat, apalagi dengan adanya program *universal service obligation* (USO) dari pemerintah yang menunjang pemerataan pembangunan infrastruktur telekomunikasi, termasuk pelayanan jasa telekomunikasi sampai ke daerah-daerah terisolir. Menurut Septika (2010), meskipun hasilnya masih belum memuaskan, namun budaya masyarakat yang kental akan kekerabatan atau kekeluargaan telah menjadikan telekomunikasi menjadi salah satu kebutuhan pokok yang harus mereka penuhi. Masyarakat kini berusaha memiliki alat telekomunikasi yang harganya terjangkau.

Meningkatnya kebutuhan akan sarana telekomunikasi bisa terlihat dari catatan Asosiasi Telepon Seluler Indonesia (ATSI), yang menurut Atmosutarno (2010) dalam harian berita.com, saat ini sekitar 180 juta penduduk Indonesia sudah menjadi pelanggan layanan seluler atau sekitar 60% populasi di tanah air sudah memiliki perangkat telekomunikasi. Telepon seluler merupakan media komunikasi yang revolusioner dalam sejarah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dunia. (Wiratmodjo, 2011 : 177).

Selain itu, jumlah orang yang terdaftar sebagai pemakai telepon genggam atau *handphone* (HP) di seluruh dunia, menurut perkirakan Hamadoun Toure (2010) dalam berita8.com, mencapai 5 miliar pada tahun ini. *International Telecommunication Union* (ITU) juga mencatat bahwa, pada awal tahun 2000 hanya ada 500 juta pelanggan ponsel secara global dan 250 juta pengguna internet. Kemudian jumlah pengguna HP tahun ini meningkat dibanding tahun 2009 yang diperkirakan sebanyak 4,6 miliar orang. Bahkan selama krisis ekonomi, tidak menyaksikan penurunan permintaan layanan komunikasi. Dan pada awal tahun 2011, Toure (2011) dalam blog.uad.ac.id menyatakan, angka-angka tersebut meledak menjadi lima miliar pengguna ponsel dan dua miliar pengguna internet. Jumlah pelanggan ponsel juga mencapai lima miliar.

Saat ini, suasana industri jasa telekomunikasi di Indonesia semakin ketat berkompetisi untuk meningkatkan jumlah pelanggannya yang mayoritas adalah masyarakat pengguna seluler sejenis HP. Persaingan industri jasa telekomunikasi, memunculkan banyaknya pilihan produk layanan telekomunikasi yang ditawarkan dan memunculkan pula berbagai motivasi konsumen untuk menggunakannya. Sebagaimana banyak dijelaskan dalam berbagai laporan penelitian tentang telekomunikasi, pada akhir abad 20 ini kebutuhan akan sarana itu semakin meningkat. Suasana dalam industri jasa telekomunikasi di Indonesia juga akan diwarnai dengan ketatnya kompetisi dan padatnya penggunaan teknologi. (Maludin: 234).

Sebagai referensi, hasil penelitian Primasari (2010) terhadap siswa di SMA 5 Yogyakarta kelas XII menunjukkan, tarif telekomunikasi memiliki pengaruh yang cukup besar dalam memotivasi pelajar untuk menabung. Semakin murah tarif yang ditawarkan operator telepon seluler, tingkat motivasi menabung cukup tinggi. Indikasinya, dana yang digunakan untuk pembelian pulsa telepon seluler menjadi lebih sedikit, sehingga dana ditabung oleh pelajar menjadi lebih banyak. Diasumsikan, tarif murah yang ditawarkan operator seluler menjadi salah satu faktor yang memotivasi penggunaan layanan telekomunikasi oleh masyarakat.

Selain itu, hasil penelitian Layla (2009) tentang Kesiapan Masyarakat di wilayah Kalimantan terhadap penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

menunjukkan, secara umum penggunaan fasilitas di *handphone* yang tertinggi atau terbanyak digunakan responden adalah untuk telepon sebanyak 88,05 persen, berikutnya untuk keperluan SMS 76,11 persen, seterusnya digunakan untuk keperluan mendengarkan radio 62,2 persen, game 60 persen, photo 57,5 persen, MP3 56,67 persen, sedangkan penggunaan dan pemanfaatan untuk kalkulator masih rendah hanya 47,5 persen, sdgkan utk MMS hanya 27,5 persen.

Mengacu pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan, fenomena penggunaan telepon seluler atau HP dengan berbagai fasilitasnya otomatis sangat bergantung pada layanan telekomunikasi yang ditawarkan. Dari penelusuran di situs www.depkominfo.go.id dan www.bataviase.co.id menerangkan bahwa, saat ini, teknologi layanan telekomunikasi seluler di Indonesia telah mencapai generasi ketiga-setengah (3,5G), ditandai dengan berkembangnya teknologi HSDPA (*High Speed Downlink Packet Access*) yang mampu memungkinkan transfer data secepat 3,6 Mbps. Namun masih ada sejumlah catatan, yang menurut Pemerintah (Kemen Kominfo), masih perlu diperhatikan untuk menjadi upaya perbaikan di masa mendatang, terutama untuk layanan suara.

Kepala Pusat Informasi dan Humas Kemenkominfo, Gatot S Dewa Broto (2011, dalam www.depkominfo.go.id) menegaskan bahwa, tingkat kesuksesan (*successful call ratio*) yang seharusnya dicapai oleh hampir seluruh penyelenggara telekomunikasi, masih belum sepenuhnya memuaskan. Ada kecenderungan setiap pengguna layanan masih harus mengulang nomor telepon tujuan minimal sekali untuk dapat terhubung dengan tujuan yang ingin dihubungi. Untuk layanan SMS, tingkat keberhasilan pengiriman sudah cukup baik dan merata di hampir seluruh penyelenggara telekomunikasi. Sementara untuk layanan komunikasi data (internet), tidak sampai menimbulkan kondisi gangguan layanan. Namun mulai sekitar 2 jam menjelang tengah malam pergantian tahun baru hingga dua jam berikutnya, kecepatan untuk mengakses layanan internet sedikit terkendala, dikarenakan kecepatannya agak berkurang dan cukup banyak dikeluhkan sejumlah pengguna layanan.

Selain itu, maraknya persaingan antar penyelenggara jasa layanan telekomunikasi untuk menarik perhatian masyarakat pengguna, semakin gencar bahkan meresahkan. Sebagai contoh, iklan layanan telekomunikasi baik suara maupun data, sampai pada persaingan tarif telepon selular, memunculkan banyak alternatif terhadap penggunaannya.

Untuk mengetahui lebih lanjut, tentu diperlukan data dan informasi melalui sebuah kegiatan penelitian tentang penggunaan layanan telekomunikasi oleh masyarakat yang menggunakan telepon selular atau HP. Penelitian serupa mungkin sudah dilakukan, tetapi mengingat perkembangan teknologi setiap saat semakin meningkat menjadikan para penyelenggara layanan telekomunikasi (operator) semakin berupaya meningkatkan jumlah pelanggannya dengan penawaran berbagai produk layanannya. Di sisi lain, berbagai penawaran tersebut otomatis memunculkan berbagai motivasi masyarakat baik di pusat maupun di daerah untuk terus menggunakannya.

Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : Sejauhmana Motivasi Penggunaan Layanan Telekomunikasi oleh Masyarakat Untuk Memenuhi Kebutuhan Berkomunikasi? Permasalahan berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan antara lain (1) Produk layanan telekomunikasi apa saja yang menjadi pilihan dan digunakan

masyarakat saat ini dan (2) Hal-hal apa saja yang memotivasi masyarakat untuk memilih dan menggunakan produk layanan tertentu dari penyelenggara operator seluler tertentu?

TUJUAN DAN MANFAAT

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tentang motivasi dan penggunaan layanan Telekomunikasi oleh masyarakat di Kota Mataram Provinsi NTB. Sedangkan manfaat dari penelitian ini, dapat dipergunakan sebagai salah satu referensi dalam pembuat kebijakan dan kepentingan *stakeholders,* serta masyarakat terkait layanan telekomunikasi.

KERANGKA KONSEP

Layanan Telekomunikasi

Menurut Maludin (2003), telekomunikasi sudah bukan sesuatu yang asing lagi bagi manusia. Pesawat telepon sudah lama dikenal sebagai salah satu sarana hubungan jarak jauh yang sangat berguna. Dari berbagai pelosok negeri orang bisa saling berhubungan melalui pesawat telepon. Bahkan dengan penggunaan satelit telekomunikasi, daya jangkau sambungan sudah hampir tanpa batas lagi.

Telekomunikasi sejak awal berfungsi untuk menjembatani jarak. Lama sebelum kata globalisasi menjadi popular, telekomunikasi sudah bersifat global. Juga sejak awal. telekomunikasi adalah jasa untuk melayani masyarakat (*Public Utility*), terutama untuk menyelenggarakan hubungan antara individu. (KepMenhub No. KM.72 Tahun 1999 tentang Cetak Biru Kebijakan Pemerintah tentang Telekomunikasi di Indonesia.

Dan berdasarkan Undang-Undang Nomor: 36 Tahun 1999 tentang telekomunikasi antara lain disebutkan bahwa, Jasa telekomunikasi adalah layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan bertelekomunikasi dengan menggunakan jaringan telekomunikasi; dan Pengguna adalah pelanggan dan pemakai. Sedangkan telekomunikasi adalah setiap pemancar, pengiriman, dan atau penerimaan dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui system kawat, optik, radio, atau system elektromanetik lainnya.

Pada dasarnya, secara hukum layanan telekomunikasi ini mengacu pada Undang-Undang No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, dan lebih khusus lagi mengacu pada PP No. 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi, yaitu Pasal 15 Ayat (1): Penyelenggara jasa telekomunikasi wajib menyediakan fasilitas telekomunikasi untuk menjamin kualitas pelayanan jasa telekomunikasi yang baik.

Penjelasan Pasal 15 Ayat (1): yang dimaksud dengan kualitas pelayanan yang baik antara lain dengan memenuhi standar pelayanan. Lebih lanjut Pasal 15 ayat (2) menyebutkan: Penyelenggara jasa telekomunikasi wajib memberikan pelayanan yang sama kepada pengguna jasa telekomunikasi.

Sehubungan dengan hal itu, Pemerintah telah membebankan kewajiban Pelayanan Universal (KPU) kepada penyelenggara jaringan telekomunikasi dan atau jasa telekomunikasi untuk memenuhi aksesibitas bagi wilayah atau sebagian masyarakat yang belum terjangkau oleh penyelenggara jaringan dan atau jasa telekomunikasi. Sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor: 32/PER/M.KOMINFO/10/2008 tentang penyediaan kewajiban pelayanan universal

telekomunikasi antara lain disebutkan, penyediaan layanan telekomunikasi berupa penyediaan layanan teleponi (memanggil dan dipanggil), *short message service* (SMS), dan jasa akses internet.

Kaitannya dalam penelitian ini adalah penyediaan layanan teleponi (memanggil dan dipanggil) dan *short message service* (SMS). Di dalam wikipedia dijelaskan bahwa, di Indonesia pada tahun 2009 telah beroperasi 10 operator antara lain PT. Bakri Telkom, Excelcom, Hutchison, Indosat, Mobile-8, Natrindo. Sampoerna Telecom, Smart Telecom, Telkom, dan Telkomsel sebagaimana tabel 1 berikut ini :

Tabel 1

Operator	Produk	Jaringan	Jumlah Pelanggan	Persentase
Bakrie Telecom	Esia	CDMA800MHz	10,6 juta (Q4-2009)[33]	10,6 juta (Q4-2009)[33]
Excelcom	XL	GSM	31,437 juta (Q4-2009)[34]	31,437 juta (Q4-2009)[34]
Hutchison	3	GSM	6,4 juta	6,4 juta
Indosat	IM3	GSM	33,1 juta (Q4-2009)[35]	33,1 juta (Q4-2009)[35]
	Matrix	GSM		
	Mentari	GSM		
	StarOne	CDMA800MHz	570.000	570.000
Mobile-8	Fren	CDMA800MHz	2,7 juta	2,7 juta
	Hepi	CDMA800MHz	300.000	300.000
Natrindo	Axis	GSM	5 juta	5 juta
Sampoerna Telecom	Ceria[36]	CDMA450MHz	780.000	780.000
Smart Telecom	Smart	CDMA1.900MHz	>2 juta	>2 juta
Telkom	Flexi	CDMA800MHz	13,49 juta	13,49 juta
Telkomsel	Kartu AS	GSM	81,644 juta (Q4-2009)[39]	81,644 juta (Q4-2009)[39]
	Kartu HALO	GSM	10,6 juta (Q4-2009)[33]	10,6 juta (Q4-2009)[33]
	Simpati	GSM	31,437 juta (Q4-2009)[34]	31,437 juta (Q4-2009)[34]

Sumber : http://id.wikipedia.org/wiki/Telekomunikasi

Motivasi

Pada dasarnya setiap aktivitas manusia selalu berhubungan dengan adanya dorongan, alasan ataupun kemauan. Begitupula kehendak untuk menjalin dan membina hubungan interpersonal, juga dilandasi oleh adanya dorongan tertentu. Dorongan, alasan dan kemauan yang ada dalam diri seseorang disebut dengan motif. Dari motif-motif yang ada akan menimbulkan suatu motivasi. Motif disebut motivasi apabila sudah menjadi kekuatan yang bersifat aktif. (Suranto, 2011: 45). Motif menurut Anton (1989) dalam Hoeta Soehoet (2002), artinya alasan atau sebab-sebab seseorang melakukan sesuatu, yang menjadi dorongan.

Dengan demikian, motif komunikasi artinya sebab-sebab yang mendorong manusia dalam menyampaikan isi pernyataannya kepada manusia lain. Selain itu Laura A. King (2010: 65) berpendapat bahwa, motivasi (*motivation*) adalah kekuatan yang menggerakkan seseorang untuk berperilaku, berpikir, dan merasa seperti yang mereka lakukan. Perilaku yang termotivasi diberi kekuatan, diarahkan, dan dipertahankan.

Berdasarkan teori pengurangan dorongan, Laura menjelaskan bahwa, cara lain untuk melihat motivasi adalah melalui konstruk dorongan dan kebutuhan. Sebuah dorongan (*drive*) adalah keadaan tergugah yang terjadi karena adanya kebutuhan psikologis yang perlu digerakkan. Sebuah kebutuhan (*need*) adalah keadaan kekurangan sesuatu yang memberi energi untuk menghilangkan atau mengurangi keadaan kekurangan ini. Pada umumnya, para psikolog menganggap bahwa kebutuhan sebagai sesuatu yng mendasari dorogan kita. Teori pengurangan dorongan menjelaskan bahwa, seiring dengan semakin kuatnya dorongan, kita termotivasi untuk mengurangi dorongan itu.

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan motivasi adalah keinginan atau

dorongan masyarakat yang menggunakan telepon seluler sebagai media komunikasi. Dalam konteks penggunaan layanan telekomunikasi, motivasi merupakan salah satu faktor yang mendorong masyarakat untuk menjadi konsumen atau pelanggan layanan telekomunikasi dari penyelenggara tertentu (layanan operator) dan menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan berkomunikasi dengan menggunakan handphone (HP).

Dalam menggunakan telepon seluler, masyarakat membutuhkan layanan telekomunikasi seluler untuk melakukan aktivitas berkomunikasi sehari-hari. Secara operasional, masyarakat termotivasi menggunakan layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan berkomunikasi dengan penggunaan telepon seluler atau handphone (HP) yang merupakan salah satu sarana telekomunikasi. Mengingat banyaknya alternatif layanan telekomunikasi yang diselenggarakan oleh para penyelenggara atau operator, tentunya menimbulkan pula berbagai hal yang bisa memotivasi penggunaanya.

Penggunaan

Pengaruh teknologi terhadap perilaku manusia sudah sering dibicarakan terhadap perilaku manusia sudah sering dibicarakan orang. Revolusi teknologi sering disusul dengan revolusi dalam perilaku sosial. Alvin Tofler melukiskan tiga gelombang peradaban manusia yang terjadi sebagai akibat perubahan teknologi. Lingkungan teknologis (*technosphere*) yang meliputi sistem energi, sistem produksi, dan sistem distribusi, dan sistem distribusi membentuk serangkaian perilaku sosial yang sesuai dengannya. (Rakhmat, 1989 : 52).

Menurut Mc. Luhan (dalam Rakhmat: 249), bentuk media saja sudah mempengaruhi kita. "The medium is the message", artinya, medium saja sudah menjadi pesan. Yang mempengaruhi kita bukan apa yang disampaikan media, tetapi jenis media komunikasi yang kita pergunakan interpersonal, media cetak, atau televisi. Teori Mc. Luhan, disebut teori perpanjangan alat indera (sense extension theory), menyatakan bahwa media adalah perluasan dari alat indra manusia; telepon adalah perpanjangan telinga dan televisi adalah perpanjangan mata. Mc. Luhan juga menulis, secara operasional dan praktis, medium adalah pesan. Ini berarti bahwa akibat-akibat personal dan sosial dari media timbul karena skala baru yang dimasukkan pada kehidupan kita oleh perluasan diri kita atau oleh teknologi baru. Media adalah pesan karena media membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk hubungan dan tindakan manusia.

Dalam sejarah masyarakat manusia menandakan penggunaan komunikasi oleh manusia untuk mengatasi jarak yang lebih jauh satu dengan lainnya, yang tak mungkin dicapai hanya dengan berbicara dalam jarak yang normal. (Bungin : 108). Pesawat telepon sudah lama dikenal sebagai salah satu sarana hubungan jarak jauh yang sangat berguna. Dari berbagai pelosok negeri orang bisa saling berhubungan melalui pesawat telepon. Kalau semua hanya tergantung pada panjangnya kabel di darat, maka kini dengan saluran kabel laut, daya jangkau itu bisa diseberangkan melintasi samudera. Bahkan dengan penggunaan satelit telekomunikasi, daya jangkau sambungan sudah hampir tanpa batas lagi. (Maludin : 301).

Maka dengan teknologi telekomunikasi, masyarakat bisa melakukan komunikasi jarak jauh hampir tanpa batas yaitu dengan menggunakan telepon seluler yang saat ini telah banyak digunakan. Menggunakan telekomunikasi yang dimaksud adalah penggunaan layanan

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode survey karena bermasud menggambarkan karakteristik individu dalam hal ini pengguna telepon seluler. Rancangan analisa ialah deskriptif berdasarkan kecenderungan data kuantitatif dengan dukungan data kualittatif. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner dan wawancara berdasarkan *interview guide* (pedoman wawancara).

Sumber data diperoleh berdasarkan keterangan dari informan yang tak lain adalah pelanggan layanan telekomunikasi yang memahami permasalahan yang akan diteliti. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *convinience sampling,* yaitu dengan cara mencari responden pada tempat-tempat yang memungkinkan menemukan responden di tempat-tempat wisata, pusat pertokoan, perkantoran, sekolah atau kampus, dan pasar swalayan dengan estimasi jumlah pelanggan sebanyak 100 orang, terdiri dari konsumen atau pengguna layanan telekomunikasi dari berbagai operator penyelenggara yang ada di Indonesia antara lain Telkom, Telkomsel, Indosat, XL, Bakrie Telkom, Axis Telekom, Hutchison (HCPT), dan Smartfren dan dipilih secara *purposive* (sengaja). Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan alasan, selain merupakan Ibukota Provinsi Nusa Tenggara Barat juga merupakan pusat pemerintahan, pusat pendidikan dan pusat perekonomian perdagangan barang dan jasa, serta pernah mendapat Juara I *Good Governance Award* tahun 2007 oleh GTZ-GLG atas kerjasama dengan Pemerintah Provinsi NTB.

HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kota Mataram

Kota Mataram merupakan ibukota Propinsi NTB, memiliki tiga kecamatan, yaitu kecamatan Ampenan, kecamatan Mataram dan kecamatan Cakranegara, serta memiliki 23 kelurahan. Kota Mataram selain Ibukota Provinsi juga merupakan pusat pemerintahan, pusat pendidikan dan pusat perekonomian perdagangan barang dan jasa, secara administrasi Kota Mataram memiliki luas daratan 61,30 Km dan 56,80 perairan laut.

Secara geografis Kota Mataram terletak pada posisi 116'04'116'10' Bujur Timur, dan 08'33-08'38' lintang Selatan dengan batas-batas wilayah : Sebelah Utara terdapat Kecamatan Gunungsari, Kecamatan Batulayar dan Kecamatan Lingsar dan Kabupaten Lombok Barat; Sebelah Timur terdapat Kecamatan Narmada dan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat; Sebelah Selatan terdapat Kecamatan Labuapi, dan Kabupaten Lombok Barat; Sebelah Barat terdapat Selat Lombok. Terdapat banyak kampung yang merupakan perwujudan dari berbagai suku bangsa di Indonesia di antaranya Kampung Bugis, Kampung Melayu, Kampung Jawa, Kampung Arab, Kampung Bali, sehingga masyarakat yang ada di sini bersifat heterogen dan rukun.

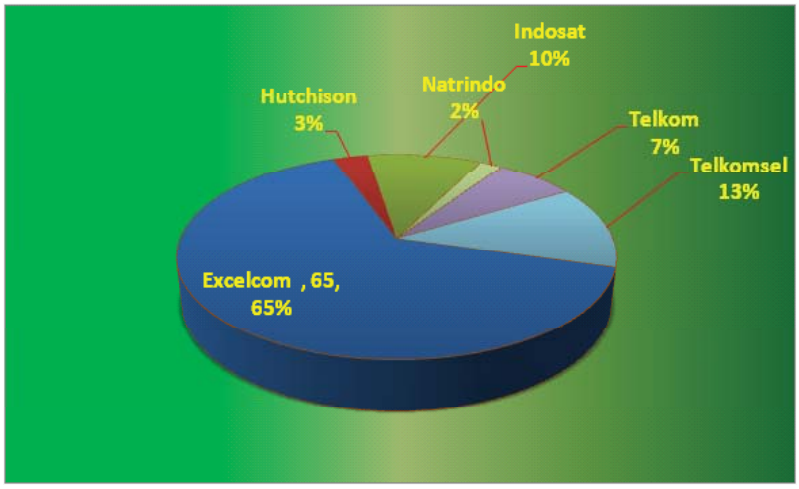
Yang menarik perhatian dari Kota Mataram adalah memiliki Visi dan Misi : Mewujudkan masyarakat perkotaan yang "AMAN" ditunjukan dengan stabilitas yang kondusif, saling berterima dalam suasana lingkungan yang bersih dan indah untuk mencapai masyarakat yang maju, religius dan berbudaya, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) agar memiliki pengetahuan, dan Keterampilan dan teknologi yang handal sehingga

mampu meningkatkan daya saing daerah, serta memberdayakan ekonomi rakyat berbasis potensi lokal berdasarkan prinsip pembangunan yang berkelanjutan, Meningkatkan Kualitas pelayanan publik dan pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat berorientasi pada SPM (Standar Pelayanan Minimal) dan SPP (Standar Pelayanan Publik) berdasarkan prinsip – prinsip tata pemerintahan yang baik (*Good Governance*)., serta meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana dan prasarana perkotaan.

Penggunaan Layanan Telekomunikasi

Obyek penelitian ini adalah motivasi dan penggunaan layanan telekomunikasi oleh masyarakat di Kota Mataram Provinsi NTB yang menggunakan telepon seluler dan sudah pasti menggunakan layanan operator seluler. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan di Kota Mataram provinsi NTB pada bulan Juni tahun 2011 dengan estimasi jumlah pelanggan atau pengguna sebesar 100 responden, menunjukkan :

Gambar 1
Penggunaan Operator Layanan Telekomunikasi

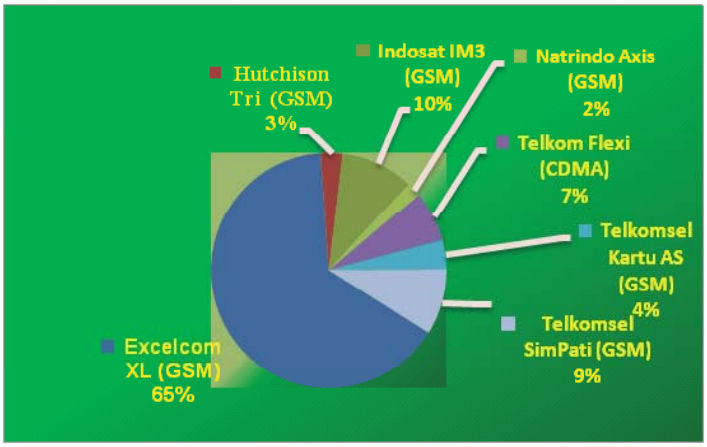


Sebagaimana gambar 1, Excelcom memiliki jumlah pengguna paling banyak yaitu sekitar 65%, kemudian Telkomsel memiliki jumlah pengguna sekitar 13%, dan Indosat memiliki jumlah pengguna sekitar 10%. Sedangkan yang paling rendah memiliki jumlah penggunanya adalah Telkom yang memiliki jumlah pengguna sekitar 7%, kemudian Hutchison memiliki jumlah pengguna sekitar 3%, dan jumlah pelanggan Natrindo hanya 2%. Hal ini menunjukkan bahwa Excelom merupakan operator penyelenggara yang paling banyak memotivasi masyarakat di Kota Mataram untuk menggunakannya, selain Telkomsel dan Indosat.

Selanjutnya penggunaan layanan telekomunikasi oleh masyarakat di Kota Mataram yang mayoritas menggunakan HP atau telepon seluler untuk saling berkomunikasi. Sebagaimana tertuang dalam UU Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, dan PP No. 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi, kini masyarakat sudah bisa menggunakan fasilitas layanan telekomunikasi yang disediakan oleh Penyelenggara jasa telekomunikasi. Dalam hal ini, penyelenggara jasa telekomunikasi wajib memberikan pelayanan yang sama kepada pengguna jasa telekomunikasi antara lain berupa penyediaan layanan teleponi (memanggil dan dipanggil), *short message service* (SMS), dan jasa akses internet.

Deskripsi mengenai penggunaan layanan telekomunikasi oleh masyarakat di Kota Mataram Provinsi NTB dapat diketahui sebagaimana gambar 2 berikut ini :

Gambar 2
Penggunaan Layanan Telekomunikasi Oleh Masyarakat di Kota Mataram



Berdasarkan tabel 1 dan gambar 2 diketahui bahwa, terdapat 13 produk layanan telekomunikasi yang selama ini telah diselenggarakan oleh 10 Operator penyelenggara telekomunikasi. Pada operator Excelcom hanya memiliki 1 produk layanan telekomunikasi namun jumlah penggunanya paling banyak sekitar 65%. Selanjutnya pada operator Indosat yang memiliki 4 produk layanan telekomunikasi yang terdiri dari IM3 (GSM), Matrix (GSM), Mentari (GSM) dan StarOne (CDMA), namun hanya 1 produk layanan yang memiliki jumlah pengguna sekitar 10% yaitu layanan IM3.

Kemudian operator Telkomsel yang memiliki 3 produk unggulannya yaitu Kartu AS (GSM), Kartu Halo (GSM), dan SimPati (GSM), ternyata hanya SimPati cukup banyak digunakan oleh 9% penggunanya. Lainnya adalah operator Telkom dengan 1 produk layanan unggulannya yaitu Flexi (CDMA) memiliki jumlah pengguna sekitar 7%. Sedangkan yang paling rendah digunakan oleh masyarakat yaitu produk layanan telekomunikasi dari operator Telkomsel yaitu Kartu AS hanya memiliki 4% pengguna. Lainnya operator Hutchison memiliki 3% pengguna layanan Tri (GSM), dan operator Natrindo hanya memiliki pengguna sekitar 2% menggunakan produk layananya yaitu Axis.

Ternyata Layanan XL dari operator excelcom, IM3 dari operator Indosat, dan Kartu Halo dari operator Telkomsel, serta layanan Flexi dari Telkom yang paling banyak memotivasi masyarakat untuk menggunakannya. Terbukti layanan ini lebih memotivasi masyarakat untuk menggunakannya dari pada layanan Huthcison, dan Axis dar Natrindo.

Dalam berkomunikasi, masyarakat lebih cenderung menyukai penggunaan GSM (ketimbang CDMA) sebagai media komunikasi yang lebih berkualitas dan mengikuti perkembangan teknologi. Keyakinan masyarakat di Kota Mataram povinsi NTB baik di kabupaten ataupun kota menggunakan XL, sebagaimana dinyatakan Nuning Pratiwi, Kepala Sub Pengendalian Sistem Informatika pada Dinas Perhubungan dan Kominfo Kota Mataram yang juga menggunakan layanan XL, selain tarifnya murah namun kualitas jaringannya juga cukup baik. Sejak awal penggunaan layanan telekomunikasi, masyarakat di Kota Mataram lebih dulu mengenal XL ketimbang layanan yang lain. Pertimbangan memilih menggunakan XL juga dikarenakan, pengguna selular yakin dan percaya bahwa tarif murah ke sesama operator, baik untuk telepon tersambung, apalagi untuk layanan sms (*short messages sercice*).

Demikian pula Syafii, petugas pelayanan informasi pada Dinas Perhubungan dan Kominfo Mataram, mengharap pihak operator (Exelcom) mempertahankan layanan XL sebagai produk unggulannya. Hal ini dikarenakan, XL memang sudah menjadi pilihan masyarakat di NTB, khususnya di Pulau Lombok saja sekitar 80% jumlah pelangganya.

Meski masyarakat di NTB sudah merasa yakin bahwa tarif XL tergolong murah, namun Asarudin, S.Ip, pelanggan XL salah satu warga desa Tamak Biak Narmata, Kab. Lombok Barat XL sangat berharap sekali kepada operator, supaya menurunkan tarif SMS dan tarif panggilan, baik ke sesama operator maupun ke operator lain. Konsumen XL merasa puas bila mengakses internet atau menelpon ke operator lain.

Terhadap layanan Flexy, I Made Futu Kusuma, salah seorang warga Pajang Kota Mataram, menyarankan agar layanan Flexy tidak jauh ketinggalan dengan perusahaan lainnya seperti XL, Simpati dan lainnya, karena dari aspek kualitas, fasilitas Flexy sangat memadai. Untuk itu, mohon di tingkatkan daya saing dengan perusahaan lainnya. Pengalaman yang tidak menyenangkan dialami Tajudin, seorang warga Kota Bima yang sudah 2 tahun menjadi pelanggan Simpati.

Menurutnya, jaringan Simpati sering muncul program-program yang tidak bertanggung jawab, misalnya kuis dan hadiah, padahal itu tidak bena. Untuk itu, bagi pihak operator harus tanggap dan perlu adanya perubahan.

Motivasi Penggunaan Layanan Telekomunikasi

Telah dijelaskan bahwa motivasi penggunaan layanan telekomunikasi oleh masyarakat yang menggunakan adalah keinginan/dorongan masyarakat yang menggunakan telepon seluler sebagai media komunikasi. Dalam menggunakan telepon seluler, masyarakat membutuhkan layanan telekomunikasi seluler untuk melakukan aktivitas berkomunikasi sehari-hari. Dengan kata lain, masyarakat termotivasi menggunakan layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan berkomunikasi dengan penggunaan telepon seluler atau *handphone* (HP) yang merupakan salah satu sarana telekomunikasi. Mengingat banyaknya alternatif layanan telekomunikasi yang diselenggarakan oleh para penyelenggara atau operator, tentunya menimbulkan pula berbagai hal yang bisa memotivasi penggunaanya.

Mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat di Kota Mataram merupakan masyarakat yang berbudaya dan terbuka dengan perubahan-perubahan, termasuk inovasi teknologi telepon seluler atau HP yang memberikan alternatif dalam berkomunikasi dan berbagai pilihan akses informasi. Media komunikasi telepon seluler atau *handphone* atau HP merupakan suatu kebutuhan yang tidak bisa ditolak, mengingat perkembangan teknologi informasi di Kota Mataram juga sangat signifikan.

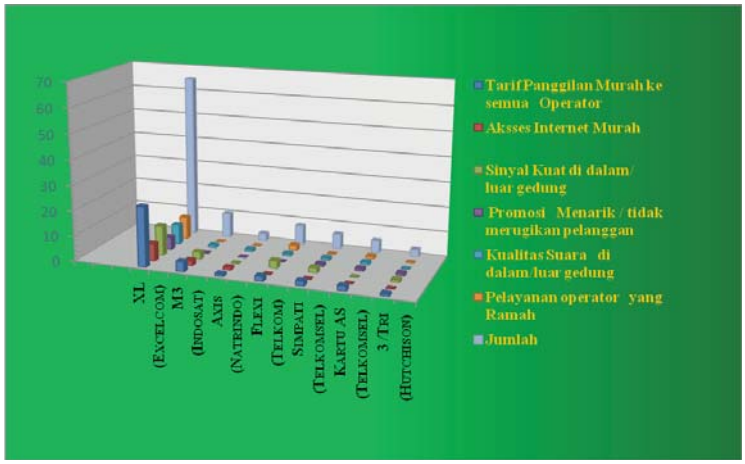
Deskripsi mengenai motivasi dan penggunaan layanan telekomunikasi oleh masyarakat di Kota Mataram Provinsi NTB yang menggunakan telepon seluler, dikarenakan beberapa hal, antara lain sebagaimana terlihat dalam gambar 3 diagaram berikut.

Gambar 3 Diagram tentang Motivasi penggunaan layanan telekomunikasi oleh masyarakat di Kota Mataram Provinsi NTB, menunjukkan :

Pada operator Excelcom pelanggan memilih menggunakan layanan XL dikarenakan 3 hal dominan antara lain menginginkan adanya tarif panggilan yang rendah ke sesama operator dan operator lain, sinyal kuat di dalam dan di luar gedung, dan pelayanan operator selular yang berkualitas.

Berbeda pelanggan pada operator Indosat yang memilih menggunakan layanan IM3 dikarenakan, tarif panggilan yang rendah ke sesama operator dan operator lain dan sinyal kuat di dalam dan di luar gedung, serta tarif murah untuk koneksi internet. Sementara pada operator

Gambar 3
Motivasi Penggunagunaan Layanan Telekomunikasi Oleh Masyarakat Di Kota Mataram



Telkom pelanggan lebih memilih untuk menggunakan layanan Flexi, dikarenakan sinyal kuat baik di dalam maupun di luar gedung dan tarif panggilan yang rendah ke sesama operator dan operator lain, serta pelayanan operator selular yang berkualitas.

Namun pada operator Telkomsel, pelanggan dominan memilih menggunakan layanan SimPati dikarenakan tarif panggilan yang rendah ke sesama operator dan operator lain dan sinyal kuat baik di dalam maupun di luar gedung.

Demikian pula pelanggan pada operator Telkomsel memilih menggunakan kartu AS dengan alasan karena tarif panggilan yang rendah ke sesama operator. Tetapi pelanggan pada operator Hutchison. memilih untuk menggunakan 3 (Tri) juga dikarenakan tarif panggilan rendah ke sesama operator, tetapi promosi menarik yang tidak merugikan pelanggan, serta sinyal kuat baik di dalam maupun di luar gedung.

Berdasarkan gambar 3 diagram tersebut, ada tiga hal yang dominan memotivasi masyarakat untuk menggunakan layanan operator telekomunikasi antara lain karena: tarif panggilan yang rendah ke sesama operator dan operator lain, sinyal kuat baik di dalam maupun di luar gedung, serta pelayanan operator selular yang berkualitas. Dari tujuh produk layanan pilihan masyarakat, ternyata layanan XL paling banyak jumlah pelanggannya dari pada IM3, Simpati, Flexi, Kartu AS, 3 (Tri), Hutchison.

Indikasi tarif murah kesesama operator menjadi keyakinan masyarakat untuk menggunakannya. Menurut Siti Fathumi, SE., yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman, Rembiga, Mataram menuturkan, masyarakat sangat yakin dengan XL, karena memang produk ini yang pertama kali dikenalkan kepada masyarakat di provinsi NTB ini. Meskipun begitu, tetap mengharapkan agar Pelayanan lebih di tingkatkan supaya konsumen merasa terpenuhi sesuai dengan yang dibutuhkan.

PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

Kajian ini menyimpulkan bahwa motivasi penggunaan layanan telekomunikasi bagi masyarakat di NTB yang mayoritas menggunakan telepon seluler atau *handphone* jenis GSM cenderung dikarenakan tarif dan kualitas jaringannya untuk berkomunikasi dan mengakses internet. Salah satu produk layanan yang paling banyak digunakan oleh sebagian besar masyarakat di Kota Mataram Provinsi NTB adalah XL yang merupakan salah satu produk layanan telekomunikasi dari Excelcom. Meskipun demikian, masyarakat masih berharap peningkatan layanan telekomunikasi terkait kualitas suara dan pelayanan operator yang baik.

Produk layanan telekomunikasi saat ini semakin bervariasi menawarkan berbagai fasilitas, namun XL merupakan salah satu layanan yang banyak digunakan oleh masyarakat, termasuk di Kota Mataram. Dari aspek komunikasi bermedia, masyarakat lebih cenderung menyukai penggunaan GSM (ketimbang CDMA) sebagai media komunikasi yang lebih berkualitas dan mengikuti perkembangan teknologi. Sesuai dengan perkembangannya teknologi, penggunaan teknologi informasi dan teknologi komunikasi, khususnya teknologi telekomunikasi secara signifikan meningkatkan kualitas komunikasi di kalangan masyarakat baik di daerah di Pusat.

DATA PUSTAKA

Bungin, Burhan, 2007, *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta, Fajar Interpratama Opset.

King, Laura ,2010, *Psikologi Umum, Sebuah Pandangan Apresiatif (The Science of Psychology: An Appreciative View), Salemba Humanika, Jakarta.*

O'Brien, James A., 1990, *Management Information Systems*: A Managerial end User Perspective, ISBN 0-256-07862-9, USA

Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, Nomor 56, Jakarta, 2009.

Maluddin, Syafrizal, 2002, *Studi Bauran Pemasaran Jasa Telekomunikasi Suitsing Internasional pada PT (Persero) Indosat*, Jurnal Widyariset, Volume 3, LIPI, ISSN 1411 – 7932, Jakarta,

Poerwadarminta, W.J.S., 1996, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, PN Balai Pustaka, jakarta.

Riduwan. , 2004, *Metode & Teknik Menyusun Tesis*, Alfabeta, Bandung

O' Brien, James A., 1999, *Management Information Systems: Managing Information Technology in the Internetworked Enterprise, 4th Edition, Irwin McGraw-Hill.*

Triono, Bagus, Rachmadi, 2002, *Peran Organisasi Bisnis Dalam Masyarakat Informasi : Kasus di Indonesia*, Jakarta.

Undang – Undang Nomor : 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi.

Wiratmodjo, Bambang, 2011, *Ilmu Komunikasi Sekarang dan tantangan Masa Depan, Sebuah Feasibility Study: Pemanfaatan Mobile Marketing Pada Layanan Jasa Kantin Utama (Mensa) Universitas Teknik Ilmenau – Jerman.*

Internet :

http://blog.uad.ac.id/arikurniawan/2011/04/01/perkembangan-internet-di-indonesia-penggunaanya-terhadap-layanan-jual-beli-online, diunduh pada bulan Juni 2012.

http://bataviase.co.id/hariansuarakaryaharian, diunduh pada bulan Juni 2011.

http://www.depkominfo.go.id, diunduh pada bulan Juni 2011.

http://id.wikipedia.org/wiki/Telekomunikasi, diunduh pada bulan Juni 2011 dan Juli 2012

http://siagapulsa.info/fokus-operator-bergeser-ke-layanan-data, diunduh pada bulan Mei 2011.

http://septikasworld.blog.ugm.ac.id/category/karya, diunduh pada bulan Juli 2012.

www.te.ugm.ac.id/_lilik/seminar/DirjenPosTel_BasukiYusufIskandar.pdf, diunduh pada bulan Maret 2012.

http://mataramkota.go.id/ diunduh pada bulan September 2012.

SIKAP MASYARAKAT TERHADAP LAYANAN POS DI INDONESIA (Bandung, Surabaya, Banjarmasin, Makasar)

Atjih Ratnawati

Peneliti Madya pada Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Abstract

Research of Public Attitudes on the Postal Service in Indonesia aims to obtain a representative description of how people's attitudes towards the postal service in Indonesia. This type of research is descriptive quantitative approach with survey techniques. Determination of the sample using a random sampling by distributing questionnaires in the city of Banjarmasin, Makassar, Bandung and Surabaya. The results show that the public interest against the postal service in PT POS pretty good with ICT-based services. PT Pos services extend adequately at home and abroad. Respondents considered the quality of service has been good enough. With a good quality of postal services, the respondents are willing to give references to other people to use the postal service which is fast, safe and inexpensive.

Keywords : postal, service, quality

Abstrak

Penelitian Sikap Masyarakat Tentang Layanan Pos di Indonesia bertujuan untuk mendapatkan gambaran representatif mengenai bagaimana sikap masyarakat terhadap pelayanan pos di Indonesia. Jenis penelitian adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik survey. Penentuan sampel menggunakan random sampling dengan penyebaran kuesioner di kota Banjarmasin, Makasar, Bandung dan Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap layanan pos di PT POS cukup baik .PT Pos cukup luas jangkauannya di dalam maupun di luar negeri. Kualitas layanan dipandang responden sudah cukup baik. Dengan kualitas pelayanan pos yang baik,responden bersedia memberi referensi kepada orang lain untuk dapat menggunakan jasa layanan pos yang cepat, aman dan murah.

Kata Kunci : pos, layanan, kualitas

Pendahuluan

Latar Belakang

Kemajuan Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dewasa ini telah memberi banyak manfaat bagi organisasi perusahaan di berbagai sektor kehidupan. Dengan dukungan TIK, pelayanan jasa dan proses bisnis perusahaan dapat menjadi lebih efektif dan efisien misalnya dalam mengkomunikasikan informasi ke semua elemen organisasi.

PT Pos merupakan organisasi yang besar dalam pelayanan lalu lintas berita,uang dan barang, jasa layanannya masih dirasa sangat penting dalam masyarakat, yang sudah mengembangkan produk layananya dengan menggunakan dukungan TIK. Masyarakat membutuhkan jasa layanan antaran cepat dan akurat sebagai konsekuensi dalam memenuhi tuntutan zaman yang serba cepat dan modern PT Pos Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang penyelenggaraannya diatur dalam Undang-undang No 38 tahun 2009 tentang Pos. Undang-undang tersebut sebagai pengganti Undang-undang No 6 tahun 1984 , pada bab I ayat l antara lain disebutkan Pos ádalah layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos untuk kepentingan umum, selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Sedangkan penyelenggara pos adalah suatu badan usaha yang menyelenggarakan pos. Jenis layanan penyelenggaraan jasa perposan meliputi: komunikasi tertulis /terekam, logistik, paket filateli keagenan dan jasa lainnya. Dengan adanya persaingan global, maka yang harus dijalankan perusahaan adalah dengan terus menjaga agar pelanggan nya mau dan tetap setia menggunakan jasanya. Sedangkan cara yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut PT Pos melakukan ekspansi usaha ke sektor jasa berbasis TIK yang dahulu cara kerja bentuk layanannya dilakukan secara manual kini beralih ke sistem digital yakni layanan berbasis komputerisasi dan internet. Perubahan tersebut merupakan suatu upaya antisipasi era persaingan pasar bebas dan upaya penyesuaian dengan tingkat kemajuan teknologi sesuai dengan target yang harus dicapai sampai pada Tahun 2015 sesuai WSIS di Geneva, yaitu menghubungkan semua perpustakaan umum, pusat kebudayaan, museum, kantor pos dan kearsipan dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK),.

Adapun layanan pos yang berbasis TIK diantaranya adalah SMS pos merupakan layanan pengiriman dan pemberitaan singkat berisi ucapan selamat, Pos Express, *System Online Payment Point* (SOPP), merupakan layanan pembayaran tagihan rekening melalui loket kantor pos, Surat Kilat Khusus (SKH), Wesel dan Express Mail Service (EMS) yang merupakan layanan premium untuk pengiriman dokumen dan barang dagangan ke luar negeri, dengan fasilitas pelacakan kiriman yang dapat dilakukan secara elektronik Sebagaimana diungkapkan Sugiharto, Meneg BUMN (2007), "Pos tidak hanya mengandalkan jasa pengiriman surat, tetapi sudah masuk jasa pengiriman logistik dan jasa pembayaran secara elektronik," seperti layanan umum rekening listrik, PAM, telepon, bayar FIF dan lain-lain

Untuk mengetahui berhasil atau tidaknya suatu pelayanan yang berkualitas salah satunya dapat diketahui dengan melihat sikap pengguna yang merupakan sasaran utama dari pelayanan. Sehingga dengan adanya sikap dari pengguna yakni masyarakat Indonesia, maka PT. Pos Indonesia dapat mengetahui sudah sejauh mana keberhasilan pelayanan yang telah diberikan kepada para penggunanya. Untuk itu, diperlukan data yang komprehensif mengenai sikap masyarakat terhadap layanan Pos di Indonesia melalui kegiatan penelitian.

Berbagai bentuk jasa pelayanan yang diterima masyarakat, merupakan suatu proses membuat penilaian atau membangun kesan mengenai berbagai macam dimaknai dalam bentuk rangsangan-rangsangan tertentu. Rangsangan tersebut akan memberikan kesan tersendiri bagi masing-masing pengguna yang dalam hal ini adalah masyarakat. Selanjutnya kesan akan berubah menjadi pandangan terhadap apa yang diterimanya. Pengguna akan memiliki pendapat baik terhadap PT. Pos, jika pengguna merasa bahwa yang dibutuhkan dapat dipenuhi oleh PT Pos. Tapi sebaliknya pengguna akan berpendapat buruk jika layanan PT. Pos dianggap tidak mampu melayani dan menyediakan informasi yang dibutuhkan pengguna.

Dengan latar belakang di atas, penelitian ini berupaya mendeskripsikan sikap masyarakat tentang layanan yang diberikan PT Pos Indonesia yang meliputi unsur pengetahuan, sikap dan kecenderungan tindakan (konatif). Hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi PT Pos Indonesia dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada publik.

Tinjauan Pustaka

Sikap

Kehidupan individu tidak lepas dari lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Dalam memandang suatu permasalahan setiap orang mempunyai pendapat yang berbeda-beda. Pendapat seseorang timbul dari dalam diri masing-masing.

Harvey dan Smith (dalam buku psikologi dasar, Setyobroto 2004) menegaskan bahwa sikap adalah cara bertindak cenderung positif dan negatif. Sikap tidak tampak dari dan tidak dapat diamati, yang tampak adalah perilaku atau tindakan. sedangkan Thursone menyatakan sikap dapat diukur dari pendapat pendapat seorang.

Kreitner dan Kinicki (2005) mendifinisikan sikap sebagai kecenderungan merespon sesuatu secara konsisten untuk mendukung atau tidak mendukung dengan memperhatikan obyek tertentu. Sedangkan menurut Robbins, (2007) bahwa sikap mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap. Ketiga komponen itu adalah komponen kognitif,efektif dan konatif.

Dari berbagai pendapat mengenai sikap diatas dapat dikatakan bahwa sikapi secara umum adalah merupakan suatu proses pendapat atas pandangan dari dalam diri seseorang terhadap suatu objek, baik itu yang berwujud ataupun tidak berwujud. yang diperoleh lewat memori organisme yang hidup. Sikap mencakup penilaian seseorang terhadap objek, mengevaluasi dan mengorganisasikan stimuli dan lingkungan kita dengan komponen :

a. kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.
b. afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.
c. konatif (komponen perilaku, atau action component), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

Layanan PT. Pos Indonesia

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan manusia atau mesin secara fisik untuk menyediakan kepuasan konsumen (Lehtinen 1983 p.21). Menurut Purwadarminta (1996, p.245) layanan adalah " menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain " sedangkan mengacu pada konsep pemasaran pelayanan biasanya sering dikaitkan dengan distribusi fisik yaitu "service atau pelayanan pelanggan sering diukur menurut jumlah/ lamanya waktu yang diperlukan untuk menyampaikan barang-barang setelah pesanan diterima (Swastha, 1999, p.8).

Dalam melakukan kegiatan layanan, seorang petugas pada perusahaan industri jasa pelayanan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan seperti baik, ramah, penuh simpatik, mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan artinya bahwa setiap keinginan orang yang menerima pelayanan merasa puas, berkualitas dan tepat waktu dan biaya terjangkau.

Pelayanan umum dapat diartikan memproses pelayanan kepada masyarakat /customer, baik berupa barang atau jasa melalui tahapan, prosedur, persyaratan-persyaratan, waktu dan pembiayaan yang dilakukan secara transparant untuk mencapai kepuasan sebagaimana visi yang telah ditetapkan dalam organisasi.

Berdasarkan Undang-undang No.38 tahun 2009 tentang Pos, Pos ádalah layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik,layanan paket,layanan logistik,layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos untuk kepentingan umum. Sedangkan Penyelenggara pos ádalah suatu badan usaha yang menyelenggarakan pos. Jenis layanan penyelenggara jasa perposan meliputi: komunikasi tertulis/terekam, logistik, paket filateli keagenan dan jasa lainnya. Sedangkan layanan pos yang berbasis teknologi informasi diantaranya adalah SMS pos merupakan layanan pengiriman dan pemberitaan singkat ucapan selamat, Pos Express, *System Online Payment Point* (SOPP), merupakan layanan pembayaran tagihan rekening melalui loket kantor pos, Surat Kilat Khusus (SKH), Wesel dan *Express Mail Service* (EMS) yang merupakan layanan premium untuk pengiriman dokumen dan barang dagangan ke luar negeri, dengan fasilitas pelacakan kiriman yang dapat dilakukan secara elektronik .

Sesuai dengan misinya PT Pos Indonesia senantiasa berupaya untuk menjadi penyedia sarana komunikasi kelas dunia yang peduli terhadap lingkungan yang dikelola oleh SDM yang profesional sehingga mampu memberikan layanan yang terbaik bagi masyarakat serta tumbuh dan berkembang sesuai konsep bisnis yang sehat". Maka PT Pos Indonesia menjalani misi antara lain :

1. PT Pos Indonesia penyedia sarana komunikasi yang andal dan terpercaya bagi masyarakat dan pemerintah yang berguna untuk menunjang pembangunan Nasional serta memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa dan negara.
2. PT Pos Indonesia mengembangkan usaha bertumpu pada peningkatan mutu pelayanan melalui penarapan IPTEK tepat guna untuk mencapai kepuasan pelanggan serta memberi nilai tambah yang optimal untuk karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan mitrakerja.

PT Pos Indonesia mempunyai tujuan yaitu memastikan pengontrolan dapat dilakukan baik oleh pihak konsumen sendiri, pengontrolan ini memerlukan biaya investasi yang cukup besar dalam

usaha memodernisasi dan tidak tergantung pada Sumber Daya Manusia yang terlalu besar. Namun *turn over* yang akan diterima dipastikan akan lebih besar karena tujuan utama dari sistem ini untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat dan pada akhirnya untuk membuat masyarakat Indonesia loyal menggunakan PT. Pos Indonesia.

Layanan yang dapat diberikan oleh Pos Indonesia antara lain :

a. Layanan bisnis komunikasi
   Surat biasa, surat kilat,surat kilat khusus, pos ekspres dan ekspres mail service.

b. Layanan bisnis keuangan
   Wesel pos standar,wesel pos prima,wesel pos instan, wesel pos union,wesel dinas giro.

c. Layanan Bisinis logistik
   Paket pos standar, paket pos optima, paket pos poin to poin

d. Layanan keagenan
   Pembayaran pensiun, pembayaran program jaring pengaman sosial, penerimaan dan pengawasan Tabanas Batara

e. System Online Payment Point (SOPP)
   Pembayaran tagihan listrik dan telepon,pembayaran angsuran kredit FIF,pembayaran kartu kredit ABN Amro, GE Finance, pembayaran tagihan pulsa pasca bayar telkomsel,satelindo, Matrik dan IM3, isi ulang pulsa telkomsel, IM3, smart.

f. Layanan benda pos filateli dan benda pihak ketiga

   Penjualan perangko, penjualan meterai, penjualan sampul, penjualan perangko prisma, penjualan akta agraria.

Operasional Konsep

Sikap di dalam penelitian ini adalah pernyataan pendapat atas pandangan seseorang yang berdasarkan pengalaman pernah dilihat, dirasakan dan dilakukan yang berkaitan dengan layanan yang terdapat pada PT Pos, sehubungan adanya perubahan layanan yang dulunya dilakukan dengan cara manual sekarang beralih ke sistem komputerisasi dan media internet online. Untuk menjawab permasalahan tersebut, maka dioperasionalkan pada:

a. kognitif (komponen perseptual), yaitu tingkat pengetahuan masyarakat tentang layanan PT Pos, produk layanan pos , pengetahuan layanan PT Pos berbasis komputer, bentuk layanan pos yang digunakan oleh masyarakat.

b. afektif (komponen emosional), yaitu sikap masyarakat tentang pelayanan Pos yaitu berupa penilaian apakah jasa layanan yang digunakan baik atau tidak dan memuaskan atau tidak.

c. konatif (komponen kecenderungan untuk perilaku, atau action component), yaitu apa yang akan dilakukan setelah memberikan penilain terhadap kepuasan terhadap layanan PT Pos, yaitu terhadap orang lain apakah akan merekomendasikan penggunakan layanan tertentu dan kepada dirinya apakah akan beralih atau tetap penggunakan produk layanan yang dipake selama ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian dilaksanakan dengan menggunakan teknik survei. Hasil penelitian diharapkan dapat memetakan atau gambaran keadaan layanan pos di lokasi penelitian.

Populasi penelitian adalah masyarakat didaerah penelitian, yaitu kota Banjarmasin, Makasar, Bandung dan Surabaya, dengan sampel masyarakat yang berusia 17 tahun

keatas sebagai pengguna layanan pos. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan random sampling dengan penyebaran kuesioner untuk menjaring persepsi masyarakat. Lokasi penelitian diambil, dengan pertimbangan, sebagai kota tempat pusat pemerintahan, dan mobilitas masyarakat tentu tinggi. Diharapkan dapat merespon pertanyaan secara logis.

Pengumpulan data studi ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dengan cara melakukan survey yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya. Responden adalah pengguna layanan kantor pos Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan sumber data lainnya, yang diperoleh dari internet. Analisis data dilakukan secara deskriptif analisis, dengan tabel frekuensi dan persentase.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

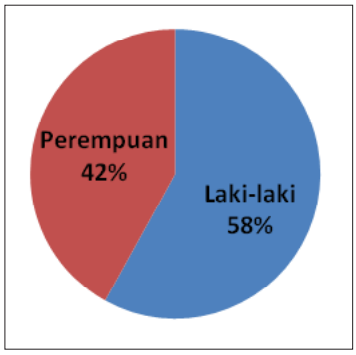
Identitas Responden

Responden yang dijaring dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dari empat lokasi yaitu Bandung, Surabaya, Makasar dan Banjarmasin. Masing-masing lokasi berjumlah 25 responden.

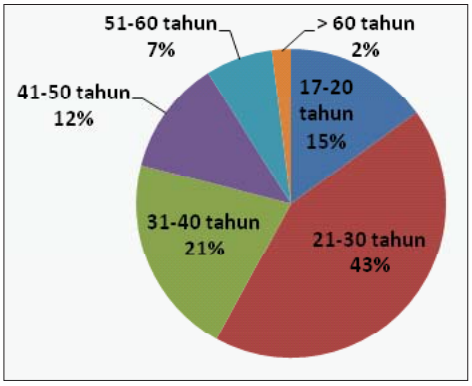
Dari gambaran responden dalam penelitian ini, jumlah laki-laki lebih banyak dari perempuan. Jumlah laki-laki 58% , sedangkan perempuan 42 %.

Usia responden ditunjukkan pada Gambar 2. Responden berusia antara 17-20 thn sebanyak 15 orang (15%), usia antara 21-30 thn sebanyak 43 orang (43%),usia antara 31- 40 thn sebanyak 21 orang (21%), usia antara 41-50 thn sebanyak 12 orang (12 %), usia antara 51-60 thn sebanyak 7 orang (7%), dan usia diatas 60 thn sebanyak 2 orang (2%).%). Responden berusia antara 17-20 thn sebanyak 15 orang (15%), usia antara 21-30 thn sebanyak 43 orang (43%),usia antara 31- 40 thn sebanyak 21 orang (21%), usia antara 41-50 thn sebanyak 12 orang (12 %), usia antara 51-60 thn sebanyak 7 orang (7%), dan usia diatas 60 thn sebanyak 2 orang (2%).Mayoritas responden berusia antara 21-30 thn.

Gambar 1. Jenis kelamin responden

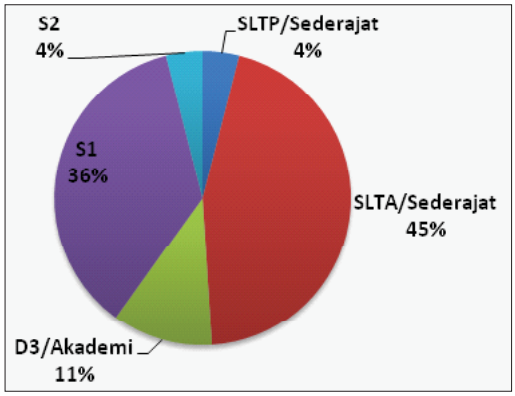


Gambar 2. Usia Responden



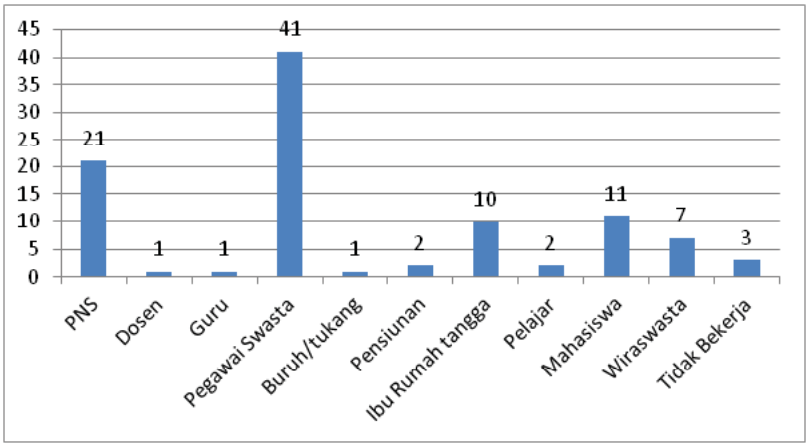
Sementara untuk jenjang pendidikan, Pendidikan responden antara lain SLTP/ sederajat sebanyak 4 orang (4%), SLTA/ sederajat sebanyak 45 orang (45%), D3/ Akademi sebanyak 11 orang (11%), Sarjana sebanyak 36 orang (36%) dan Pasca Sarjana /S2 sebanyak 4 orang (4%). Sedangkan tingkat pendidikan terbanyak adalah responden tingkat SLTA (45%) seperti ditunjukkan pada Gambar 3.

Gambar 3. Pendidikan responden

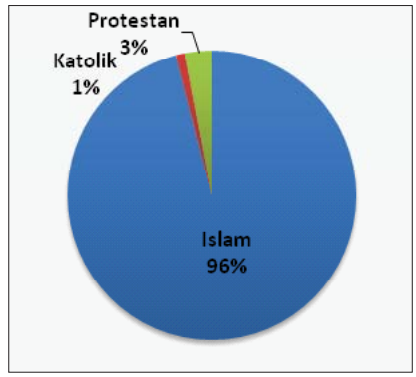


Sedangkan jenis pekerjaan responden meliputi PNS sebanyak 21 orang (21%), Dosen dan guru masing-masing 1 orang (2%) , Pegawai swasta sebanyak 41 orang (41%), Buruh/tukang sebanyak 1orang (1%), pensiunan sebanyak 2 orang (2%),Ibu Rumah Tangga sebanyak 10 0rang (10%), Pelajar sebanyak 2 orang (2%), Mahasiswa sebanyak 11 orang (11%),Wiraswasta sebanyak 7 orang (7%) dan tidak bekerja sebanyak 3 orang Paling banyak responden adalah pegawai swasta (41) dan PNS (21) seperti pada Gambar 4.

Gambar 4. Pekerjaan responden



Gambar 5. Agama



Dari gambar diatas, responden yang beragama Islam 96 orang (96%), Protestan sebanyak 3 orang (3%) dan yang beragama Katolik 1 orang (1%).

Responden umumnya telah menggunakan jenis layanan pos sebagaimana dijelaskan dalam tabel 1. Jenis layanan yang paling banyak digunakan adalah layanan pembayaran kredit rumah, dan kendaraan bermotor sebanyak 59 orang, rekening listrik, PAM dan telepon dilakukan oleh 52 orang, meterai sebanyak 50 orang.

Kondisi ini dikarenakan pembayaran melalui kantor pos lebih mudah dan cepat dan responden kebanyakan bekerja di swasta, tentunya banyak memerlukan meterai untuk keperluan usahanya, sedangkanyangtidak pernah atau sedikit yang menggunakan layanan pos adalah SMS Pos, pembelian tiket pesawat , wesel online.

Tabel 1. Jenis layanan yang digunakan

No	Uraian	Ya	Tidak	Jumlah
1	Kartupos	22	78	100
2	Kilat biasa	40	60	100
3	Kilat husus	33	67	100
4	Paket barang	34	66	100
5	Wesel online	6	94	100
6	Gaji pension	10	90	100
7	Kredit bank (SOPP)	36	64	100
8	Tiket pesawat	4	96	100
9	SMS Pos	3	97	100
10	Perangko	26	74	100
11	Meterai	50	50	100
12	Giro	8	92	100
13	Rekening Listrik,Telp,PAM	52	48	100
14.	Tabungan	10	90	100
15	Kredit rumah,kendaraan bermotor	59	41	100

Tabel 3 . Pengetahuan tentang jenis layanan pos berbasis komputer

No.	Jenis layanan	Mengetahui (%)	Tidak Mengetahui (%)	Jumlah
1	Penjualan perangko	91	9	100
2	Kartu pos	86	14	100
3	Penjualan meterai	95	5	100
4	Giro/cek	66	34	100
5	Pengiriman surat kilat biasa	88	12	100
6	Pengiriman surat kilat khusus	88	12	100
7	Pengiriman paket barang	90	10	100
8	Wesel	78	22	100
9	Pembayaran gaji pensiun	71	29	100
10	Pembayaran rekening (telepon,PAM,PLN, TV)	93	7	100
11	Pembayaran kredit bank,asuransi, kendaraan,rumah dll (SOPP)	75	25	100
12	Penjualan tiket pesawat	69	31	100
13	Ucapan selamat hari raya/hari-hari besar keagamaan (SMS Pos)	63	37	100
14	Layanan pinjaman dana bagi pensiunan	37	63	100
15	Pengiriman surat ke luar negeri (Ekspres Mail Service)	59	41	100

Tabel 2. Pengetahuan terhadap jenis layanan pos

No	Uraian	Mengetahui (%)	Tidak Mengetahui (%)	Jumlah
1	Kartu pos	60	40	100
2	Kilat biasa	68	32	100
3	Kilat khusus	71	29	100
4	Paket barang	64	36	100
5	Wesel on line	59	41	100
6	Pembayaran gaji pension	43	57	100
7	Pembayaran telepon,PAM,PLN	73	27	100
8	Kredit kendaraan,rumah,dll	62	38	100
9	Penjualan tiket pesawat terbang	33	67	100
10	Ucapan selamat pd hari raya keagamaan	50	50	100
11	Pengiriman surat ke luar negri (Ekspres mail service)	58	42	100
12	Pinjaman dana bagi pensiun	30	70	100

Aspek Kognitif

Pengetahuan Masyarakat Terhadap Jenis Layanan Pos baik yang tidak berbasis komputer maupun tidak dapat dilihat di tabel 2 dan 3. Dari tabel tersebut terlihat sebagian besar responden (80%) sudah mengetahui layanan yang terdapat pada PT Pos, seperti berbagai penjualan produk ataupun layanan pos seperti penjualan meterai, kartupos, perangko, dan berbagai jenis pengiriman barang,uang dengan bentuk wesel. beberapa faktor yang bisa mempengaruhi pengetahuan responden seperti usia responden yang masih muda, dan latar belakang pendidikan, 63% responden tidak mengetahui layanan pinjaman dana bagi pensiun.

Pengetahuan masyarakat terhadap jenis-jenis layanan pos berbasis komputer yaitu segala transaksi selain dengan cara manual juga dilakukan dengan komputer. Sebagian besar responden telah mengetahui adanya kegiatan atau transaksi yang dilakukan melalui komputer, seperti kilat khusus, pembayaran rekening listrik, telepon, PAM. sedangkan yang belum mengetahui bahwa sebagian layanan PT Pos dilakukan telah bebasis komputer terlihat pada tabel diatas, yaitu responden yang belum mengetahui layanan

pos diatas 50 % adalah pembayaran gaji pensiun, penjualan tiket pesawat terbang sebesar 63% ,semua ini mungkin kurangnya sosialisasi dari kantor pos ,atau penjualan tiket melalui kantor pos kurang diminati masyarakat. dan pinjaman bagi pensiun sebesar 70% .Ini maklum karena responden pengguna pos adalah rata2 berusia 20-31thn., dan pekerjaan mereka adalah swasta.

Tabel 4. Sikap responden terhadap layanan pos

No	Uraian	TB	KB	CB	B	SB
1	Informasi yg diberikan petugas sesuai dengan kebutuhan saya	5	7	40	42	6
2	Petugas menangani keluhan/masalah pelanggan dengan sigap cepat & tepat	3	12	44	34	7
3	Petugas melayani saya dengan sopan,ramah	2	6	36	43	13
4	Waktu tempuh surat (dari pengiriman sampai penerimaan)	1	9	55	33	2
5	Pengetahuan petugas ttg produk layanan pos	4	5	40	44	7
6	Kemampuan petugas memakai peralatan komputer	6	3	39	44	8
7	Tarif surat	2	14	40	33	2
8	Keamanan surat	-	6	31	37	6
9	Penjelasan petugas kepada masyarakat ttg fasilitas & layanan pos	6	13	33	41	7
10	Jaminan pengiriman surat/dokumen oleh PT Pos	-	13	41	40	6
11	Informasi tarif surat yang didapat dari PT Pos	4	10	45	34	7
12	Layanan pembayaran pensiun	3	4	47	43	3
13	Layanan keuangan online (kredit, tabungan , PLN,PAM	-	4	53	39	4
14 .	Promosi produk Pos ke masyarakat	7	22	34	35	2
15	Waktu layanan	2	11	36	44	7
16	Kondisi kantor pos yg baik	1	11	39	36	13

Keterangan:
TB = Tidak Baik
KB = Kurang Baik
CB = Cukup Baik
B = Baik
SB = Sangat Baik

Aspek Afektif

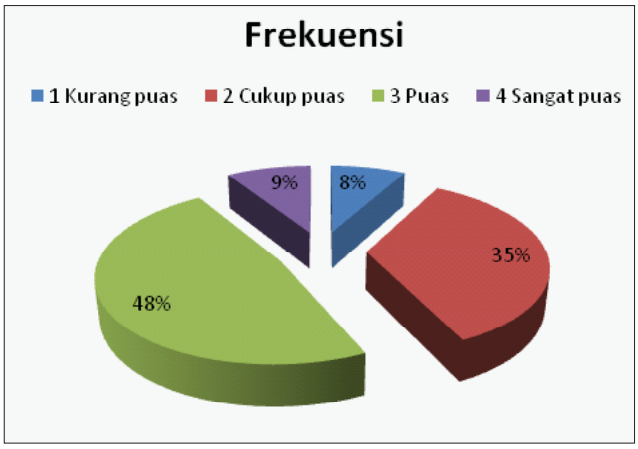
Aspek afektif atau sikap merupakan terlihat dari penilaian responden terhadap jasa layanan pos apakah baik atau tidak dan apakah memuaskan atau tidak sebagaimana dikemukakan dalam tabel 4 dan gambar 6.

Dari hasil penelitian terlihat bahwa menurut responden mengenai kualitas layanan pos diantaranya yaitu informasi yang diberikan petugas sesuai dengan kebutuhan, sebanyak 42 responden mengatakan sudah baik, petugas yang menangani keluhan pelanggan dengan sigap, menurut 44 responden mengatakan cukup baik, waktu tempuh surat menurut 55 responden cukup baik, ,pengetahuan petugas ttg produk layanan pos sebanyak 44 respoden mengatakan baik, kemampuan petugas memakai peralatan komputer ,sebanyak 44 responden mengatakan baik, tarif surat dikatakan cukup baik dikatakan oleh 40 responden,keamanan surat menurut 37 responden baik, penjelasan petugas kepada masyarakat ttg fasilitas dan layanan pos menurut 41 responden mengatakan baik,jaminan pengiriman surat oleh PT Pos 41 responden mengatakan cukup baik, sedangkan informasi tarif surat dari PT Pos sebanyak 45 responden mengatakan cukup baik, layanan pembayaran pensiun 47 responden mengatakan cukup baik,layanan keuangan online 53 responden mengatakan cukup baik,promosi produk ke masyarakat sebanyak 35 responden mengatakan baik,waktu layanan pos sudah baik menurut 44 responden. Petugas melayani dengan ramah dikatakan oleh 13 responden adalah sangat baik. Dengan demikian kualitas layanan pos menurut responden selama ini sudah dikatakan cukupbaik, ada sebagian yang mengatakan baik pada jenis-jenis layanan tertentu sehingga PT Pos harus dapat mempertahankan kinerjanya yang sudah baik yang selama ini dilakukan terhadap masyarakat.

Pada Gambar 6 adalah sejauh mana pendapat responden terhadap kepuasan layanan yang ada di PT Pos, terlihat bahwa tingkat kepuasan pelanggan dari petugas pos dalam melayani pelanggannya, 48 % responden menyatakan puas, cukup puas 35%, sangat puas 9 % dan kurang puas 8%. Tingkat kepuasan berhubungan

dengan kualitas layanan yang diberikan keramah tamahan, tanggung jawab dalam menjalankan tugasnya didukung kondisi kantor yang cukup baik. Sedangkan bagi yang kurang puas bisa terjadi karena pelayanan yang didapat tidak berkenan atau suasana yang tidak mendukung seperti panas karena banyaknya pengunjung atau faktor lainnya. Hal ini wajar karena tingkat kepuasan berada pada masing-masing individu

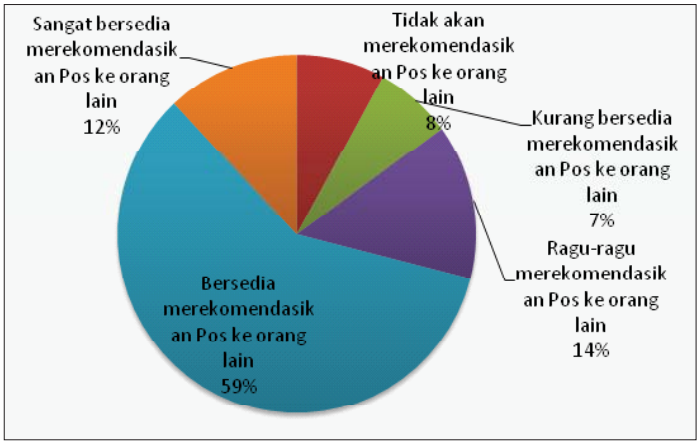
Gambar 6. Tingkat kepuasan terhadap layanan pos



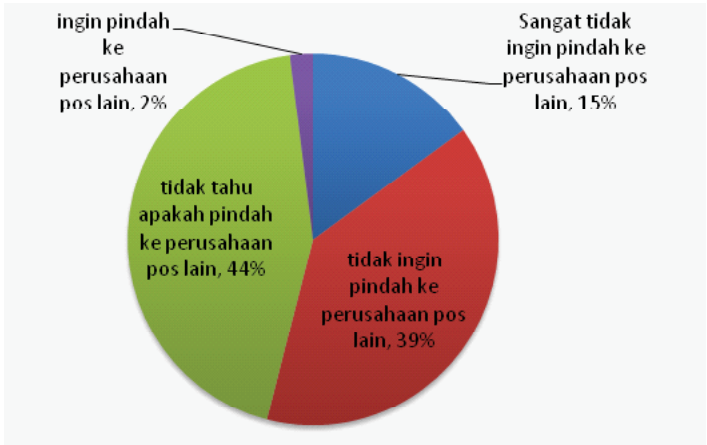
Aspek Konatif

Setelah memberikan penilaian puas atau tidak responden menyatakan kecenderungan tindakan (konatif) terhadap orang lain dan dirinya sebagaimana dikemukakan dalam gambar 7 dan 8.

Gambar 7. Rekomendasi Tentang Layanan Pos



Gambar 8. Harapan Responden



Disebutkan bahwa responden menyatakan bersedia merekomendasikan pos ke orang lain sebanyak 59 responden (59%), ragu-ragu merekomendasikan pos ke orang lain sebanyak 14 responden, (14%) sangat bersedia merekomendasikan pos ke orang lain 12 responden (12%), kurang bersedia merekomendasikan pos ke orang lain 7 responden (7%), dan tidak akan merekomendasikan pos ke orang lain sebanyak 8 responden (8%).

Dengan kepuasan yang diperoleh dari pos, responden bersedia merekomendasikan

ke orang lain, walaupun ada responden yang tidak bersedia merekomendasikan ke orang lain.

Secara umum terhadap pelayanan pos yang telah diberikan oleh PT. Pos Indonesia, responden menyatakan sangat tidak ingin pindah ke perusahaan pos lain sebanyak 15 responden (15%), tidak ingin pindah sebanyak 39 responden (39%), responden yang mengatakan tidak tahu akan pindah ke perusahaan lain sebanyak 44 responden (44%), dan yang ingin pindah ke perusahaan lain hanya 2 responden (2%).

Hal tersebut, responden masih ragu akan layanan pos kedepannya, apakah semakin baik atau tidak, sedangkan responden yang tidak ingin pindah atau sangat tidak ingin pindah berpendapat bahwa responden tersebut sudah mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari keseluruhan sampel yang diteliti berjumlah seratus responden, tingkat pengetahuan responden tentang layanan pos sebagian besar sudah mengetahui layanan yang terdapat pada PT Pos baik yang manual maupun yang berbasis komputer sebanyak 63% responden tidak mengetahui adanya layanan yang dilakukan pos, yaitu tentang pinjaman dana bagi pensiun.

Responden yang berpendidikan SLTA 45%, 31% berpendidikan sarjana dan selebihnya S2 dan SLTP. sedangkan pekerjaan responden mayoritas pegawai swasta. Sikap masyarakat terhadap layanan pos yang diberikan PT Pos cukup baik dilihat dari sisi aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Dengan adanya kualitas layanan pos yang baik maka responden bersedia memberikan referensi kepada orang lain agar menggunakan jasa layanan pos karena layanan pos selain, cepat aman dan murah. Layanan pos oleh PT. Pos Indonesia cukup luas jangkauannya tidak hanya di dalam negeri namun sudah memberikan layanan ke mancanegara.

Saran

Layanan yang ramah, seperti menyapa kepada pengguna, selalu tanggap terhadap keluhan masyarakat dan infrastruktur yang mendukung, merupakan salah satu upaya yang penting untuk meningkatkan lagi layanan posnya .Selain itu untuk mempertahankan pelayanan yang sudah baik kepada masyarakat PT Pos hendaknya meningkatkan mutu pegawai atau SDM PT Pos melalui diklat-diklat, seminar dan pelatihan lainnya guna mempertahankan / meningkatkan kualitas layanan yang sudah ada.

Mempromosikan jasa/produknya kepada masyarakat untuk lebih mengetahui dan mengenal pos, menyediakan info lowongan pekerjaan untuk menarik minat masyarakat datang ke kantor pos. Memperbanyak jumlah unit pos untuk lebih mudah dijangkau oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Gerungan, W. A. 1996. *Psikologi Sosial*. (edisi kedua). Bandung : PT Refika

Kementerian Kominfo RI. Telematika Indonesia, *Kebijakan dan Perkembangan Tim Koordinasi Telematika Indonesia* (TKTI), hal.69, 2004

Menteri Komunikasi & Informatika.2007 *Rencana Strategi Pelaksana Layanan Pos*. Universitas Jakarta

Rahmat, Jalaluddin. 2000. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Tubbs, Steward L dan Sylvia Moss.2001. *Human Communication*.Terjemahan Deddy Mulyana.Bandung: Remaja Rosdakarya.

Walgito, Bimo.2004. *Pengantar Psikologi Umum*.Yogyakarta: Andi

WIS Poerwadarminta.2005. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Pusat dan Pengembangan Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta :Balai Pustaka

Umar, Aditama Husein. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, 2003,hal.3.

Undang-Undang No. 6 thn 1984, tentang Pos

Undang-undang No. 38 thn 2009, tentang Pos

Sumber Lain

www.wikipedia.org/wiki/Sikap diakses 31-1-2012

hhtp://teorionline.wrdpress.com/2010/02/01/sikap-pada-pekerjaan/ (akses 31-01-2012)

PENGUJIAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE* MODEL PADA PUSAT LAYANAN INTERNET KECAMATAN

Anton Susanto

Calon Peneliti pada Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Badan Litban SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Abstract

This research utilises a portion of Technology Acceptance Model (TAM) model and combines with service quality dan satisfaction, like what have been done by Kumar et all (2007) when developing e-government adoption framework. Tool of analysis is Structural Equation Model (SEM) using Part Least Square (PLS). Data have been collected purposively using questioner to 135 internet user of Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) in some region in Indonesia. This study found that perceive ease of use and satisfaction appear very highly significant affecting acceptance and use of PLIK. In otherwise, the satisfaction factor is higlhly influenced by service quality being given by Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) as service institution.

Key word: Technology Acceptance Model (TAM), Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK)

Abstrak

Penelitian ini menggunakan bagian dari model TAM yang dikombinasikan dengan kualitas layanan dan kepuasaan pengguna, seperti yang dikembangkan oleh Kumar dkk (2007) ketika membangun framework adopsi e-government. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan teknik pemodelan Part Least Square (PLS). Data dikumpulkan melalui survey dengan kuesioner yang disebarkan ke 135 pengguna internet pada Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) di beberapa daerah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceive Ease Of Use) dan Kepuasan Pengguna merupakan faktor yang sangat signifikan mempengaruhi penerimaan dan penggunaan PLIK oleh masyarakat. Disamping itu, hasil penelitian juga membuktikan kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan PLIK sebagai sebuah entitas yang memberikan jasa/layanan.

Kata Kunci: Technology Acceptance Model (TAM), Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK)

PENDAHULUAN

Program pembangunan Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) secara filosofis tidak berbeda jauh dengan berbagai upaya pemerintah untuk mengurangi kesenjangan informasi di wilayah-wilayah pedesaan dan perbatasan, melalui proyek *Universal Services Obligation* (USO), seperti: Desa Berdering, Desa Pinter, Desa Informasi, *Community Access Point* (CAP) dan versi mobile-nya (M-CAP), Warung Masyarakat Informasi (Warmasif) dan lainnya. Dalam implementasinya, upaya mengurangi kesenjangan digital tersebut, dihadapkan beberapa masalah. Ariyanti (2010) menemukan adanya penempatan lokasi layanan *Universal Service Obligation* (USO) di Purwakarta, baik berupa layanan telepon umum maupun internet publik yang tidak strategis. Yourdan (2010) juga menemukan ketidakkonsistenan antara tujuan pelaksanaan dan implementasi dari USO Telekomunikasi di Bengkulu, dimana telepon atau layanan internet publik sekarang telah beralih fungsi menjadi seperti milik pribadi. Belajar dari berbagai kelemahan yang terdapat dalam berbagai program yang sudah berjalan, maka perlu kiranya sebuah analisis yang komprehensif untuk melihat efektivitas program Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) yang baru berjalan pada tahun 2010.

Pusat Layanan Internet Kecamatan, yang selanjutnya disebut PLIK, adalah pusat sarana dan prasarana penyediaan layanan jasa akses internet di ibukota kecamatan yang dibiayai melalui dana kontribusi Kewajiban Pelayanan Universal Telekomunikasi. Sesuai dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor : 19/ per/M.Kominfo / 12 / 2010, Penyediaan Jasa akses internet pada Wilayah Pelayanan Universal Telekomunikasi (WPUT) Internet Kecamatan dilaksanakan melalui penyediaan PLIK di ibukota kecamatan, yang terdiri dari:

a. PLIK yang bersifat tetap; dan

b. PLIK yang bersifat bergerak.

PLIK yang bersifat tetap adalah Pusat Layanan Internet Kecamatan yang ditempatkan secara tetap di WPUT Internet Kecamatan. Sedangkan, PLIK yang bersifat bergerak adalah Pusat Layanan Internet Kecamatan yang memiliki kemampuan berpindah tempat (*mobile*) untuk menjangkau masyarakat yang belum terjangkau oleh Layanan PLIK yang bersifat tetap di WPUT Internet Kecamatan.

Secara teknis, layanan internet kecamatan ini memiliki standar kualitas yaitu: kecepatan transfer data (*throughput*) sekurang-kurangnya sebesar 256 Kbps (*downlink*) dan 128 Kbps (uplink), *latency* maksimal 750 ms dan packet loss maksimal 2%. Disamping itu, untuk menjamin tersedianya akses dan *sustainability* maka akan dilakukan pengembangan sebuah sistem, yang disebut dengan Sistem Informasi Manajemen dan Monitoring Layanan Internet Kecamatan (SIMMLIK). SIMMLIK ini merupakan sistem informasi manajemen dan monitoring PLIK yang dioperasikan oleh Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BPPPTI), Kemkominfo yang berfungsi sebagai sistem penyediaan akses internet, sistem monitoring dan manajemen perangkat serta jaringan internet dan juga pusat manajemen distribusi konten.

Penyelenggaraan PLIK telah mulai dijalankan pada tahun 2010 melalui kerjasama Kemkominfo dengan Penyelenggara Jasa Telekomunikasi yang telah ditunjuk melalui proses lelang, yaitu: PT. *Jastrindo* Dinamika untuk wilayah Bengkulu, Jambi, Riau, Babel, Sumatera Selatan, Sumatera Barat, Lampung, Jawa Timur; *PT*. Sarana Insan Muda Selaras (*SIMS) untuk wilayah Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta; PT Lintasarta untuk wilayah, Maluku, Maluku Utara,*

Papua, Papua Barat, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Bali, NTB dan NTT dan PT Telkom untuk wilayah NAD, Sumatera Utara, Gorontalo, Sulawesi Tengah, Sulawesi Utara, Sulawesi Barat, Sulawesi Selatan dan Sulawesi Tenggara. Wilayah kecamatan yang menjadi target program PLIK ini berjumlah 5748 unit yang tersebar di seluruh provinsi.

Dengan memperhatikan berbagai hal tersebut, maka penelitian ini mencoba menguji model *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi penerimaan dan pemanfaatan masyarakat lokal terhadap layanan internet yang diberikan oleh PLIK. Penerimaan masyarakat terhadap PLIK paling tidak dapat dilihat dari dua hal, yang pertama penerimaan masyarakat terhadap internet sebagai sebuah teknologi dan PLIK sebagai entitas yang memberikan jasa layanan. Internet sebagai sebuah teknologi tentunya memiliki unsur-unsur ketertarikan dan ketidaktertarikan tersendiri bagi penggunanya, apalagi bagi pengguna yaitu masyarakat lokal yang relatif masih baru mengenal teknologi tersebut. Disamping itu, PLIK sebagai sebuah entitas layanan jasa internet juga harus dilihat dalam dimensi kualitas jasa yang diberikan kepada masyarakat. Disamping itu, penelitian ini juga mencoba untuk menjawab upaya-upaya apa yang dapat dilakukan dalam rangka peningkatan penerimaan masyarakat terhadap PLIK.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIK

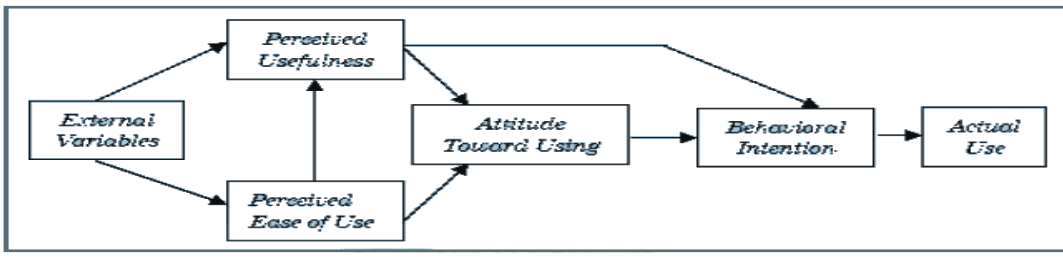
Technologi Acceptance Model (TAM)

TAM (*Technology Acceptance Model*) pertama sekali diperkenalkan oleh Davis dkk. pada tahun 1986. TAM merupakan pengembangan dari dari TRA (*Theory of Reasoned Action*), yaitu suatu model penilaian penerimaan teknologi yang mengidentifikasi tingkat penerimaan individu terhadap suatu teknologi. Berdasarkan model TRA, maka keputusan yang dilakukan individu untuk menerima suatu teknologi merupakan tindakan sadar yang dapat diprediksi melalui niat perilakunya.

Terdapat dua konstruk utama dalam model TAM, yaitu: persepsi terhadap keguanaan (*perceived usefullness*) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Pengguna suatu teknologi akan mempunyai niat untuk menggunakan suatu teknologi jika merasa sistem/teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Dan teknologi akan benar-benar digunakan jika pertama teknologi tersebut mudah digunakan. Berikut Gambar yang menunjukkan model dasar teori TAM yang dikembangkan Davis. dkk pada tahun 1989.

Dari Gambar 1, dapat dilihat bahwa Tingkat Penerimaan Pengguna Teknologi Informasi (Information Technology Acceptance) ditentukan oleh lima faktor,

Gambar 1. Model Dasar Technology Acceptance Model



yaitu Persepsi Pengguna terhadap Kemudahan dalam Menggunakan Teknologi (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Pengguna terhadap manfaat/ Kegunaan Teknologi (*Perceived Usefulness*), Sikap Pengguna terhadap Penggunaan Teknologi (*Attitude Toward Using*), Kecenderungan Perilaku (*Behavioral Intention*), dan Pemakaian Aktual (*Actual Usage*).

a. *Perceived Ease of Use* (PEU)

Perceived Ease of Use (Persepsi kemudahan penggunaan) dapat didefinisikan sebagai tingkatan di mana user percaya bahwa teknologi/ sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi merupakan suatu keyakinan yang akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Jika individu percaya bahwa suatu teknologi itu mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya, begitupun juga sebaliknya jika individu percaya bahwa suatu teknologi itu tidak mudah digunakan, maka dia tidak akan menggunakannya.

Menurut Davis (1986) dalam Jogiyanto (2008), terdapat 6 (enam) item yang membentuk konstruk *Perceived Ease of Use* (PEU), yaitu:

1. Kemudahaan dalam mempelajari teknologi/sistem (*Ease of Learn*)
2. Kemampuan mengontrol sistem/ teknologi (*controllable*)
3. Suatu sistem/teknologi jelas dan mudah dipahami (*Clear & Understandable*)
4. Fleksibilitas sistem/teknologi
5. Kemudahaan untuk menjadi mahir (*Ease to become skillfull*)
6. Kemudahan untuk digunakan

b. *Perceived Usefulness* (PU)

Perceived Usefulness (Persepsi Kemanfaatan) didefinisikan sebagai tingkatan di mana *user* percaya bahwa dengan menggunakan teknologi/ sistem akan meningkatkan kinerja dalam pekerjaan. PU juga merupakan suatu bentuk kepercayaan yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Ini berarti bahwa jika seseorang merasa bahwa menggunakan sustu teknologi akan bermanfaat, maka dia akan menggunakannya. Begitupun juga sebaliknya, jika suatu teknlogi dipercaya tidak memberikan manfaat maka teknologi tersebut tidak akan digunakan.

Terdapat 5 (lima) item yang membentuk konstruk PU menurut Davis (1986) dalam Jogiyanto (2008), yaitu dengan adanya teknologi, maka akan:

1. Pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat (*Work more quickly*)
2. Adanya peningkatan kinerja (*Job performance*)
3. Meningkatkan produktivitas (*Increase productivity*)
4. Meningkatkan efektivitas (*Effectiveness*)
5. Membuat pekerjaan semakin mudah (*Makes Job easier*)
6. Memberikan manfaat (*usefull*)

c. *Attitude Toward Using* (ATU)

Attitude Toward Using (Sikap terhadap Penggunaan) di dalam TAM dikonsepkan sebagai perasaan-perasaan postif atau negatif dari seseorang jika harus menggunakan suatu teknologi. ATU juga dapat dilihat sebagai suatu bentuk evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan suatu sistem/teknologi.

d. *Behavioral Intention* (BI)

Behavioral Intention (Niat Perilaku) adalah suatu keinginan/niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa niat perilaku merupakan prediksi yang baik daripenggunaan suatu teknologi oleh pemakai. Artinya seseorang akan mengggunakan suatu sistem/ teknologi, jika dia mempunyai niat untuk menggunakannya.

e. *Actual Usage* (AU)

Actual Usage (Pemakaian Aktual) adalah kondisi nyata penggunaan teknologi. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Pengukuran terhadap kualitas jasa telah banyak dilakukan dengan berbagai alat ukur. Rangkuti (2006) mengukur kualitas jasa dari persepsi pelanggan terhadap lima dimensi jasa, yaitu: *Responsiveness* (tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti langsung), *Emphaty* (peduli) dan *Reliability* (keandalan).

Parasuraman dkk. (1988) telah mengembangkan model skala pengukuran persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang disebut SERVQUAL. Dimensi yang diukur dalam SERVQUAL adalah bentuk layanan nyata (*tangible*), keandalan (*reliability*), tingkat respon (*responsiveness)*, adanya jaminan (*assurance)* dan rasa empati (*empathy*). Pengukuran kualitas layanan juga dibagi dalam 5 faktor utama, yaitu: jasa yang diberikan, aspek manusia, sistemasi penyajian/penyampaian layanan, layanan yang dirasakan dan tanggung jawab sosial (Sureschander dkk., 2002).

Secara sederhana, Cronin dan Taylor (1992) mengukur persepsi kualitas layanan dengan menggunakan tiga indikator evaluasi, yaitu: harapan (*expectation*,), kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*). Dalam konteks kualitas teknologi, Dabholkar (1996) telah menjabarkan kualitas teknologi yang diukur dari ekspektasi terhadap kualitas kecepatan, kemudahan penggunaan, keandalan, kenikmatan yang akan diperoleh, pengalaman sebelumnya, kebutuhan interaksi personal.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu, harapan terhadap kinerja suatu produk/layanan dan kenyataan yang dia terima setelah menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk/jasa. Pengguna akan puas jika kinerja produk/ jasa sama dengan atau lebih besar dari harapan yang semula diinginkan. Rangkuti (2006) mendefinisikan kepuasan terhadap suatu jasa dengan membandingkan antara tingkat kepentingan sebelum menggunakan jasa dengan hasil persepsi pelanggan terhadap jasa tersebut setelah pelanggan merasakan kinerja jasa tersebut.

Kepuasan merupakan salah bentuk perilaku yang tentunya tidak mudah diikur. Namun demikian, untuk merunut munculnya perilaku, maka didapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku tersebut. Santoso (2006) menyebutkan terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku, yaitu: faktor eksternal, seperti kebudayaan, kelompok referensi dan lainnya. Dan juga faktor internal yang mempengaruhi perilaku, yaitu: persepsi, pembelajaran, sikap, motivasi, konsep diri dan sebagainya. Oleh karena itu dalam perkembangannya riset perilaku konsumen cenderung mengarah ke riset tentang sikap (*attitude*).

Oliver (1999) mengukur kepuasan pelanggan melalui persepsi terhadap pemenuhan layanan yang diinginkan konsumen.. Sedangkan Shanker dkk. (2003) membagi kepuasan kedalam kepuasan transaksional (*transactional satisfaction*) dan kepuasan secara keseluruhan (*overall satisfaction*). *Transactional satisfaction*

merupakan kepuasan yang dirasakan saat dan setelah transaksi yang akan menimbulkan pengalaman yang positif (dalam Kumar dkk., 2007).

Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan suatu metode statistik yang komprehensif, karena merupakan gabungan antara analisis faktor dengan model persamaan simultan melalui analisis jalur (Ghozali, 2008). Oleh karena itu, SEM dapat melakukan pengujian terhadap hipotesis yang berkaitan dengan jumlah faktor dan nilai loadingnya, sekaligus dapat melakukan estimasi pengaruh langsung tidak langsung dan pengaruh total antar variabel. SEM seringkali digunakan untuk menguji suatu model yang dikembangkan berbasis teori.

Berikut beberapa konsep yang berlaku di dalam SEM :

1. Variabel Terukur (*Measured Variable*)
   Variabel terukur adalah konsep abstrak yang langsung dapat diukur melalui instrumen-istrumen penelitian. Variabel ini disebut juga *observed variables*, *indicator variables* (variabel indikator), atau *manifest variables* (variabel manifes), digambarkan dalam bentuk segi empat atau bujur sangkar
2. Faktor
   Faktor adalah sebuah variabel bentukan, yang dibentuk melalui indikator-indikator yang diamati dalam dunia nyata. Karena ia merupakan variabel bentukan, maka disebut Variabel Laten (*Latent Variables*). Atau dengan nama lain *constructs* atau *unobserved variables*. Faktor atau Konstruk atau Variabel Laten ini diGambarkan dalam bentuk diagram lingkar atau oval atau elips.

Sedangkan tahapan pemodelan SEM dilakukan melalui langkah-langkah meliputi: Membuat sebuah Model SEM (*Model Specification*) berbasiskan teori; Menyiapkan desain penelitian dan pengumpulan data ; Identifikasi model (*Model Identification*) dan Menguji model (*Model Testing*)

Status Kemutakhiran Penelitian

Penelitian tentang penerimaan terhadap teknologi telah banyak diimplementasi dalam berbagai teknologi termasuk internet. PLIK sebagai suatu bentuk telecenter yang berada di lokasi pedesaan atau terpencil, maka untuk melihat sejauh mana penerimaan masyarakat terhadap PLIK harus dilihat dari dua sisi. Pertama, penerimaan masyarakat terhadap internet artinya jika masyarakat lokal sudah menerima teknologi internet, maka penerimaan terhadap entitas yang menawarkan layanan internet tentunya juga akan tinggi. Sedangkan yang kedua adalah penerimaan masyarakat terhadap PLIK sebagai entitas pemberi layanan yang dapat diukur dari persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan PLIK.

Penelitian sebelumnya tentang penerimaan internet telah dilakukan oleh Gardner dan Amoroso (2004) dengan mengembangkan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan variabel eksternal berupa gender, pengalaman, kerumitan dan kesukarelaan. Dengan model TAM, Studi penerimaan internet juga dilakukan Darsono (2005) yang menekankan pengaruh keyakinan-sendiri komputer (*computer self-efficacy)* sebagai variabel perbedaan individu yang akan mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi internet (Jogiyanto, 2008).

Sedangkan beberapa penelitian sebelumnya yang menambahkan variabel kepuasan dalam analisis penerimaan/adopsi

suatu teknologi telah dilakukan oleh Kumar dkk. (2007) yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan e-government oleh masyarakat. Penelitian Kumar dkk. (2007) mencoba menggabungkan dimensi individu, sistem dan layanan yang diberikan dalam *e-government*. Dimensi individu diukur melalui karakteristik individual berupa persepsi resiko, persepsi kontrol terhadap internet dan dimensi sistem diukur melalui persepsi kemudahan dan manfaat dari website e-government. Sedangkan dimensi layanan dilihat dari pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap *e-government*.

Colesca dan Liliana (2009) juga mengembangkan model penerimaan *e-government* dengan memasukan variabel kepuasan yang dipengaruhi oleh persepsi kualitas layanan *e-government* di Romania. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi kualitas mempengaruhi kepuasan yang berakibat pada penerimaan masyarakat terhadap *e-government*. Seen dkk. (2006) juga telah mengembangkan suatu model penerimaan sistem informasi dengan berbasiskan beberapa teori seperti model *Information System Success* (ISS) Dleon dan McLean (2003). Model yang dikembangkan Seen dkk (2006) disebut dengan model *Information System Acceptance* (ISA) yang telah mengintegrasikan beberapa faktor seperti: karakteristik software, proses implementasi, penggunaan sistem, kepuasan pengguna dan outcome dari sistem.

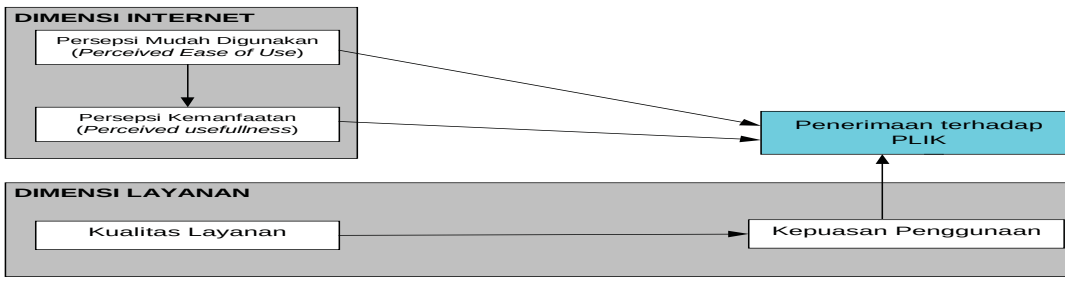
Pengembangan Model Penelitian

Layanan internet yang disajikan oleh Pusat Layanan Internet Kecamatan, merupakan sebuah bentuk layanan yang terkait dengan penerimaan individu terhadap internet sebagai suatu teknologi dan juga penerimaan individu terhadap kualitas layanan internet yang diberikan. Berdasarkan konsep TAM dan Kualitas Layanan, penelitian ini mencoba untuk mengembangkan kerangka berpikir yang cocok untuk melihat penerimaan PLIK oleh masyarakat. Berikut kerangka berpikir yang diajukan:

PLIK sebagai bentuk layananan internet kepada masyarakat, tentunya harus dilihat dari dua sisi, yaitu PLIK dengan internet sebagai teknologi baru bagi masyarakat dan juga PLIK dengan layanannya sebagai sebuah bentuk jasa kepada masyarakat. Dengan melandaskan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba menganalisis faktor –faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memanfaatkan PLIK sebagai media baru berupa internet dan juga bentuk layanan jasa.

Internet sebagai suatu teknologi dilihat dari persepsi masyarakat terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan dari internet. Dua variabel tersebut, penting dianalisis karena Program PLIK memang ditujukan kepada masyarakat lokal, bahkan masyarakat desa yang relatif masih melihat internet sebagai media/teknologi baru. Sedangkan aspek layanan jasa

Gambar 2. Pengembangan Kerangka Konseptual Penelitian



yang diberikan oleh PLIK sebagai sebuah organisasi bisnis yang bergerak dibidang jasa internet. Persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan jasa yang diberikan PLIK menjadi sangat penting dianalisis untuk melihat penerimaan dan pemanfaatannya

Persepsi masyarakat terhadap internet, dilihat lebih jauh lagi pada aspek kemanfaatan (kegunaan) dan aspek kemudahan penggunaan. Masyarakat akan mengakses internet tentunya didasarkan pada manfaat yang diperoleh dari teknologi internet dan juga kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut. Semakin besar nilai manfaat yang dirasakan dengan adanya teknologi maka masyarakat akan semakin menerima kehadiran teknologi tersebut. Dan semakin mudah digunakannya suatu teknologi maka akan semakin mudah pula orang untuk menggunakan teknologi dan bahkan akan terjadi keberlanjutan penggunaan atau yang sering disebut dengan istilah adopsi teknologi.

Persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan jasa tentunya akan berpengaruh terhadap penerimaan masyarakat terhadap layanan jasa yang diberikan. PLIK sebagai entitas yang memberikan jasa internet tentunya akan diterima oleh masyarakat jika terdapat persepsi kualitas layanan jasa yang bersifat positif. Kualitas layanan jasa tersebut dapat dilihat dari kualitas teknis, baik yang berupa persepsi terhadap kecepatan/*bandwith* internet, kualitas tampilan gambar, dan lainnya. Sedangkan kualitas layanan lebih dilihat dalam bentuk layanan yang bersifat *lay out*/ tata ruang dan lokasi, *personal services*, promosi, harga dan lainnya.

Operasionalisasi Variabel

Berikut operasionalisasi variabel laten yang terdapat dalam penelitian:

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model penelitian tersebut, terdapat 5 (lima) hipotesis Model Penerimaan PLIK yang akan diuji pada masing-masing model penerimaan, yaitu:

H1 : Persepsi Mudah Digunakan (PEU) berpengaruh terhadap Persepsi Kemanfatan (PU)

H2. Persepsi Mudah Digunakan (PEU) berpengaruh terhadap Penerimaan PLIK (AD)

H3 : Persepsi Kemanfatan (PU) berpengaruh terhadap Penerimaan PLIK (AD)

H4 : Kualitas Layanan (SQ) berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna (ST)

H5 : Kepuasan Pengguna (ST) berpengaruh terhadap Penerimaan PLIK (AD)

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator Variabel	Referensi
Persepsi Mudah Digunakan (Perceived Ease of Use)	PEU1-Kemudahan untuk mendapatkan yang dibutuhkan melalui internet PEU2- Interaksi dengan internet itu jelas dan mudah dipahami PEU3- Kemudahan untuk menjadi mahir berinternet PEU4-Kemudahan mempelajari internet PEU5- Fleksibilitas internet PEU6-Saya menemukan bahwa internet mudah digunakan	Davis (1989) Gardner dan Amoroso (2004)
Persepsi Kemanfaatan (perceived usefulnes)	PU1- Tugas/pekerjaan lebih cepat selesai PU2- Peningkatan kinerja pribadi PU3- Peningkatan produktivitas PU4- Peningkatan efektivitas pekerjaan/tugas PU5- Membuat pekerjaan lebih mudah PU6- Internet bermanfaat dalam pekerjaan/sekolah	Davis (1989) Gardner dan Amoroso (2004)
Kualitas Layanan	SQ1- Kecepatan akses dan kualitas komputer SQ2- Interaksi personal dengan petugas SQ3- Ketersediaan fasilitas pendukung (printer, multimedia, meja, tempat duduk) SQ4- Tanggung jawab sosial berupa pelatihan/sosialisasi SQ5- Ekspektasi terhadap tarif/harga SQ6- Kondisi Letak/Posisi PLIK SQ7- Kestabilan akses dari sistem (dukungan supply listrik)	Dabholkar (1996) Sureschander et al. (2002) Tambahan Tambahan
Kepuasan Pengguna	ST1- Kepuasan terhadap kualitas konputer dan keceptan akses ST2- Kenyamanan terhadap letak PLIK ST3- Kepuasan terhadap tarif/harga yang ditetapkan ST4- Kepuasan terhadap layanan non teknis (Layanan petugas, kesopanan, informatif) ST5- Kepuasan secara keseluruhan	Shanker et al., 2003
Penerimaan terhadap PLIK	AD1- Kemauan untuk menggunakan AD2- Rencana untuk menggunakan AD3- Dukungan terhadap keberadaan PLIK	Gilbert and Balestrini (2004) Carter and Bélanger (2005) Tambahan

METODOLOGI PENELITIAN

Penentuan Sampel dan Pengumpulan Data

Karena tidak tersedianya data yang pasti tentang pengguna PLIK, maka sampel dari penelitian ini ditentukan secara *cluster sampling*. Lokasi PLIK ditentukan agar dapat mewakili lokasi PLIK di Jawa dan Luar Jawa. Sampel adalah masyarakat yang pada saat dilakukan survei sedang atau telah menggunakan layanan jasa internet yang diberikan oleh PLIK. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar ke beberapa pengguna PLIK di 6 (enam) Provinsi, yaitu: Jawa Barat, DIY, Jawa Timur, Sumatera Utara, Kalimantan Selatan dan Sulawesi Selatan. Ke-enam lokasi ini ditentukan dengan kuota 3 lokasi di Jawa dan 3 lokasi di luar jawa. Dari hasil pengumpulan data didapatkan 135 sampel yang dipilih secara *convienient*. Sedangkan data sekunder sebagai bahan/referensi tambahan dikumpulkan melalui wawancara dan studi literatur, seperti: dokumentasi berupa laporan kegiatan dan lainnya.

Pengolahan dan Analisis Data

Data yang terkumpul melalui instrumen penelitian kemudian diolah. Ada dua jenis metode pengolahan data yang dilakukan. Motode analisis yang digunakan adalah statistik multivariat menggunakan model *Structural Equation Model* (SEM) dengan pemodelan *Partial Least Square* (PLS). Instrumen pengumpula data dengan menggunakan kuesioner berupa pertanyaan tertutup yang diukur dengan skala likert 1 s/d 5 yang menunjukkan level persetujuan dari Sangat Tidak Setuju (1) s/d Sangat Setuju (5).

TEMUAN DAN HASIL PENELITIAN

Responden Penelitian

Objek penelitian yang ditetapkan adalah PLIK yang berada di enam provinsi, yaitu: Jawa Barat, DIY, Jawa Timur, Sumatera Utara, Kalimantan Selatan dan Sulawesi Selatan. Distribusi responden dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 2. Distribusi Lokasi Penelitian PLIK

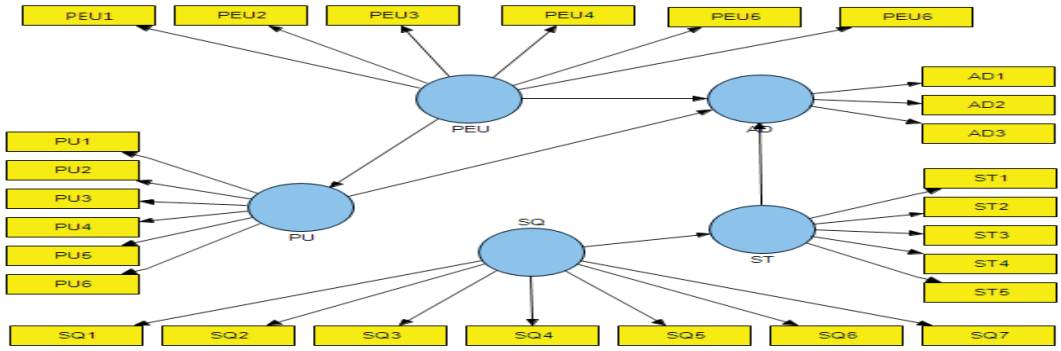
Provinsi	Lokasi	Jumlah Pengguna
DIY	1. PLIK Desa Banyuroto, Nanggulan, Kulon Progo	19 orang
	2. PLIK Desa Madurejo, Prambanan, Sleman	29 orang
	3. PLIK Desa Murtigading, Sanden, Bantul	18 Orang
Jawa Timur	1. PLIK Desa Wage, Taman, Sidoarjo	14 Orang
	2. PLIK Desa Kedungturi, Taman, Sidoarjo	4 Orang
Sumatera Utara	1. PLIK Desa Buntu Bedimbar, Tanjung Morawa, Deli Serdang	15 Orang
Jawa Barat	1. PLIK Desa Rahayu, Margaasih, Bandung	8 Orang
Sulawesi Selatan	1. PLIK Desa Tete Batu, Mandai, Maros	15 Orang
Kalimantan Selatan	1. PLIK Desa Sungai Miai, Banjar Utara	2 Orang
	2. PLIK Martapura, Banjar	6 Orang
	3. PLIK Desa Semangat Dalam, Alalak, Baritokuala	1 orang
	4. PLIK Desa Handil Bakti, Alalak, Baritokuala	1 Orang
	5. PLIK Desa Sei Gampa Asahi, Rantau Badauh, Baritokuala	3 Orang
		135 Orang

Responden laki-laki berjumlah 74 orang sedangkan perempuan sebanyak 61 orang. Sedangkan latar belakang pekerjaan para responden sangat beragam, dengan sebarang sebagai berikut:

Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah responden	Persentase
Pegawai Negeri Sipil	6	4,44%
Karyawan/Pegawai Swasta	31	22,96%
Wiraswasta	28	20,74%
Pelajar/Mahasiswa	57	42,22%
Lainnya	13	9,63%
TOTAL	135	100%

Gambar 3. Model Awal Penerimaan PLIK



Hasil Konstruk Diagram Jalur

Sebagai langkah awal dalam analisis data, terlebih dahuau dibuat diagram jalur dari model yang akan disusun seperti gambar 3.

Penerimaan PLIK

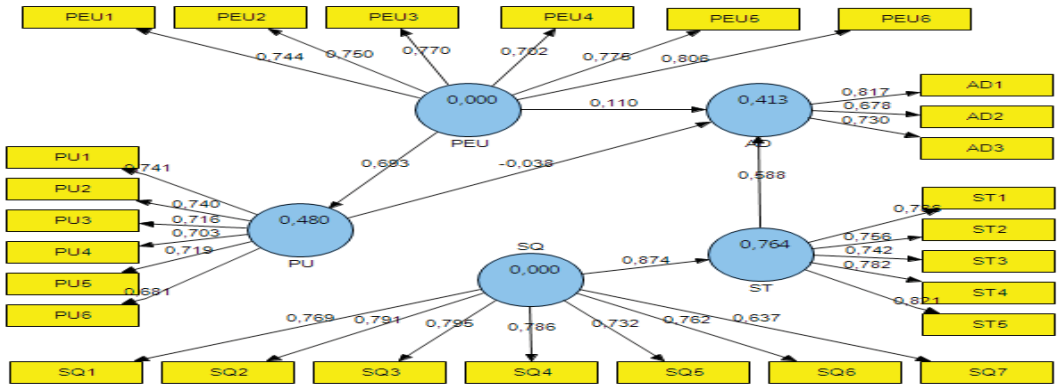
Dalam studi ini, terdapat 3 (tiga) variabel laten endogen, yaitu: Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefullness*), Penerimaan terhadap PLIK (AD) dan Kepuasan Pengguna (ST). Sedangkan variabel laten eksogen terdiri dari Persepsi Mudah digunakan (*Perceived Ease of Use*) dan Kualitas Layanan (SQ).

Masing-masing variabel laten tersebut memiliki indikator tersendiri sebagaimana telah disebutkan dalam tabel 1 tentang opersionalisasi variabel.

Estimasi Awal Menggunakan SmartPLS

Penggunaan PLS memudahkan estimasi paramater karena tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu. Model evaluasi PLS berdasarkan pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non-paramatetrik. Hasil estimasi awal pada model penerimaan PLIK dapat dilihat dalam diagram pada Gambar 4.

Gambar 4. Hasil Estimasi Awal Model Penerimaan PLIK



Sedangkan hasil evaluasi measurement model dapat dilihat pada Tabel 4. *Convergent validity* dari measurement model dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara indikator dengan konstruknya.

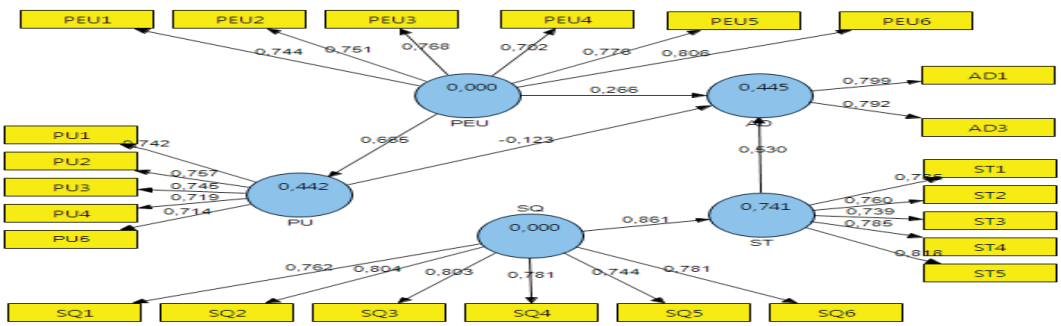
Dari Tabel 4. dapat dilihat bahwa indikator AD2 memliki nilai *loading* 0,67, PU6 memiliki nilai *loading* 0,68 dan SQ7 memiliki nilai *loading 0,64.* Menurut Ghozali *(2008)* nilai ideal dari nilai estimasi loading adalah 0,70. Oleh karena itu, ketiga indikator

Tabel 4. Hasil Outer Loading Model Awal Penerimaan PLIK

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics
AD1 <- AD	0,816537	0,805654	0,089621	9,110961
AD2 <- AD	0,677672*	0,662390	0,127469	5,316356
AD3 <- AD	0,730270	0,725488	0,078575	9,293893
PEU1 <- PEU	0,744285	0,729567	0,069965	10,638011
PEU2 <- PEU	0,750322	0,739240	0,073374	10,226056
PEU3 <- PEU	0,769533	0,755530	0,089560	8,592417
PEU4 <- PEU	0,702474	0,696721	0,087931	7,988912
PEU5 <- PEU	0,775316	0,771001	0,076308	10,160377
PEU6 <- PEU	0,805573	0,802144	0,065804	12,241978
PU1 <- PU	0,740613	0,737234	0,076846	9,637660
PU2 <- PU	0,739900	0,728040	0,092253	8,020343
PU3 <- PU	0,716274	0,698292	0,087458	8,189887
PU4 <- PU	0,703018	0,681254	0,066439	10,581422
PU5 <- PU	0,719465	0,708676	0,085345	8,430102
PU6 <- PU	0,680728*	0,674419	0,084738	8,033319
SQ1 <- SQ	0,769263	0,765756	0,080964	9,501326
SQ2 <- SQ	0,791382	0,778027	0,075777	10,443635
SQ3 <- SQ	0,794614	0,781664	0,072594	10,945992
SQ4 <- SQ	0,786313	0,785845	0,068935	11,406539
SQ5 <- SQ	0,731819	0,721305	0,088155	8,301518
SQ6 <- SQ	0,762105	0,759441	0,066039	11,540134
SQ7 <- SQ	0,636828*	0,634391	0,094603	6,731552
ST1 <- ST	0,786094	0,784210	0,075271	10,443528
ST2 <- ST	0,756254	0,753108	0,073600	10,275255
ST3 <- ST	0,741845	0,732216	0,074700	9,930976
ST4 <- ST	0,781977	0,781320	0,074586	10,484224
ST5 <- ST	0,820960	0,818051	0,062144	13,210707

*Nilai loading < 0,70

Gambar 5. Model Penelitian Hasil Re-Estimasi



Tabel 5. Hasil Re-estimasi Model Penerimaan PLIK

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P-Value
AD1 <- AD	0,798708	0,769264	0,100109	7,978342	***
AD3 <- AD	0,791979	0,782921	0,069786	11,348740	***
PEU1 <- PEU	0,744387	0,742515	0,080902	9,201063	***
PEU2 <- PEU	0,751391	0,744729	0,068826	10,917294	***
PEU3 <- PEU	0,767525	0,766760	0,082367	9,318328	***
PEU4 <- PEU	0,702405	0,705625	0,072834	9,643975	***
PEU5 <- PEU	0,775671	0,778420	0,065869	11,776039	***
PEU6 <- PEU	0,806311	0,807580	0,064149	12,569412	***
PU1 <- PU	0,742139	0,743493	0,070588	10,513634	***
PU2 <- PU	0,757060	0,756043	0,081236	9,319215	***
PU3 <- PU	0,745131	0,744122	0,075741	9,837882	***
PU4 <- PU	0,718831	0,712830	0,057223	12,561931	***
PU5 <- PU	0,714032	0,706963	0,073446	9,721912	***
SQ1 <- SQ	0,762260	0,749118	0,082581	9,230510	***
SQ2 <- SQ	0,804170	0,797951	0,081622	9,852312	***
SQ3 <- SQ	0,803333	0,791001	0,072484	11,082853	***
SQ4 <- SQ	0,781284	0,771463	0,073112	10,686121	***
SQ5 <- SQ	0,743785	0,734581	0,091407	8,137028	***
SQ6 <- SQ	0,781349	0,771290	0,078486	9,955241	***
ST1 <- ST	0,784541	0,780079	0,074257	10,565250	***
ST2 <- ST	0,759840	0,749634	0,081830	9,285565	***
ST3 <- ST	0,739485	0,725434	0,090950	8,130672	***
ST4 <- ST	0,784831	0,776157	0,079712	9,845840	***
ST5 <- ST	0,818438	0,812630	0,077283	10,590196	***

*** signifikan pada α 1% (t-test > 2,576)

tersebut dikeluarkan dari model meskipun secara statistik ketiganya signifikan. Setelah ketiga indikator tersebut dikeluarkan dari model, maka dilakukan estimasi ulang. Hasil estimasi ulang dapat dilihat pada Gambar 5. dan Tabel 5.

Dari Tabel 5, dapat dilihat bahwa semua nilai *loading* indikator berada diatas 0,70 sehingga model dapat dikatakan telah memiliki *convergent validity*. Disamping itu, convergent validity juga dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) sama dengan dan atau diatas 0,50 (Ghozali, 2008). Nilai AVE untuk setiap variabel laten dapat dilihat pada Tabel 7 yang menunjukkan bahwa semua variabel laten memiliki *convergent validity* yang baik.

Analisis validitas kemudian dilanjutkan dengan mengevaluasi *discriminant validity* dari indikator reflektif dengan konstruk yang dibangunnya. Nilai *discriminant validity* dapat dilihat pada *crossloading* antara indikator dengan konstruknya sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 6. Korelasi konstruk AD dengan indikatornya (AD1 dan AD3) lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator AD1, AD3 dengan konstruk lainnya. Indikator PEU1, PEU2, PEU3, PEU4, PEU5, PEU6 juga memiliki nilai korelasi yang lebih tinggi dengan konstrik PEU. Hal ini juga berlaku untuk konstruk dan indikator lainnya. Hal ini berarti bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lain.

Tabel 6. *Cross Loading* antara Indikator dengan Konstruk

	AD	PEU	PU	SQ	ST
AD1	0,798708	0,349496	0,129642	0,501277	0,464472
AD3	0,791979	0,436859	0,247330	0,532194	0,553334
PEU1	0,518325	0,744387	0,452344	0,487954	0,466036
PEU2	0,378282	0,751391	0,555932	0,491917	0,439062
PEU3	0,419189	0,767525	0,547543	0,526348	0,499174
PEU4	0,222291	0,702405	0,469906	0,499305	0,408699
PEU5	0,305765	0,775671	0,493784	0,490783	0,438559
PEU6	0,379958	0,806311	0,498181	0,490555	0,434608
PU1	0,258077	0,563152	0,742139	0,369652	0,309493
PU2	0,165638	0,492030	0,757060	0,337560	0,200055
PU3	0,211872	0,478421	0,745131	0,289324	0,233781
PU4	0,074286	0,364553	0,718831	0,204470	0,232512
PU5	0,139298	0,500505	0,714032	0,383464	0,316845
SQ1	0,465697	0,465087	0,287685	0,762260	0,672278
SQ2	0,502786	0,573134	0,415090	0,804170	0,718331
SQ3	0,482152	0,582090	0,402405	0,803333	0,689919
SQ4	0,550658	0,479812	0,240519	0,781284	0,667633
SQ5	0,478412	0,444717	0,312087	0,743785	0,604672
SQ6	0,569431	0,513555	0,401417	0,781349	0,666037
ST1	0,467302	0,422844	0,200822	0,654919	0,784541
ST2	0,516165	0,517642	0,247151	0,654076	0,759840
ST3	0,432996	0,422260	0,357741	0,685032	0,739485
ST4	0,555891	0,516204	0,269163	0,667934	0,784831
ST5	0,528214	0,422942	0,307490	0,685099	0,818438

Tabel 7. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

	AVE	Akar AVE
AD	0,632583	0,795351
PEU	0,575495	0,758614
PU	0,541138	0,735621
SQ	0,607867	0,779658
ST	0,605100	0,777882

Evaluasi kemudian dilanjutkan dengan melihat *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Nilai *composite reliability* 0,70 atau lebih menunjukkan realibilitas yang baik, sedangkan nilai 0,60 – 0,70 masih dapat diterima jika syarat validitas indikator dalam model baik (Ghozali, 2008). Hasil uji *composite reliability* pada Tabel 8 menunjukkan nilai yang cukup memuaskan untuk variabel laten eksogen Persepsi Mudah Digunakan (PEU) dan Kualitas Layanan (SQ). Begitupun juga variabel laten endogen Penerimaan PLIK (AD), Persepsi Kemanfaatan (PU) dan Kepuasan Pengguna (ST).

Tabel 8. Nilai Composite Reliability

	Composite Reliability
AD	0,774944
PEU	0,890349
PU	0,854938
SQ	0,902855
ST	0,884426

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Model struktural atau *inner model* dievaluasi dengan melihat persentase variance yang dijelaskan dengan melihat nilai R2 untuk konstruk laten endogen dengan menggunakan ukuran Stone-Geisser Q-Square Test (Stone, 1974; Geisser, 1975). Nilai R-square ini yang akan mengindikasikan goodness of fit dari model yang dibangun. Nilai R-square sebesar 0,67 mengindikaskan model baik, nilai 0,33 mengindikasikan model moderat sedangkan nilai 0,19 model dapat dikatakan lemah. Hasil R-square model yang dibangun dalam studi ini dapat dilihat pada Tabel 9. Disamping itu inner model juga dapat dievaluasi dengan melihat koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji t-test statistik yang didapatkan melalui prosedur *boot-strapping*

Dari Tabel 9, nilai R-Square untuk variabel konstruk endogen Penerimaan PLIK (AD) dapat dijelaskan oleh variabel PEU, PU dan ST sebesar 44,5% sedangkan 55,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar pertanyaan dalam penelitian ini. Sedangkan variabel laten endogen PU dapat dijelaskan oleh variabel PEU sebesar 44,2% sedangkan 55,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar pertanyaan penelitian. Nilai R-Square ternyata sangat kuat untuk variabel endogen ST, dimana variabel SQ dapat menjelaskan variabel ST sebesar 74%.

Hasil uji koefisien jalur dapat dilihat pada Tabel 10 dan Tabel 11. Hasil estimasi menunjukkan bahwa nilai loading factor untuk masing-masing indikator dari variabel konstruk menunjukkan nilai yang signifikan bahkan pada level 1%. Nilai koefisien jalur antara variabel laten menunjukkan nilai signifikan kecuali koefisien jalur yang menghubungkan antara variabel laten PU dengan variabel laten AD. Koefisien jalur antara PEU dan AD sebesar 0,266 dan signifikan pada level 0,1. Sedangkan koefisien jalur yang menunjukkan nilai yang sangat signifikan bahkan pada level signifikan 0,01 adalah koefisien jalur antara PEU–PU, SQ-ST dan ST-AD dengan nilai koefisien masing-masing sebesar 0,664, 0,861 dan 0,530.

Tabel 9 .Nilai R-Square untuk Variabel Endogen

	R Square
AD	0,444824
PEU	
PU	0,442013
SQ	
ST	0,740619

Tabel 10. Hasil Inner Weight

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P-Value
PEU -> AD	0,266002	0,257608	0,158763	1,675463	**
PEU -> PU	0,664841	0,667368	0,064422	10,320075	***
PU -> AD	-0,122543	-0,106773	0,110728	1,106706	
SQ -> ST	0,860592	0,860383	0,032321	26,626679	***
ST -> AD	0,530461	0,526470	0,105092	5,047604	***

** Signifikan pada α 10% (t-test > 1,645)
*** signifikan pada α 1% (t-test > 2,576)

Tabel 11. Hasil Outer Loadings setelah Boot-strapping

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P-Value
AD1 <- AD	0,798708	0,780244	0,097752	8,170774	***
AD3 <- AD	0,791979	0,784801	0,068682	11,531161	***
PEU1 <- PEU	0,744387	0,738919	0,077026	9,664154	***
PEU2 <- PEU	0,751391	0,740127	0,061162	12,285314	***
PEU3 <- PEU	0,767525	0,761064	0,089361	8,589059	***
PEU4 <- PEU	0,702405	0,697826	0,086404	8,129336	***
PEU5 <- PEU	0,775671	0,770356	0,070222	11,046051	***
PEU6 <- PEU	0,806311	0,793566	0,064826	12,438069	***
PU1 <- PU	0,742139	0,737746	0,063516	11,684267	***
PU2 <- PU	0,757060	0,758380	0,077660	9,748378	***
PU3 <- PU	0,745131	0,736195	0,068522	10,874275	***
PU4 <- PU	0,718831	0,719608	0,065745	10,933698	***
PU5 <- PU	0,714032	0,710120	0,075346	9,476719	***
SQ1 <- SQ	0,762260	0,757433	0,078278	9,737912	***
SQ2 <- SQ	0,804170	0,798299	0,077008	10,442666	***
SQ3 <- SQ	0,803333	0,796731	0,079173	10,146598	***
SQ4 <- SQ	0,781284	0,775371	0,073145	10,681361	***
SQ5 <- SQ	0,743785	0,735895	0,084816	8,769410	***
SQ6 <- SQ	0,781349	0,767402	0,081128	9,631024	***
ST1 <- ST	0,784541	0,772916	0,079744	9,838245	***
ST2 <- ST	0,759840	0,751255	0,075952	10,004271	***
ST3 <- ST	0,739485	0,730136	0,083735	8,831247	***
ST4 <- ST	0,784831	0,778391	0,077647	10,107621	***
ST5 <- ST	0,818438	0,814262	0,073640	11,114076	***

*** signifikan pada α 1% (t-test > 2,576)

Hasil Uji Hipotesis

Siginifikansi pengaruh masing-masing variabel dengan variabel lainnya ditunjukkan oleh nilai koefisiensi parameter dan nilai siginifikansi t-statistic. Hubungan signifikan antar variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

H1: Hubungan antara Persepsi Mudah Digunakan (PEU) dan Persepsi Kemanfaatan (PU)

Hasil uji koefisien jalur PEU dan PU menunjukkan nilai 0,26 dengan nilai signifikansi t-statistik sebesar 10,32. Ini berarti hubungan antara variabel laten PEU dan PU bernilai positif dan siginifikan bahkan pada level signifikansi 1%. Dari hasil estimasi tersebut dapat disimpulkan bahwa Persepsi Mudah Digunakan (PEU) mempengaruhi Persepsi Kemanfaatan (PU) terhadap teknologi internet yang sediakan oleh PLIK.

H2: Hubungan antara Persepsi Mudah Digunakan (PEU) dan Penerimaan terhadap PLIK (AD)

Hasil uji koefisien jalur PEU dan AD menunjukkan nilai 0,66 dengan nilai signifikansi t-statistik sebesar 1,67. Ini berarti hubungan antara variabel laten PEU dan AD bernilai positif dan signifikan pada level signifikansi 10%. Dari hasil estimasi tersebut dapat disimpulkan bahwa Persepsi Mudah Digunakan (PEU) teknologi internet mempengaruhi Penerimaan masyarakat terhadap PLIK (AD).

H3: Hubungan antara Persepsi Kemanfaatan (PU) terhadap Penerimaan PLIK (AD)

Hasil uji koefisien jalur PU dan AD menunjukkan nilai yang negatif yaitu sebesar -0,122 dengan t-statistik sebesar

1,17. Nilai t-statistik berada dibawah nilai t-Tabel pada level signifikansi 10% (1,64), ini berarti hubungan antara dua variabel laten tersebut tidak signifikan. Sedangkan nilai koefisien jalur yang negatif bisa disebabkan oleh distribusi data yang tidak normal atau bisa dibaca terjadi semacam persepsi pemanfaatan internet yang salah oleh masyarakat. Internet bisa jadi sering digunakan hanya untuk kegiatan hiburan dan belum menunjukkan manfaat dalam peningkatan produktivitas, efisiensi dan efektifitas pekerjaan/tugas.

H4: Hubungan Kualitas Layanan (SQ) dan Kepuasan Pengguna (ST)

Hasil uji koefisien jalur SQ dan ST menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar 0,86 dengan t-statistik sebesar 24,46. Nilai t-statistik berada diatas nilai t-Tabel bahkan pada level signifikansi 1% (2,576). Ini berarti hubungan antara dua variabel laten tersebut sangat signifikan.

H5: Hubungan Kepuasan Pengguna (ST) dan Penerimaan PLIK (AD)

Hasil uji koefisien jalur ST danAD menunjukkan nilai 0,53 dengan nilai signifikansi t-statistik sebesar 5,052. Ini berarti hubungan antara variabel laten ST dan AD bernilai positif dan siginifikan bahkan pada level signifikansi 1%. Dari hasil estimasi tersebut dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengguna (ST) akan sangat mempengaruhi Penerimaan masyarakat terhadap PLIK (AD).

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian ini dapat menjawab faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap PLIK. Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEU) dengan Kepuasan Pengguna (ST) merupakan faktor yang signifikan pengaruhnya terhadap penerimaan PLIK. Faktor PU sekalipun dalam penelitian-penelitian sebelumnya mempunyai pengaruh yang signifikan, namun dalam studi ini, faktor PU justru bernilai negatif. Untuk sementara ada kemungkinan pemanfaatan internet di masyarakat lokal yang masih belum optimal dalam meningkatkan produktivitas, atau karena adanya kecenderungan pemanfaatan internet yang masih pada utilitas hiburan.

Hal ini seharusnya dapat diatasi dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan penggunaan internet secara benar. Meningkatnya pengetahuan dan kemampuan individu dalam berinternet akan meningkatkan nilai manfaat internet. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa hubungan antara PEU dan PU menunjukkan nilai yang sangat signifikan yang berarti bahwa nilai manfaat dari teknologi internet sangat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Masyarakat di lokasi PLIK menganggap bahwa internet adalah teknologi yang mudah dikuasai sehingga utilisasi internet akan lebih maksimal jika diringi dengan upaya peningkatan kemampuan berteknologi.

Dari hasil uji hubungan antar variabel laten tersebut juga ditemukan nilai koefisien yang besar dan sangat signifikan antar Kualitas Layanan (SQ) dan Kepuasan Pengguna (ST). Ini menunjukkan bahwa adanya penguatan nilai yang searah, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan PLIK maka akan meningkatakn kepuasan pengguna. Dan dengan kepuasan tersebut, maka PLIK akan diterima dan didukung sepenuhnya dalam mewujudkan fungsinya sebagai pusat pengembangan masyarakat melalui internet sebagai sebuah media akses yang bersifat universal dengan nilai keunggulan yang dimilikinya.

Dengan ditemukannya beberapa faktor yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap PLIK sebagai pusat

akses internet masyarakat, maka terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian dalam pengembangan PLIK, sebagai berikut:

1. Kerjasama antara pemerintah, penyelenggara, pengelola PLIK dan masyarakat dalam sosialiasi dan pelatihan internet.
2. Pengembangan dan penimplementasian mobile-PLIK (m-PLIK) menjadi kebutuhan untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas. Hal ini didasarkan bahwa lokasi PLIK yang strategis menjadi pertimbangan penting dan berpengaruh kuat terhadap kualitas PLIK.
3. Pemberdayaan ekonomi pengelola PLIK melalui kerjasama denagn koperasi daerah. PLIK dapat dijadikan sentral komunitas yang juga berkembang berbagai layanan bisnis dan fasilitas umum, seperti tempat olah raga dan lainnya.
4. Pengembangan sistem yang terintegrasi dalam hal manajemen PLIK penting dalam hal monitoring kualitas teknis dan layanan PLIK dan bahkan pengembangan konten aplikatif, seperti : *e-education* dan *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyanti, Sri (2010). *Studi Pemanfaatan fasiltas Universal Service Obligation (USO) di Purwakarta- Jawa Barat*. Buletin Pos dan Telekomunikasi, Vol. 8 No.2. Juni 2010Ferdinand, Augusty. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang , Badan Penerbit Universitas Diponegoro,.

Colesca, Sofia Elena dan Liliana, Dobrica. (2009). *E-government Adoption in Romania*. International Journal of Business, Economics, Finance and Management Science, 1:2.

Cronin Jr., J. J. dan Taylor, S. A. (1992). *Measuring service quality: A reexamination and extension*, Journal of Marketing, 56(3), 55-68.

Ghozali, Imam. (2008). *Structural Equation Modeling – Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Jogiyanto, 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan,* Yogyakarta, Penerbit Andi.

Kumar, Vinod. Dkk (2007). *Factors for Successful e-Government Adoption: a Conceptual Framework*. Electronic Journal of e-Government Volume 5 Issue 1 2007 (63 - 76).

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L. L. (1988) . *SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality,* Journal of Retailing, 64(1), 12- 40.

Rangkuti, Freddy. (2006). *Measuring Costumer Satisfcation*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.

Santoso, Singgih (2006). *Menggunakan SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*, Jakarta: Elex Media Komputindo

Seen, Megan., Rouse, Anne., Beaumont, Nicholas dan Mingins, Christine. (2006). *The Information System Acceptance Model : A Meta Model to Explain and Predict Information System Acceptance and Success*. Working Paper 31/06 August 2006, Departemen of Management, Monash University.

Sureshchander, G. S., Chandrasekharan, R., and Anantharaman, R. N. (2002) .*The relationship between service quality and customer satisfaction - a factor specific approach*, Journal of Services Marketing, 16(4), 363-379.

Yourdan (2010). *Implementasi Kebijakan USO Telekomunikasi di Provinsi Bengkulu*, Buletin Pos dan Telekomunikasi, Vol. 8 No.1. Maret 2010.

TINJAUAN PEMANFAATAN INTERNET SEHAT PADA MASYARAKAT DI KOTA YOGYAKARTA

Arif Suryanto Putro

Calon Peneliti pada Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Abstract

Description of people's understanding of healthy internet become necessity as impact of the increasing use of technology in society. This study attempts to capture the idea of understanding and knowledge of the society of Yogyakarta about healthy accordance with a healthy internet program launched by the government or the Ministry of Communications and Information, including how the application of healthy internet at home, office or school. The results of research showed that the majority of the people of Yogyakarta to know about healthy internet, but it is unmatchable with community participation in the socialization of healthy internet. This suggests that information about healthy internet can be captured by people from various media, not just a seminar / talkshow conducted by the government. One of the applications are filtering technology. The results of research showed that the technology is rarely used by the community because of confidence to use this technology is still low. However, the survey showed that public awareness of Yogyakarta about the role of family and workplace/school environment is very important in supporting the implementation of healthy internet program. The Environmental awareness will be the basis to establish a healthy internet culture in the community.

Keywords: Use of Healthy Internet

Abstrak

Gambaran tentang pemahaman masyarakat terhadap internet sehat menjadi suatu kebutuhan ditengah meningkatnya penggunaan teknologi ini di masyarakat. Studi ini mencoba untuk menangkap gambaran tentang pemahaman dan pengetahuan masyarakat kota Yogyakarta tentang internet sehat, sesuai dengan program internet sehat yang dicanangkan pemerintah atau dalam hal ini Kementerian Komunikasi dan Informatika, termasuk didalamnya bagaimana penerapan internet sehat dalam akses internet baik di rumah maupun lingkungan kerja atau sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat kota Yogyakarta sebagian besar mengetahui tentang internet sehat, namun hal ini tidak sesuai dengan keikutsertaan masyarakat dalam sosialisasi yang dilakukan pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa informasi tentang internet sehat telah dapat ditangkap oleh masyarakat dari berbagai media, tidak hanya program seminar/ talkshow yang dilakukan oleh pemerintah. Salah satu bentuk penerapan internet sehat adalah teknologi filtering. Hasil penelitian menunjukan bahwa teknologi ini masih sangat terbatas penggunaannya yang bisa jadi disebabkan oleh kurangnya kepercayaan terhadap teknologi filtering yang sudah ada. Namun demikian, hasil survei menunjukan bahwa kesadaran masyarakat kota yogyakarta akan peran keluarga dan lingkungan kerja/sekolah sangatlah penting dalam mendukung penerapan internet sehat. Kesadaran lingkungan inilah yang akan menjadi basis dalam membentuk budaya berinternet sehat dalam masyarakat.

Kata Kunci : Pemanfaatan Internet Sehat

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) adalah bentuk manifestasi dari perkembangan teknologi komputasi dalam komunikasi. TIK lebih dibutuhkan lagi setelah platform internet sudah dikenal secara lebih luas. Bentuk teknologi internet 2.0 telah menjadikan teknologi ini mampu merevolusi kehidupan manusia. Tidak hanya sekedar komunikasi, internet menjadi wahana baru dalam berekspresi. Perkembangan berbagai media/aplikasi *social networking* dan *user generated content* adalah contohnya. Contoh inilah yang menjadi fakta perubahan dalam gaya hidup bahkan mengarah pada pembentukan budaya dalam tatanan masyarakat yang semakin *boundaryless*.

Berbagai pemanfaatan internet telah membentuk berbagai rupa sesuai tujuan dan wilayah pemanfaatannya. Di bidang pemerintahan, internet telah merevolusi tampilan layanan publik berbagai negara. Konsep inilah yang dikenal dengan *e-government*. Di bidang bisnis, telah muncul berbagai istilah yang serupa tapi tidak sama, yaitu *e-business* dan e-commerce. Dibidang pendidikan, internet memungkinkan *distance learning* setelah memungkinkannya bentuk *e-learning*.

Perkembangan internet di Indonesia juga menunjukkan angka yang signifikan. Jumlah pengguna internet di Indonesia berdasarkan data dari Google.com/ adplanner per Mei 2010 telah mencapai 38 juta orang. Untuk di kawasan Asia, Indonesia masuk dalam 5 besar pengguna Internet terbanyak bersama dengan China, Jepang, India dan Korea Selatan. Pengguna layanan jejaring sosial Facebook di Indonesia juga menunjukkan angka yang tinggi masih menurut sumber yang sama, yaitu tercatat sebanyak 28 juta pengguna.

Adapun menurut layanan pemeringkat situs Alexa.com, sejumlah situs yang memberikan layanan untuk berbagi informasi dan berkolaborasi mengalami peningkatan pengunjung yang pesat dari Indonesia. Sebutlah selain Facebook, ada layanan Blogspot (blogger.com), Wordpress, Youtube, Twitter dan Multiply yang semuanya masuk dalam 20 besar situs yang paling banyak dikunjungi dari Indonesia. Bahkan beberapa diantaranya sudah lebih dahulu bercokol di 5 besar seperti blogspot dan Facebook. Ini menunjukkan bahwa era prosumer informasi, era dimana kini siapapun bisa menjadi produsen sekaligus konsumer informasi dalam saat yang nyaris bersamaan, sudah menjadi keniscayaan, termasuk di Indonesia. Informasi tidak lagi menjadi komoditas yang hanya dapat dipegang oleh segelintir pemilik modal.

Indonesia adalah salah satu negara yang paling cepat pertumbuhan internetnya hingga mencapai 48% pengguna aktif internet, menurut *Net Index Study* yang diselenggarakan oleh Yahoo. Jumlah itu naik 26% dibandingkan pada tahun 2009. Hal itu disebabkan peningkatan pengguna internet melalui ponsel atau internet mobile dan trend untuk mengakses media online. Namun demikian perkembangan ini perlu dilihat dari dua sisi, yaitu aspek positif dan negatif dari kehadiran internet ditengah-tengah masyarakat indonesia. Internet menjadi media baru dalam mendapatkan, mengelola, dan bahkan memproduksi informasi. Kemudahan akses dan produksi informasi, tentunya juga tergantung nilai informasi yang ditawarkan dan juga pemanfaatan informasi itu sendiri.

Selain dampak positif, internet juga bisa memberi dampak negatif, seperti pornografi, pornoaksi, *hacking*, *cyberbullying*, *digital piracy* dan lainnya. Kominfo sebagai institusi pemerintah terkait berusaha secara aktif menyikapi hal tersebut dengan berbagai kebijakan. Berdasarkan Siaran Pers No. 112/PIH/KOMINFO/10/2010 tentang Rapat Koordinasi Nasional Kementerian Kominfo Tahun 2010 Dengan Tema "Gerakan Nasional

Internet Sehat dan Aman", Menteri Kominfo mengatakan, bahwa pembangunan bangsa melalui penyediaan akses informasi, dan pendayagunaan teknologi informasi bagi seluruh masyarakat yang juga berfungsi sebagai pembentuk karakter bangsa perlu diimbangi dengan upaya penyediaan kuantitas konten yang berkualitas, peningkatan etika berinternet yang sehat dan aman dalam meminimalisir dampak negatif.

Kementerian Kominfo dan berbagai instansi pemerintah lainnya yang terkait bersama komunitas TIK yang peduli terhadap dampak negatif penggunaan internet merancang program yang diberi nama Gerakan Nasional Internet Sehat dan Aman yang bersifat sosialisasi dan memberikan pencerahan kepada masyarakat mengenai arti pentingnya penggunaan internet secara sehat dan aman. Program Sosialisasi Internet Sehat dan Aman ini menjadi salah satu agenda yang penting mengingat pertumbuhan internet di Indonesia yang sangat pesat dan telah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Maraknya kejahatan di dunia maya seperti penyebaran virus (termasuk *adware*, *spyware*, *malware*), berita bohong (*hoax*), kekerasan online, penipuan, pencurian data, penculikan maupun penyebaran foto/video pribadi merupakan bukti nyata bahwa pengguna internet harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang bahaya dan antisipasinya agar tidak menjadi korban kejahatan di dunia maya. Program Internet Sehat itu sendiri untuk pertama kalinya di Indonesia diluncurkan pada tahun 2002 oleh ICT Watch.

Tanggung jawab semua pihak dalam memasuki era globalisasi dalam mengahadapi tantangan-tantangan dalam masyarakat sangat cepat perubahannya. Salah satu dari tantangan yang dihadapi adalah menjadikan internet sebagai media yang positif, menghindari penyalahgunaan internet ataupun kontennya. Untuk itu, diperlukan adanya peranan dari semua pihak untuk menjawab semua tantangan yang ada, baik instansi pemerintah, swasta, institusi pendidikan dan stakeholder yang peduli akan masa depan Indonesia.

MASALAH PENELITIAN

Pada uraian diatas kita sadar bahwa internet diharapkan dapat menjadi media yang dimanfaatkan secara positif oleh masyarakat. Oleh karena itu, pengamatan terhadap fenomena masyarakat yang gemar membuka website dan konten-konten negatif perlu mendapatkan perhatian yang serius. Pengguna Internet di Indonesia, harus mendapatkan dorongan dan stimulan untuk semakin banyak menghasilkan peningkatan kualitas dan kuantitas konten lokal. Hanya dengan demikianlah maka berbagai dampak ataupun potensi negatif dari penyalahgunaan Internet ataupun kontennya, dapat ditekan seminimal mungkin dengan gelontoran pemahaman etika berinternet dan ketersediaan konten positif yang memadai. Pastinya meminimalisir dampak negatif tersebut bukanlah dengan pendekatan, permintaan ataupun perintah melakukan pemblokiran ataupun penyensoran yang cenderung tidak efektif, karena hal tersebut membutuhkan kecukupan sumber daya yang relatif mahal dan rentan disalahgunakan untuk meredam kebebasan berekspresi di ranah maya.

Dengan dasar ini, maka studi akan dilakukan dalam rangka menjawab pertanyaan utama yang dijabarkan kedalam pertanyaan operasional. Pertanyaan utama dalam studi ini adalah: **Bagaimanakah Pemanfaatan Internet Sehat Pada Masyarakat?** Secara operasional pertanyaan utama ini akan dijawab melalui pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengetahuan masyarakat tentang internet sehat?
2. Bagaimanakan penerapan internet sehat di masyarakat?

Tujuan dan Manfaat

Studi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengungkap beberapa pertanyaan tentang bagaimanakah pemanfaatan internet sehat. Yang diukur melalui beberapa aspek, yaitu: pemahaman tentang internet sehat dan bagaimana penerapannya dalam masyarakat serta manfaat dari sosialisasi internet sehat yang dilakukan oleh pemerintah atau dalam hal ini berarti sekaligus mengevaluasi keberhasilan program sosialisasi internet sehat yang dilakukan oleh kementerian kominfo.

Manfaat:

Hasil studi ini diharapkan menjadi sebagai bahan evaluasi dari program internet sehat dan juga menjadi dorongan untuk lebih meningkatkan penguasaan teknologi informasi sehingga dapat memanfaatkan internet sehat bagi masyarakat secara lebih luas.

TINJAUAN LITERATUR

Internet

Internet adalah kependekan dari *inter-network*. Secara harfiah mengandung pengertian sebagai jaringan komputer yang menghubungkan beberapa rangkaian (www.wikipedia.com). Jaringan internet juga didefinisikan sebagai jaringan komputer yang mampu menghubungkan komputer di seluruh dunia sehingga berbagai jenis dan bentuk informasi dapat dikomunikasikan antar belahan dunia secara instan dan global (www.jurnal-kopertis4.org). Selain kedua pengertian di atas, internet juga disebut sebagai sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dari sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Layanan internet meliputi komunikasi langsung (e-mail, chat), diskusi (usenet news, milis, bulletin board), sumber daya informasi yang terdistribusi (World Wide Web, Ghoper), remote login dan lalu lintas file (Telnet, FTP), serta berbagai layanan lainnya (www.andhika.com).

Sedangkan konsepsi tentang internet sehat merupakan penerjemahan secara lokal dalam batasan sebagai berikut, yaitu: konten-konten yang diunduh oleh seseorang harus tidak bertentangan dengan norma dan aturan. Tidak boleh ada konten yang terkait dengan pornografi, perjudian, penghinaan, pencemaran nama baik, berita bohong atau menghasut. Sedangkan aman artinya aman dari serangan virus, dihacking atau dirusak sistem elektroniknya (www.internetsehat.org).

Teori Uses and Gratifications (Kegunaan dan Kepuasan)

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Elemen dasar yang mendasari pendekatan teori ini (Karl dalam Bungin,

2007): Kebutuhan dasar tertentu, dalam interaksinya dengan berbagai kombinasi antara intra dan ekstra individu, dan juga dengan struktur masyarakat, termasuk struktur media, menghasilkan berbagai percampuran personal individu, dan persepsi mengenai solusi bagi persoalan tersebut, yang menghasilkan berbagai motif untuk mencari pemenuhan atau penyelesaian persoalan, yang menghasikan perbedaan pola konsumsi media dan (perbedaan pola perilaku lainnya, yang menyebabkan perbedaan pola konsumsi, yang dapat memengaruhi kombinasi karakteristik intra dan ekstra individu, sekaligus akan memengaruhi pula struktur media dan berbagai struktur politik, kultural, dan ekonomi dalam masyarakat.

Teori ini mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya. Penganut teori ini meyakini bahwa individu sebagai mahluk supra-rasional dan sangat selektif. Menurut para pendirinya, Elihu Katz;Jay G. Blumler; dan Michael Gurevitch (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1984), uses and gratifications meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain , yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Operasionalisasi Konsep

Secara operasional pertanyaan dalam penelitian ini diukur melalui indikator sebagai berikut:

1. Pengetahuan masyarakat tentang internet sehat
    - Pemahaman masyarakat tentang Internet Sehat
    - Pengetahuan masyarakat tentang program internet sehat
2. Penerapan internet sehat di masyarakat
    - Dukungan keluarga dan lingkungan sekitar terhadap internet sehat
    - Bentuk penerapan internet sehat

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui teknik pengumpulan data dengan survei yang didukung data kualitatif yaitu untuk memperkaya data yang tidak terdapat pada kuesioner. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta, Provinsi Yogyakarta, Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat pengguna internet di wilayah Kota Yogyakarta, Sedangkan sampel ditetapkan secara kuota sebanyak 100 responden.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif karena memberikan uraian mengenai hasil penelitian yang dimuat dalam satu analisis yang terkait dengan hasil penelitian. Data primer didapatkan peneliti secara langsung dengan menyebarkan kuesioner ke masyarakat pengguna internet dan wawancara mendalam dengan informan kunci secara *purposive*, dengan pertimbangan orang-orang tersebut dapat dianggap mampu menyampaikan pendapatnya terkait dengan internet sehat untuk mendukung penelitian.

Kemudian, data yang telah dikumpulkan baik secara kuantitatif maupun kualitatif selanjutnya dikategorisasikan sesuai dengan makna jawaban, selanjutnya dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan didukung data kualitatif.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Warnet di Kota Yogyakarta

Secara faktual di Yogyakarta terdapat banyak warung internet (warnet). Sampai dengan Maret 2007 jumlah warnet di DIY mencapai 270 buah, dan pada pertengahan 2008 sudah berada pada kisaran 500 buah. Tingkat penggunaan internet di Kota Yogyakarta pun masuk kategori tinggi seperti terlihat pada data tahun 2002-2004. Dibanding kota besar lainnya, yaitu Jakarta, Botabek, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan, Makassar, dan Denpasar tingkat penggunaan internet di Yogyakarta tergolong paling tinggi. Pada tahun 2002 persentase pengguna internet sudah mencapai 24% dari jumlah penduduk, meski tahun 2003 menurun dua persen, tetapi pada 2004 kembali mencapai 24%. Sementara pada periode yang sama, urutan kedua yaitu Jakarta hanya mencapai 10% dan 16% untuk dua tahun berturut-turut (SB Wahyono, 2007).

Pada 2008 jumlah pengguna internet di DIY mengalami peningkatan pesat dibanding tahun sebelumnya. Itu selain didasarkan pada bertambahnya jumlah warnet juga makin banyak tersedia fasilitas hot spot di hotel berbintang, cafe-cafe, mall, kampus besar, sekolah terkemuka, instansi pemerintah, dan lembaga swasta yang tergolong maju.

Layanan internet gratis seperti di Plaza Informasi, BID Propinsi DIY dan di Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) menambah minat masyarakat untuk mengakses internet. Demikian pula fasilitas internet gratis di beberapa kampus yang mulai marak belakangan ini, tentu makin memperbesar jumlah pengguna internet di Yogyakarta.

Meskipun tingkat penggunaannya tinggi, namun dari aspek pemanfaatan internet ternyata layak mendapat perhatian khusus. Menurut hasil penelitian SB Wahyono, dkk yang dilakukan pada tahun 2006, penggunaan internet untuk tujuan rekreatif mencapai 85,2% dan untuk sarana komunikasi sebesar 65,8%. Namun, praktis komunikasi yang dimaksud tampaknya lebih pada kepentingan rekreatif, hal ini terbukti tingkat penggunaan internet sebagai sarana mencari informasi hanya 21,9%.

Deskrispi Responden

Dari data yang diperoleh di lapangan dari responden dikemukakan pada tabel berikut :

Tabel 1. Usia Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Percent
Laki-laki	61	61.0
Perempuan	39	39.0
Total	100	100.0

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Usia	Jumlah	Percent
10-20 Tahun	40	40.0
21-30 Tahun	41	41.0
31-40 Tahun	9	9.0
> 40 Tahun	10	10.0
Total	100	100.0

Tabel 3. Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Percent
SMP	3	3.0
SMA/SMK	38	38.0
D3	7	7.0
S1/DIV	49	49.0
S2	3	3.0
Total	100	100.0

Tabel 4. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Percent
PNS	19	19.0
Karyawan Swasta	11	11.0
Wiraswasta	14	14.0
Pelajar/Mahasiswa	51	51.0
Lain-lain	5	5.0
Total	100	100.0

Dari tabel 1, tabel 2, dan tabel 3 diatas identitas responden dapat terlihat. Mayoritas responden berumur 31 tahun kebawah sebanyak 81 responden (81%), untuk jenis kelamin laki-laki sebanyak 61 responden (61%), dan perempuan sebanyak 39 responden (39%), untuk pendidikan mayoritas responden adalah S1/DIV sebanyak 49 orang (49%) dan SMA/ SMK sebanyak 38 orang (38%), sedangkan dari data diatas dapat dilihat pada tabel 4, mayoritas pekerjaan responden adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 51 orang (51%) dan sisanya PNS 19%, Karyawan Swasta 11% dan Wiraswasta sebanyak 14%.

Penggunaan dan Akses Internet

Seluruh responden yang berjumlah 100 orang adalah pengguna internet. Namun demikian, dari seluruh responden tersebut perlu dilihat intensitas maupun frekuensi penggunaan internet. Tabel 5 dan 6 menjelaskan hal tersebut.

Tabel 5. Intensitas Penggunaan Internet

Kriteria	Jumlah	Percent
Sering	86	86.0
Tidak Sering	14	14.0
Total	100	100.0

Tabel 6. Frekuensi Akses Internet dalam 1 Minggu

Kriteria	Jumlah	Percent
1-2 Kali	15	15.0
3-4 Kali	28	28.0
5-6 Kali	17	17.0
> 6 kali	40	40.0
Total	100	100.0

Dari tabel 5 diatas hampir semua responden sering mengakses internet, yaitu sebanyak 86 orang (86%), dan pada tabel 6 di atas frekuensi mengakses internet dalam 1 minggu para responden sebanyak 15 orang (15%) 1-2 kali, 28 orang (28%) sebanyak 3-4 kali, 17 orang (17%) sebanyak 5-6 kali dan 40 orang (40%) mengakses lebih dari 6 kali.

Tabel 7. Lama Waktu Mengakses Internet

Kriteria	Jumlah	Percent
0-1 jam	21	21.0
2-3 jam	55	55.0
4-5 jam	17	17.0
>5 jam	7	7.0
Total	100	100.0

Dari tabel 7 dapat terlihat lama para responden dalam mengakses internet dalam satu waktu. Jawaban terbanyak sebanyak 55 responden (55%) menjawab 2-3 jam mengakses internet dalam satu waktu, 21 responden (21%) menjawab 0-1 jam, 17 responden (17%) menjawab 4-5 jam dan 7 responden (7%) menjawab mengakses internet lebih dari 5 jam.

Sedangkan penggunaan internet oleh responden secara mayoritas menjadikan internet sebagai media bersosialisasi dan komunikasi, yaitu sebanyak 56%. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Kegiatan saat mengkases internet

Kriteria	Jumlah	Percent
Bersosialisasi dan Komunikasi	56	56.0
Game Online	6	6.0
Mencari data keperluan sekolah/pekerjaan	38	38.0
Total	100	100.0

Dari data di atas menunjukkan bahwa kegiatan responden saat mengakses internet adalah bersosialisasi dan berkomunikasi. Hal ini terjadi dengan berkembangnya berbagai media jejaring sosial yang sekarang diminati oleh masyarakat.

Kemudian jika dilihat dari lokasi mengakses internet, maka nampak semakin mudahnya orang mengakses internet. Meski masih mayoritas tapi mengakses internet di warnet sudah tidak dominan lagi dan hanya 36 responden menjawab (36%), sisanya tersebar ada yang di rumah 27 responden (27%), kantor 22 responden (22%), sekolah/kampus 10 responden (10%) dan 5 responden (5%) menjawab mengakses internet via HP (Table 9).

Tabel 9. Lokasi untuk mengakses internet

Kriteria	Jumlah	Percent
Rumah	27	27.0
Kantor	22	22.0
Sekolah/Kampus	10	10.0
Warnet	36	36.0
Handphone	5	5.0
Total	100	100.0

PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG INTERNET SEHAT

Pemahaman masyarakat tentang Internet Sehat

Tabel 10 menunjukkan apa yang diketahui responden tentang internet sehat dan mayoritas menjawab bahwa internet sehat adalah tidak mengakses situs negatif yaitu sebanyak 57 responden (57%), dan sisanya 11 responden (11%) menjawab memanfaatkan aplikasi filter konten negatif, 19 orang (19%) menjawab mengembangkan konten positif, dan 13 responden (13%) menjawab memanfaatkan fitur facebook dnan mailing list dengan benar.

Tabel 10. Menurut saudara apakah internet sehat itu

Kriteria	Jumlah	Percent
Tidak mengakses situs negatif	57	57.0
Memanfaatkan aplikasi filter konten negatif	11	11.0
mengembangkan konten positif	19	19.0
memanfaatkan fitur facebook dan mailing list dengan benar	13	13.0
Total	100	100.0

Tabel 11. Bagaimana memanfaatkan internet sehat saat mengakses internet

Kriteria	Jumlah	Percent
Tidak membuka web negatif	29	29.0
Mencari ilmu yang bermanfaat saat mengakses internet	65	65.0
memiliki blog dengan selalu mengisi dengan konten yang bermanfaat	2	2.0
Memblokir situs-situs negatif	4	4.0
Total	100	100.0

Dari tabel 11 diatas dapat kita simpulkan banyak responden dalam memanfaatkan internet sehat lebih condong ke mencari ilmu yang bermanfaat saat mengakses internet yaitu sebanyak 65 responden (65%), sebanyak 29 responden (29%) menjawab tidak membuka web negatif, sisanya dengan memiliki blog dengan selalu mengisi dengan konten yang bermanfaat dan memblokir situs-situs negatif yaitu sebanyak 6 responden (6%).

Pengetahuan Masyarakat tentang Program Internet Sehat

Dari 100 responden sebanyak 54 orang mengetahui program internet sehat sedangkan 46 orang responden (46%) tidak mengetahui adanya program internet sehat (Tabel 12).

Tabel 12. Apakah saudara mengetahui program internet sehat

Kriteria	Jumlah	Percent
Ya	54	54.0
Tidak	46	46.0
Total	100	100.0

Tabel 13. Pernahkah saudara mengikuti sosialisasi internet sehat

Kriteria	Jumlah	Percent
Pernah	19	19.0
Tidak Pernah	81	81.0
Total	100	100.0

Namun demikian, meskipun banyak yang mengetahui program internet sehat tetapi sedikit sekali yang mengikuti sosialisasi internet sehat yang dilakukan pemerinrah, yaitu hanya 19 responden (Tabel 13). Hal ini berarti bahwa sosialisasi pemerintah melalui seminar/talkshow perlu dipertanyakan keefektifannya. Hal ini diperkuat lagi dengan pandangan responden bahwa sosialisai internet sehat tidak begitu bermanfaat. Hal ini ditunjukan dalam Tabel 14.

Rendahnya pemahaman masyarakat terhadap manfaat sosialisasi internet sehat bisa disebabkan oleh sudah banyaknya informasi tentang internet sehat yang didapatkan melalui berbagai sarana termasuk internet. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, untuk masyarakat dengan tingkat literasi internetnya tinggi seperti Yogyakarta, maka sosialisasi melalui seminar/talkshow tidak begitu efektif.

Tabel 14. Apakah kegiatan sosialisasi internet sehat bermanfaat

Kriteria	Jumlah	Percent
Tidak tahu	81	81.0
Bermanfaat	17	17.0
Tidak Bermanfaat	2	2.0
Total	100	100.0

PENERAPAN INTERNET SEHAT DI MASYARAKAT

Implementasi internet sehat dalam masyarakat bukanlah sesuatu yang mudah karena membutuhkan kesadaran yang akan mengarah pada pembentukan budaya berinternet secara sehat. Upaya untuk mewujudkannnya harus dimulai dari kesadaran yang muncul baik dalam keluarga maupun lingkungan yang membentuk karakter individu. Dari hasil survei menunjukkan bahwa orang tua dan sekolah/tempat kerja menjadi faktor penting dalam mendukung pemanfaatan internet secara sehat (Tabel 15 dan Tabel 16).

Tabel 15. Pentingnya perhatian orang tua terhadap penggunaan internet di rumah

Kriteria	Jumlah	Percent
Ya	64	64.0
Tidak	36	36.0
Total	100	100.0

Tabel 16. Pentingnya dukungan lingkungan di sekolah/kantor dalam pemanfaatan internet sehat

Kriteria	Jumlah	Percent
Ya	85	85.0
Tidak	15	15.0
Total	100	100.0

Namun demikian, dalam prakteknya penerapan internet sehat, yaitu salah satunya adalah dengan melakukan filtering dengan aplikasi, ternyata masih tidak begitu menjadi perhatian untuk dilakukan. Tabel 17 dan 18 menunjukan jawaban responden terhadap implementasi aplikasi filtering di rumah dan di sekolah/tempat kerja. Aplikasi filtering tidak banyak digunakan dalam akses internet dirumah dan juga dilingkungan kerja/sekolah. Hal ini belum bisa dijelaskan lebih lanjut faktor apa yang mempengaruhinya. Rendahnya implementasi aplikasi filtering bisa saja disebabkan oleh rendahnya kepercayaan terhadap aplikasi yang ada

Tabel 17. Pemasangan filtering internet di rumah

Kriteria	Jumlah	Percent
Ya	18	18.0
Tidak	82	82.0
Total	100	100.0

Tabel 18. Pemasangan filtering internet di sekolah/kantor

	Frequency	Percent
Ya	46	46.0
Tidak	54	54.0
Total	100	100.0

atau karena belum tahunya masyarakat terhadap teknologi filtering tersebut. Namun satu hal yang patut diperhatikan adalah kesadaran masyarakat terhadap pentingnya dukungan keluarga dan lingkungan kerja dalam menerapkan internet secara sehat sehingga terbangun budaya berinternet secara baik dan produktif.

KESIMPULAN

1. Pemahaman masyarakat kota yogyakarta tentang internet sehat masih hanya sebatas tidak mengakses website negatif (pornografi). Pemahaman ini tentunya harus diperluas kearah pemanfaatan internet secara baik dan produktif. Baik dalam arti tujuan penggunaannya, yang tidak hanya sebagai media komunikasi dan sosialisasi tetapi lebih jauh lagi menjadikan internet sebagai sember informasi yang membangun knowledge.
2. Program internet sehat sudah banyak diketahui oleh masyarakat kota yogyakarta, namun dalam penelitian ini ditemukan bahwa sosialisasi melalui seminar/talkshow menjadi tidak efektif. Hampir sebagian besar responden menyarakan ragu-ragu terhadap manfaat sosialisasi seperti itu. Hal ini bisa dipahami karena karakteristik masyarakat kota yogyakarta yang relatif cukup tinggi tingkat literasinya. Informasi tentang internet sehat sudah banyak didapatkan dalam berbagai media termasuk adalah dalam internet itu sendiri.
3. Kondisi lingkungan keluarga dan lingkungan kantor dalam mengontrol penggunaan internet sudah sangat baik, semakin banyak orang tua yang mengerti penggunaan internet dan lingkungan kantor yang juga semakin kondusif dalam mengawasi penggunaan internet. Namun demikian, hal ini belum dibuktikan melalui pemasangan filtering dalam akses internet baik dirumah maupun disekolah/kantor.

Saran

1. Bentuk sosialisasi tentang internet sehat oleh pemerintah harus dilakukan secara tepat sasaran dan tujuan. Program talkshow/seminar sangat diperlukan dalam konteks masyarakat umum yang masih belum mengetahui tentang internet sehat. Kondisi tiap daerah pasti berbeda-beda. Daerah kota-kota besar dengan tingkat e-literasi yang tinggi misalnya, maka sosialisasi cukup dilakukan melalui website/internet.

Disamping itu, tingginya perkembangan jejaring sosial juga harus menjadi salah satu fokus dalam sosialisasi internet sehat kepada masyarakat.

2. Internet sehat merupakan upaya untuk membentuk perilaku, sehingga memerlukan upaya dari seluruh pihak. Kesadaran keluarga dan lingkungan sekitar menjadi faktor pendukung yang sangat kuat dan harus trus diperhatikan dalam membangun budaya berinternet secara sehat dalam masyarakat.
3. Perlunya penelitian lebih lanjut tentang mengapa aplikasi filtering internet tidak banyak digunakan. Jika memang faktor trust menjadi faktor utama yang mempengaruhi, maka perlu perbaikan secara terus-menerus terhadap aplikasi yang sudah ada dan juga diperlukan kerjasama dengan stakeholder dalam hal ini provider dalam implementasi filtering tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Griffin, Emory A., *A First Look at Communication Theory*, 5th edition, New York: McGraw-Hill, 2003, page 341—354

Fisher, B. Aubrey, 1986, *Teori-teori Komunikasi*. Penyunting: Jalaluddin Rakhmat, Penerjemah: Soejono Trimo. Bandung: Remaja Rosdakarya.

www.depkominfo.go.id

www.internetsehat.org

www.wikipedia.com

KETENTUAN PENULISAN

1. Naskah yang dikirim harus asli dan belum pernah dimuat di media lain.
2. Kategori naskah meliputi tulisan/artikel ilmiah, hasil penelitian/pengkajian atau tinjauan kritis teori yang memberikan hasil penemuan baru mengenai penyelenggaraan pos dan informatika.
3. Sistematika Penulisan :
   a. Pendahuluan
   b. Metodologi
   c. Temuan/Hasil
   d. Pembahasan/Analisis
   e. Kesimpulan
   f. Daftar Pustaka
4. Diketik dengan spasi 1,5 pada kerta ukuran kwarto (A4).
5. Naskah minimal 15 halaman dan maksimal 20 halaman.
6. Format huruf menggunakan Times New Roman 12.
7. Catatan kaki ditulis pada halaman tersendiri pada akhir naskah, dengan diberi nomor secara berurutan.
8. Referensi sumber dituliskan : nama pengarang, tahun pengarang dan halaman sumber di antara kurung. Contoh : (Rusdi Muchtar, 2004 : 46).
9. Daftar pustaka dituliskan pada halaman terpisah dan disusun menurut abjad. Urutan penulisan nama pengarang atau penyunting, judul artikel (jika bukan buku) dicetak biasa, judul majalah atau buku dicetak tebal, kota dan nama penerbit dicetak biasa. Tahun penerbitan diletakkan di bawah nama pengarang/penyunting.

Contoh :

Ali Akbar ST, 2006, *Kamus Praktis Internet Untuk Semua Orang*, Neomedia Press, Semarang

10. Naskah dilengkapi dengan identitas penulis yaitu, nama, pekerjaan, dan alamat.
11. Redaksi berhak mengubah isi naskah sepanjang tidak mengurangi arti dan maksud penulisan.
12. Setiap naskah yang dimuat dalam Jurnal akan mendapat honorarium yang pantas.

PENGIRIMAN NASKAH

1. Naskah dikirimkan ke :

- Via Redaksi di : Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Badan Litbang SDM Kemkominfo, Gedung Belakang Lt. 4, Jalan Medan Merdeka Barat No. 9 Jakarta Pusat.
- Via email di : - siti.meiningsih@kominfo.go.id
  - siti024@kominfo.go.id atau siti_wahyu@yahoo.com
  - tiar002@kominfo.go.id

2. Batas pengiriman naskah : 12 September 2011
3. Contact Persons :
   - Siti Wahyuningsih : 085693126309
   - Tiari Pratiwi Hutami : 08562057043