

# Jurnal Ilmiah WIDYA SOSIOPOLITIKA

Vol. 8. No. 1, April 2017

ISSN : 2087-1767

- Pembangunan Ekonomi Indonesia Berbasiskan Lingkungan dan Budaya**  
Oleh: I Nengah Punia .....1
- Implementasi Software Open Source Untuk Mewujudkan Otomasi Perpustakaan di Perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana, Kabupaten Jembrana, Bali**  
Oleh: I Putu Suhartika 15
- Tantangan Kultural Dalam Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi Asean: Studi Terhadap Pekerja Perantauan di Denpasar dan Badung, Bali**  
Oleh: Putu Titah Kawitri Resen, Ade Devia Pradipta.....27
- Fair Trade: Sebuah Alternatifkah ?**  
Oleh: Sukma Sushanti.....40
- Kemitraan DPRD dan Eksekutif Dalam Proses Penganggaran Publik ( Studi Kajian Proses Formulasi Kebijakan Penganggaran Publik Tahun Anggaran 2016 di Kota Denpasar)**  
Oleh : Putu Eka Purnamaningsih, Kadek Wiwin Dwi Wismayanti.....49
- Persepsi Masyarakat terhadap Penempatan dan Kreativitas Iklan Media Luar Ruang di Kota Yogyakarta**  
Oleh: Yuni Retnowati.....60
- Budaya Informasi Dalam Memanfaatkan Internet Pada Pelajar di Provinsi Bali Tahun 2016**  
Oleh: Richard Togaranta Ginting, Made Kastawa.....81

**DITERBITKAN OLEH: FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS UDAYANA**



Jurnal Ilmiah  
Widya Sosiopolitika

Volume 8

Nomor 1

April 2017

ISSN  
2087-1767

DAFTAR ISI  
JURNAL ILMIAH FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Daftar isi .....	i
Pengantar .....	i
• Pembangunan Ekonomi Indonesia Berbasis Lingkungan dan Budaya Oleh: I Nengah Punia .....	1
• Implementasi Software Open Source Untuk Mewujudkan Otomasi Perpustakaan di Perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana, Kabupaten Jembrana, Bali Oleh: I Putu Suhartika .....	15
• Tantangan Kultural Dalam Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi Asean: Studi Terhadap Pekerja Perantauan di Denpasar dan Badung, Bali Oleh: Putu Titah Kawitri Resen, Ade Devia Pradipta.....	27
• <i>Fair Trade</i> : Sebuah Alternatifkah ? Oleh: Sukma Sushanti.....	40
• Kemitraan DPRD dan Eksekutif Dalam Proses Penganggaran Publik ( Studi Kajian Proses Formulasi Kebijakan Penganggaran Publik Tahun Anggaran 2016 di Kota Denpasar) Oleh : Putu Eka Purnamaningsih, Kadek Wiwin Dwi Wismayanti.....	49
• Persepsi Masyarakat terhadap Penempatan dan Kreativitas Iklan Media Luar Ruang di Kota Yogyakarta Oleh: Yuni Retnowati .....	60
• Budaya Informasi Dalam Memanfaatkan Internet Pada Pelajar di Provinsi Bali Tahun 2016 Oleh: Richard Togaranta Ginting, Made Kastawa.....	81

## PENGANTAR REDAKSI

***Salam dari Redaksi!*** Dalam volume kali ini, Widya Sosiopolitika menghadirkan tujuh tulisan yang mengangkat berbagai fenomena sosial dan politik yang ada disekitar kita. Sebagai pembuka, I Nengah Punia menitikberatkan tulisan pada isu pembangunan ekonomi tanpa harus mengorbankan lingkungan serta aspek-aspek budaya. Tulisan kedua, oleh Putu Suhartika mengulas mengenai otomasi perpustakaan sebagai sistem yang dapat mengintegrasikan berbagai kegiatan sehingga dapat diakses secara langsung oleh pengguna akhir. Tulisan ketiga oleh Putu Titah Kawitri Resen mencoba memaparkan mengenai kompetisi yang dihadapi oleh pekerja perantauan Bali dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Tulisan ini menitikberatkan pada pekerja perantauan di Denpasar dan Badung.

Sukma Sushanti, dalam artikelnya mengenai *fair trade*, secara kritis mencoba menggalikan esensi dari praktik *fair trade* tersebut. Sukma Sushanti mempertanyakan apakah *fair trade* memang merupakan sebuah inovasi baru dalam perdagangan internasional. Artikel berikutnya ditulis oleh Yuni Retnowatik mengulas mengenai jenis dan karakteristik iklan media luar ruang yang berada di Yogyakarta. Putu Eka Purnamaningsih, dari program studi Administrasi Negara, Fisip, Udayana mengangkat sebuah tema mengenai kemitraan DPRD dan Eksekutif dalam proses penganggaran publik. Tulisan ini menyajikan sebuah studi yang dilaksanakan pada tahun 2016 di Kota Denpasar. Sebagai artikel penutup, Richard Toranta Ginting secara mendalam mengupas mengenai budaya informasi dalam memanfaatkan internet pada pelajar di Bali. Semoga ketujuh artikel diatas dapat memberikan tambahan wawasan bagi kita semua. Selamat membaca!

Redaksi

Semoga kajian dalam ketujuh artikel yang terhimpun dalam jurnal Widya Sosiopolitika ini dapat menambah wawasan pembaca sekalian.

***Salam,  
Redaksi***



# PEMBANGUNAN EKONOMI INDONESIA BERBASIS LINGKUNGAN DAN BUDAYA

I Nengah Punia  
Program Studi Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Udayana

## *Abstract*

*Every country has the economic, social, and cultural privileges as agreed upon by the international community in 1966 in a covenant of "international covenant of economic, special and culture rights". The birth of the trade as a result of the competition and compromise of the liberal countries with the socialist countries, which at that time was in the cold war. Based on these international agreements, all countries in the world, including Indonesia, are obliged to carry out economic development with due regard to environmental sustainability and cultural values developed within a country or region. Economic development based on the aspects of the environment and culture can avoid the occurrence of environmental damage and loss of cultural values of ethnic / ethnic nobility. For that, there should be a common commitment of all the nation's nation, especially the Indonesian government, seeks to carry out its economic development with the insight of the environment and based on the nation's cultural values that grow and live in society.*

***Keywords: economy, environment, and culture***

## **LATAR BELAKANG**

Hak ekonomi, sosial, dan budaya telah dikukuhkan oleh masyarakat Internasional pada tahun 1966 dalam sebuah perjanjian (*kovenan*) yaitu " *International Covenant of Economic, Social, dan Culture Rights* ". Perjanjian internasional ini dibuat berpasangan dengan " *International Covenant of Civil and Political Rights*, namun dalam perjalanannya kedua kovenan tersebut dipisahkan menjadi dua akibat dari adanya kompromi antara Negara-negara liberal versus Negara-negara sosialis, yang pada saat itu sedang terlibat perang dingin.

Kedua kovenan tersebut memiliki perbedaan-perbedaan yang prinsip,

yang membawa akibat pada tataran pemenuhannya. Di mana kovenan hak ekonomi, sosial, dan budaya sudah diformulasikan secara positif dan bersifat non *justiciable*, akan tetapi kovenan hak sipil dan politik dirumuskan secara negatif dan bersifat *justiciable* atau *immediate*. Oleh karena demikian di lingkungan ahli hukum hak asasi manusia timbul suatu anggapan bahwa hak-hak dalam kategori hak ekonomi tidak merupakan hak melainkan lebih sebagai cita-cita yang pemenuhannya sangat tergantung dari persediaan sumber-sumber ekonomi di negara-negara bersangkutan, sehingga pemenuhan kedua perjanjian (*Covenant*) ini dianggap dapat dipisahkan,

seperti apa yang terkemuka dalam teori *trade-off*.

Saat ini teori *trade-off* sudah tidak relevan, perkembangan pemikiran dewasa ini lebih mementingkan keterpaduan dan saling ketergantungan antara kedua kategori yakni ; hak ekonomi, sosial, budaya, dan hak sipil, politik, yang lebih dikenal dengan teori *indivisibility of rights*. Isi pokok dari teori *indivisibility of rights* adalah kedua kategori perjanjian (kovenan) internasional tersebut dapat dipisahkan pemenuhannya, namun keduanya saling ketergantungan. Misalnya pemenuhan atas hak pekerjaan (*rights to work*) sebagai suatu contoh, yang mana pemenuhannya sangat tergantung pada tingkat kebebasan untuk menyatakan pendapat, berorganisasi dan berkumpul, maka ada kesempatan untuk mempengaruhi kebijakan negara dibidang pekerjaan. Begitu pula sebaliknya, dengan adanya pekerjaan, terbuka kesempatan untuk melibatkan diri dalam perumusan kebijakan politik (Baswir, dkk. 2003 : VI ).

Dua kovenan internasional tersebut di atas sudah mencerminkan dengan jelas bahwa pembangunan perekonomian dunia, termasuk Indonesia hendaknya dapat memperhatikan kelestarian lingkungan (alam) dan budaya. Sebab pembangunan perekonomian tanpa memperdulikan lingkungan maupun budaya akan mengakibatkan terjadinya kerusakan lingkungan alam maupun budaya-budaya tradisional yang ada di suatu daerah/ negara tertentu. Bahkan pembangunan perekonomian yang berbasis kapitalis

sudah mempercepat terjadinya proses pemanasan global, sehingga kerusakan-kerusakan lingkungan alam semakin meluas, seperti kerusakan hutan, pencemaran air, udara, dan bumi. Keserakahan global dengan mengembangkan pola hidup konsumtif manusia lewat propaganda gaya hidup dari media masa, cetak maupun elektronik, lebih menjadikan manusia tidak peduli akan keseimbangan alam dan pelestarian budaya adi luhung. Dengan kesemena-menaan manusia terhadap alam lingkungan dan lenyapnya budaya-budaya adi luhung, tidak heran apabila alam kemudian akan mengalami kerusakan ekosistemnya dan hancurnya budaya tradisional yang adi luhung sehingga berbalik menghancurkan manusia secara fisik maupun non fisik.

Melihat fenomena pembangunan ekonomi dewasa ini yang sudah tidak mengindahkan kelestarian alam lingkungan dan budaya, maka perlu ada komitmen bersama untuk menyusun kembali sebuah strategi kebudayaan sebagai usaha menyelamatkan apa yang masih bisa diselamatkan demi kelangsungan kehidupan di muka bumi ini (Wibowo, 2007 : 9). Oleh karena itu, masalah lingkungan dan budaya adalah masalah moral atau persoalan perilaku manusia yang tidak bertanggungjawab. Tidak dapat disangkal bahwa berbagai kerusakan lingkungan hidup yang terjadi sekarang, baik pada lingkup global maupun lingkup nasional, sebagian besar diakibatkan oleh perilaku manusia. Kasus-kasus pencemaran dan kerusakan, seperti di laut, udara, hutan,

atmosfir dan sebagainya bersumber pada perilaku manusia yang serakah, tidak peduli dan hanya mementingkan dirinya sendiri. oleh karena demikian persoalan-persoalan pembangunan perekonomian yang terdapat pada tingkat individu, masyarakat, negara, dan internasional tidak dapat dipecahkan hanya lewat ilmu ekonomi saja, akan tetapi harus bekerja sama dengan ilmu-ilmu sosial lainnya, seperti sosiologi, antropologi, budaya dan sebagainya.

Stinchombe (1983) mengingatkan bahwa pembangunan ekonomi harus memperhatikan aspek ekologis/lingkungan (Stinchombe dalam Damsar, 1997 : 11). Peringatan tersebut patut diperhatikan karena suatu aktivitas ekonomi yang tidak memperhatikan aspek ekologi akan menghadapi hambatan dan tantangan oleh masyarakat kontemporer yang nampaknya semakin peka terhadap isu-isu global tentang lingkungan hidup maupun pemanasan global. Bahkan sudah ada suatu keberanian masyarakat dunia untuk memboikot terhadap produk-produk yang menggunakan bahan baku dari kayu hutan tropis (seperti kayu lapis dari Indonesia), terutama negara-negara Eropa. Misalnya pemboikotan itu juga diiringi oleh pembakaran beberapa pompa bensin *Shell* tahun 1995 oleh warga Jerman, yang beranggapan bahwa perusahaan *Shell* tersebut sudah mencemari lingkungan laut Utara. Dari contoh itu sudah tergambar dengan jelas bahwa betapa pentingnya aspek ekologis terhadap pembangunan ekonomi.

Menurut Arne Naess (1993) bahwa

krisis lingkungan (ekologi) dewasa ini hanya bisa diatasi dengan melakukan perubahan cara pandang dan perilaku manusia terhadap alam yang fundamental dan radikal (Naess, 1993 dalam Keraf, 2002: xiv). Ini berarti bahwa krisis lingkungan seperti sekarang ini sangat diperlukan sebuah pola hidup atau gaya hidup baru yang tidak hanya mementingkan diri sendiri (sistem kapitalis), akan tetapi perlu mengembangkan budaya masyarakat secara keseluruhan. Artinya sangat dibutuhkan adanya etika lingkungan hidup yang dapat menuntun manusia untuk berinteraksi dengan alam semesta yang dalam kearifan lokal dan budaya Bali konsep *palemahan* (hubungan manusia dengan alam). Krisis lingkungan yang kita sedang hadapi dewasa ini sebenarnya bersumber pada kesalahan cara pandang manusia mengenai dirinya, alam dan tempat manusia dalam keseluruhan ekosistem, sehingga perlu adanya pembenahan cara pandang dan perilaku manusia dalam berinteraksi dengan alam, manusia lain dan keseluruhan ekosistem.

Fenomena dan beberapa pokok pikiran para ahli yang telah penulis ungkapkan dalam latar belakang inilah yang membangkitkan naluri ilmiah penulis untuk mengangkat fenomena ini menjadi sebuah karya ilmiah dengan judul "Pembangunan Ekonomi Indonesia Berbasiskan Lingkungan dan Budaya".

Permasalahan penelitian pada hakekatnya merupakan bentuk lain dari pernyataan permasalahan seperti yang terdapat dalam latar belakang masalah.

Istilah permasalahan di sini bukan berarti sesuatu yang mengganggu/menyulitkan, tetapi sesuatu yang masih "gelap", sesuatu yang belum diketahui, sesuatu yang ingin diketahui. Maka dengan demikian penulis dapat merumuskan masalah penulisan paper ini yaitu: Apakah pemerintah Indonesia sudah melaksanakan pembangunan ekonomi yang berbasis lingkungan dan budaya? Bagaimana keterkaitan pembangunan ekonomi dengan lingkungan dan budaya?

Sesuai dengan permasalahan penulisan yang telah penulis rumuskan dan agar penulisan ini menjadi lebih terarah secara jelas maka perlu ditetapkan tujuannya sebagai berikut: 1. Untuk mengetahui dengan jelas proses pembangunan ekonomi Indonesia yang berbasis lingkungan dan budaya. 2. Untuk melihat keterkaitan pembangunan ekonomi Indonesia dengan lingkungan dan budaya.

Berdasarkan tujuan penulisan di atas, dapat diungkapkan bahwa penulisan paper ini diharapkan dapat memberikan kontribusi (kegunaan) secara teoritik tentang "pembangunan ekonomi Indonesia berbasis lingkungan dan budaya, terutama pada pemerintah, penulis dan para pelaksana pembangunan ekonomi, lingkungan dan budaya".

## **PEMBAHASAN**

### **Pembangunan Ekonomi Indonesia**

Pembangunan sebagai usaha untuk merubah masyarakat akan dapat melahirkan fenomena yang berlawanan. Di sisi lain pembangunan menjadi kebanggaan bangsa karena melahirkan pertumbuhan ekonomi,

sedangkan dipihak lain pertumbuhan ekonomi yang tinggi akan melahirkan kesenjangan ekonomi, sosial, budaya dan politik semakin meluas. Pemerataan dan keadilan di dunia (Indonesia) belum menjadi kenyataan, tetapi hanya merupakan angan-angan belaka, apakah itu dapat atau tidak dicapai yang sudah dijadikan landasan dasar pembangunan ekonomi Indonesia.

Masalah kesenjangan tidak hanya terjadi di Indonesia, melainkan terjadi juga di negara-negara berkembang, di mana pertumbuhan ekonomi sebagian besar dinikmati oleh sebagian kecil masyarakat, sedangkan sebagian besar masyarakat menikmati sebagian kecil hasil pertumbuhan ekonomi. Realitas ketimpangan seperti ini sudah nampak sejak tahun 1980-an (Mas'ood, 1999: 12). Prinsip utama pembangunan di Indonesia adalah menciptakan suasana politik yang stabil sehingga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi. Misalnya, kegagalan pemerintahan Orde Lama dalam pembangunan ekonomi Indonesia karena adanya situasi sosial dan politik yang tidak kondusif sehingga semua perbedaan diharamkan oleh nilai budaya bangsa karena tidak dapat mendukung kehidupan bangsa yang harmonis. Sesungguhnya perbedaan perkembangan ekonomi era Orde Baru dan Orde Lama hanya terletak pada kebijaksanaan luar negeri yang memanfaatkan hutang dan investasi asing di Indonesia. Kebijakan Orde Baru tidak memanfaatkan sebanyak-banyak hutang luar negeri untuk pembangunan bangsa, akibatnya pembangunan ekonomi pada saat



itu sangat lamban, namun kebijakan Orba sangat merespon dan memanfaatkan hutang luar negeri maupun investasi asing, sehingga pembangunan ekonomi dan kesejahteraan rakyat mengalami peningkatan.

Perekonomian nasional yang semakin terbuka dan terintegrasi dengan perekonomian negara-negara di dunia, ini membuktikan kisah nyata kesuksesan suatu perekonomian nasional yang tidak lagi ditentukan oleh faktor-faktor keunggulan komparatif klasik, tetapi dipengaruhi oleh banyak hal lainnya, seperti ; perusahaan sebagai pelaku utama ekonomi. Ketatnya persaingan global dapat mengakibatkan para pengusaha nasional mengalami kemerosotan pangsa perdagangan, sehingga para ekonom dan pengusaha memprediksi bahwa titik lemah perdagangan internasional dan perekonomian Indonesia berada pada pola pengendalian pasar yang dilakukan oleh pemerintah, khususnya pada tingkat pelaksanaan (Mas'eod, 1999: 127). "Kualitas intervensi pemerintah " sudah mulai dipertanyakan oleh banyak pihak, berkaitan dengan melemahnya daya saing industri Indonesia di luar negeri. Banyak "variasi" regulasi dan intervensi pemerintah terhadap kegiatan perdagangan dan industri dipandang sebagai imbas penurunan "kualitas" intervensi itu sendiri.

Berkaca dari histori ilmu ekonomi Yunani bahwa *Dictrine natural law* dan *natural liberty* adalah merupakan dasar bagi berkembangnya teori ekonomi neoklasik, yang pada dasarnya memberikan suatu prasyarat bagi sistem ekonomi suatu bangsa,

serta adanya pembatasan peran pemerintah di dalam kegiatan perekonomian (Mas'eod, 1999: 128 ). Dari pernyataan tersebut di atas bahwa pemerintah dimasa lalu (Yunani) lebih sering dipandang sebagai 'musuh' daripada sebagai 'kawan' di dalam kegiatan perekonomian suatu bangsa, karena campur tangan pemerintah dianggap sebagai pengganggu mekanisme pasar. Bahkan dari tangan pemerintah itu sendiri akan lahir *monopoly power* yang dapat merusak persaingan pasar bebas. Sesungguhnya gerakan monopoli sudah mulai sejak tahun 1776 yang disponsori oleh tokoh ekonomi dunia Adam Smith. Ia mengungkapkan bahwa ada kecenderungan masyarakat bisnis untuk melakukan usaha yang merugikan kepentingan publik, oleh karena itulah Adam Smith berpendapat bahwa monopoli adalah "musuh besar" bagi perekonomian yang baik (Mas'eod, 1999: 129 ).

Mekanisme pasar yang didasarkan atas doktrin ' *natural low* ' pada dasarnya kurang memperhatikan peran masyarakat pada umumnya dan sektor publik pada khususnya, di mana peran pemerintah sebagai agen dalam *public sector servis* menjadi semakin nyata sehingga pandangan anti pemerintah semakin hilang. Konsep ini memandang pemerintah tidak lagi sebagai musuh tetapi sebagai kawan bagi suatu perekonomian bangsa, karena dengan adanya campur tangan pemerintah justru dipandang sebagai faktor pendorong perkembangan perekonomian, khususnya bagi negara sedang berkembang, seperti Indonesia. Artinya campur tangan

pemerintah tidak selamanya berdampak negatif pada perekonomian masyarakat. Campur tangan dan regulasi pemerintah dapat dibenarkan apabila ada alasan-alasan seperti yang dikemukakan oleh Kahn (1989), antara lain: 1) intervensi dan regulasi pemerintah dalam hal industri yang merupakan infrastruktur bagi pembangunan ekonomi secara keseluruhan (industri strategis), 2) intervensi dan regulasi dilakukan pemerintah, karena untuk melindungi *natural monopoly* yang bisa berjalan apabila tidak dalam keadaan merugi apabila hanya ada *supplier* tunggal dalam perekonomian, 3) pemerintah melakukan intervensi dan regulasi, karena adanya "pesaingan pasar" yang tidak berjalan dengan seharusnya.

Ketiga alasan tersebut di atas, di samping pertimbangan persatuan dan kesatuan, telah memberikan justifikasi yang kuat tentang keberadaan pemerintah di dalam perekonomian pasar terbuka saat ini. Namun demikian perlu diingat bahwa dalam kehidupan ekonomi yang sedang berkembang dan semakin terbuka, kegiatan usaha dan industri mulai bervariasi. Perdagangan internasional telah banyak mendorong lahirnya produk-produk perdagangan baru yang pada masa lalu tidak pernah terbayangkan akan terjadi.

Kemunduran peran pemerintah di dalam perekonomian nampak sangat jelas terjadi di Indonesia sejak era keterbukaan ekonomi mulai dicanangkan. Serial deregulasi sektor manufaktur yang dimulai sejak tahun 1986, dan masih terus

diberlakukan sampai saat ini, pada dasarnya telah berhasil mempercepat berlakunya sistem pasar *gaya laissez fair* di hampir semua sektor ekonomi dan industri. Hal ini membuktikan bahwa semakin menonjolnya kepentingan 'individu' yang segera berhadapan dengan kepentingan 'regulator'. Sementara yang disebut "kepentingan dan prioritas nasional" sudah banyak mengalami perubahan sebagai akibat proses deregulasi. Ukuran ketahanan ekonomi nasional yang dahulu diukur dengan *self efficiency* pada segala bidang industri sekarang telah berubah pada cadangan devisa dan penerimaan ekspor. Akibatnya pertumbuhan industri berorientasi ekspor dan berdaya saing industri telah menjadi agenda utama setiap pembicaraan negara (Mas'eod, 1999 : 132). Secara teoritis bahwa ketika masyarakat sudah berubah menjadi sangat dinamis, peran pemerintah sebagai penggerak sudah tidak diperlukan lagi, apalagi ketika mekanisme pasar sudah mampu menyelesaikan semua permasalahan sendiri, regulasi pemerintah menjadi *second best policy option*. Kenyataannya, keterlibatan dalam bidang industri di Indonesia masih sangat banyak, misalnya saham pemerintah masih sangat banyak diberbagai sektor manufaktur dan industri jasa lainnya.

Bila kita menelusuri histori sistem ekonomi yang dilaksanakan oleh suatu masyarakat atau suatu negara biasanya berkembang dari suatu tahap ke tahap yang lebih tinggi, sehingga suatu sistem ekonomi dinamakan tahapan ekonomi.

Ukuran kemajuan yang digunakan dari suatu tahapan ke tahapan lainnya beraneka ragam, ada yang menggunakan penalaran, barang kapital, alat tukar yang digunakan, motifasi yang mendorong kegiatan ekonomi. Menurut Werner Sombart (dalam Soetrisno, 1984:118) mengungkapkan bahwa sistem ekonomi itu ada tiga tahap yaitu: 1) tahap atau sistem ekonomi sebelum kapitalis, dimana motivasi yang mendorong kegiatan ekonomi yang sangat kuat hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik kebutuhan hidup sebagai manusia biologis, budaya, etika dan agama. 2) tahap atau sistem kapitalis/lebih maju, di mana kegiatan ekonomi didorong oleh motivasi untuk mencari laba, mengejar keuntungan (provit motive). 3) post-kapitalisme, di mana motivasi kegiatan ekonomi telah tertuju pada koordinasi dan kepentingan seluruh masyarakat. Perubahan dari satu tahap/sistem ke tahap yang lebih tinggi tidak secara drastis/radikal melainkan melalui masa transisi atau metamorfosis, di mana pada tahap transisi sifat yang dibawahnya masih kuat dan tahap di atasnya masih lemah, kemudian baru tahap di bawahnya semakin melemah dan sifat yang di atasnya semakin menguat, demikian seterusnya. Di Indonesia menurut Boike (dalam Soetrisno, 1984: 119) dilihat ada dua bentuk sistem ekonomi yang sama-sama kuat dan saling berdampingan satu sama lain yakni: 1) sistem ekonomi yang dilaksanakan oleh masyarakat asli yang masih pra-kapitalisme, 2) sistem ekonomi yang diimport atau dibawa dari Barat yang telah dalam bentuk

kapitalisme, sosialisme/komunisme.

Kedua sistem ekonomi tersebut saling hidup berdampingan secara kuat dan bukan dalam bentuk transisional, karena kedua sistem ekonomi itu lebih menekankan pada dua bentuk masyarakat yaitu masyarakat asli Indonesia dan masyarakat Barat atau yang sudah terkena pengaruh Barat, maka lebih dikenal dengan sebutan masyarakat yang bersifat dualisme. Dengan bentuk masyarakat yang bersifat dualis (*dual society*) diperlukan ilmu ekonomi yang berbeda untuk yang satu dengan yang lainnya. Pada masyarakat yang berbasiskan sistem ekonomi asli Indonesia (budaya Indonesia) peran ilmu ekonomi hampir tidak ada, walaupun ada sangat sedikit, sehingga kemajuan yang diperolehnya juga tidak begitu nampak. Berbeda halnya dengan masyarakat yang menganut sistem kapitalis, bahwa ilmu ekonomi menjadi dominan, karena untuk mencapai kemajuan hendaknya mampu mengaplikasikan ilmu ekonomi yaitu mengeluarkan sedikit mungkin dan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Untuk dapat menjalankan prinsip ekonomi yang berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 dan pasal 33 yaitu perekonomian berdasarkan atas demokrasi perekonomian dan kemakmuran masyarakat umum diutamakan, maka Indonesia harus berani menjalankan sistem ekonomi yang ketiga yakni sistem ekonomi post-kapitalis, seperti yang telah diutarakan oleh Werner Sombart, sehingga kesejahteraan masyarakat akan dapat dicapai seperti yang sudah tercantum dalam Pancasila dan UUD 45.

## Pembangunan Ekonomi Berbasiskan Lingkungan

Alam semesta beserta isinya adalah merupakan karunia Tuhan kepada manusia untuk hidup dan berkembang baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif, termasuk berbagai macam kebutuhan hidupnya. Kemajuan masyarakat kiranya dapat dilihat dari kemajuan rasionalitas, lahirnya lembaga-lembaga kepemilikan, lembaga hukum sehingga akan ada pembatasan-pembatasan terhadap penggunaan kekayaan alam sebagai sumber penghidupan manusia. Pembatasan-pembatasan tersebut menyangkut perorangan, keluarga, kelompok masyarakat maupun terhadap suatu bangsa/negara. Sesungguhnya kemajuan suatu masyarakat/bangsa dapat terlihat dari penggunaan rasio yang nampak dalam efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber ekonomi dan perkembangan teknologi yang dipergunakan oleh pelaku ekonomi. Dilihat dari kekayaan alam yang tersedia, baik potensi maupun latensial, Indonesia termasuk '*rich country*' atau negara kaya. Kekayaan tersebut dapat dilihat dari berbagai aspek yakni; aspek kekayaan laut, tambang, mineral, hutan, dan kekayaan alam lainnya.

Sumber kekayaan alam yang merupakan sumber kehidupan manusia, secara biologis adalah merupakan satu kesatuan sistem yang saling kait mengkait satu dengan yang lainnya dan hal itu sudah diketahui oleh manusia, namun manusia sering merusak jalinan yang harmonis itu demi kepentingan pribadinya.

Pada hal jalinan tersebut tidak hanya bersifat fisik saja, tetapi bersifat spiritual/kasat mata (*konsep Tri Hita Karana*), misalnya hubungan manusia dengan tumbuh-tumbuhan, binatang, manusia, dan hal-hal yang bersifat kasat mata (Tuhan). Keseimbangan dan pengaturan dapat dikatakan meliputi keseluruhan aspek kehidupan, keseimbangan dalam kebutuhan manusia, kebutuhan tumbuh-tumbuhan dan keseimbangan mikrokosmos maupun makrokosmos.

Bila kita lihat darisegi keseimbangan mikrokosmos (manusia) apabila manusia dapat mengetahui dan memperhatikan alam atau Tuhan sesungguhnya telah menciptakan keseimbangan, dan bila keseimbangan itu terganggu maka keseimbangan jiwa dan raga juga akan terganggu. Misalnya soal makanan, Tuhan telah menciptakan keseimbangan terhadap efeknya bagi kesehatan dan kemajuan manusia, seperti buah salak terdapat keseimbangan antara buah yang dimakan dengan kulit ayamnya, buahnya dapat menyebabkan ke WC tersendat, dan kulit ayamnya dapat menghilangkannya dan sebagainya. dalam kehidupan bermasyarakat diperlukan juga keseimbangan anatara kebutuhan individu dengan kepentingan masyarakat, tetangga, antara kepentingan keluarga dan dinas, antara kepentingan keluarga dan negara, antara kelestarian lingkungan dan kebutuhan ekonomi. Salah satu tugas pemerintah berkaitan dengan keseimbangan alam lingkungan adalah mengatur keseimbangan ini dengan jalan memberikan tunjangan

pensiun, pendidikan, kesejahteraan, dan lain-lain kepada masyarakat atau keluarga (Soetrisno, 1984: 40).

Keseimbangan makrokosmos antara lain meliputi : 1) keseimbangan antara pengrusakan manusia terhadap lingkungan (polusi) dengan usaha pengembaliannya, 2) keseimbangan antara kehidupan manusia dengan kehidupan makhluk biologis lainnya yang nampak maupun yang tidak nampak, 3) keseimbangan antara pengrusakan sumber daya alam dengan penciptaannya, 4) keseimbangan dengan benda alam satu dengan yang lainnya, 5) keseimbangan antara unsur-unsur empirik dengan unsur-unsur metafisika, 6) keseimbangan antara planet satu dengan planet lainnya, 7) keseimbangan antara makhluk dengan khaliknya atau antara yang diciptakan dengan penciptanya, 8) dan lain sebagainya.

Keseimbangan sebenarnya sudah diciptakan oleh Tuhan, tapi karena manusia tidak mengetahui atau tidak mau mengetahuinya dan mengikuti, maka segala macam keseimbangan yang telah diciptakan oleh Tuhan akan menjadi terganggu. Dalam ajaran agama Hindu dan Buddha dan agama lainnya ; apabila manusia mampu dan mau menjalankan ajaran agama dengan baik dan benar sudah pasti akan tercipta keseimbangan antara makrokosmos dan mikrokosmos atau keseimbangan antara alam semesta dengan manusia, yang dalam konsep Hindu disebut dengan istilah "*moksa dan jagadhita*" yaitu keseimbangan antara kebutuhan jasmani dan rohani, keseimbangan perkembangan penduduk

dengan alam lingkungan, keseimbangan antara generasi tua dengan generasi muda, keseimbangan antara material dengan spiritual, keseimbangan intelektual dengan unsur-unsur jiwa yang lainnya, sehingga dapat melahirkan suatu keharmonisan (serasi, selaras, dan seimbang). Bila keseimbangan-keseimbangan tersebut tidak dapat diciptakan di muka bumi ini, maka akan lahir suatu dis-harmonis, yang secara lahiriah maupun batiniah menimbulkan kekacauan secara individu maupun kelompok. Oleh karena sangat diperlukan adanya campur tangan di luar individu sebagai satuan kecil masyarakat seperti organisasi formal atau pemerintah. Dalam konteks pelestarian lingkungan hidup, pemerintah hendaknya mampu berfungsi sebagai manager, katalisator; di mana individu dan kelompok sebagai partisipan memiliki peran yang sangat penting dalam usaha untuk mempertahankan keseimbangan lingkungan hidup.

Adanya peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) yang signifikan adalah merupakan salah satu sasaran pembangunan Nasional dan sekaligus sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan. Indikator seperti itu sesungguhnya tidak tepat, karena peningkatan kesejahteraan fisik dalam bentuk PDB sering kali diikuti oleh adanya penurunan kualitas lingkungan hidup manusia, seperti ; penurunan kualitas air, udara, tanah, hutan dan sebagainya, yang kesemuanya itu akan bermuara pada bencana alam dikemudian hari. Oleh karena demikian kualitas lingkungan amat penting

untuk dipertimbangkan dalam mengukur kelayakan hidup manusia (Baswir, dkk. 2003: 200). Misalnya, salah satu contoh dalam masalah lingkungan hidup yang kaitannya dengan pembangunan ekonomi adalah gencarnya penggunaan pestisida sebagai upaya melindungi tanaman dari hama penyakit dan meningkatkan hasil produksi pertanian. Konsekuensinya banyak ditemukan zat kimia berbahaya yang terkandung dalam pestisida mencemari air, tanah, dan juga makhluk hidup lainnya (manusia, binatang, tumbuhan), maka dengan demikian hendaknya pemerintah Indonesia memperhatikan dan mempertimbangkan kelestarian lingkungan dalam melaksanakan pembangunan ekonomi. Artinya pembangunan dan peningkatan perekonomian rakyat tetap jalan sesuai dengan program yang sudah direncanakan, namun tidak mengorbankan kelestarian lingkungan hidup. Bahkan kalau perlu pemerintah Indonesia harus berani menolak sistem pembangunan ekonomi yang berbasiskan kapitalisme, mengingat substansi kapitalisme tidak sesuai dengan budaya bangsa Indonesia (Pancasila) yang lebih mengutamakan kepentingan masyarakat banyak daripada kelompok atau individu. Memang sistem pembangunan ekonomi yang berbasiskan kapitalis lebih mempercepat proses peningkatan kesejahteraan masyarakat, akan tetapi lebih mempercepat pula proses kerusakan lingkungan hidup yang ada di muka bumi ini, oleh karena demikian hendaknya pemerintah Indonesia dalam menjalankan

pembangunan ekonomi secara berimbang antara kemajuan ekonomi dan pelestarian lingkungan.

### **Pembangunan Ekonomi Berbasiskan Budaya**

Pembangunan ekonomi sebenarnya tidak akan bisa dilepaskan dari pemenuhan hak untuk menikmati kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) serta hak untuk menikmati maupun ekspresi budaya, karena pemenuhan hak tersebut sudah merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat (manusia) untuk berekspresi dan berkreasi mengembangkan budaya dengan fasilitas ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Oleh karena demikian, pemerintah Indonesia sebagai pengemban amanat rakyat berkewajiban untuk melindungi ekspresi-ekspresi iptek maupun budaya rakyat seperti apa yang sudah diamanatkan oleh Kovenan (perjanjian) Hak-hak Ekonomi, Sosial, dan budaya yakni ; tentang hak-hak rakyat untuk dapat menikmati kemajuan iptek dan budaya.

Kovenan (perjanjian) tentang Hak-hak Ekonomi menyebutkan bahwa ; 1) negara-negara penandatangan mengakui hak bagi semua untuk mengambil bagian dalam kehidupan budaya, menikmati/ memanfaatkan kemajuan iptek, dan menikmati perlindungan atas kepentingan moral maupun ekspresi budaya, seperti karya sastra, seni, penelitian ilmiah dan lainnya. 2) untuk merealisasikan hak-hak ini secara penuh, termasuk kebutuhan untuk konservasi, pengembangan, difusi iptek dan budaya. 3) negara peserta kovenan

ini mengakui kebebasan yang tidak dapat diingkari untuk melakukan penelitian ilmiah dan kreatif. 4) negara-negara kovenan ini mengakui manfaat yang akan diperoleh dari *encouragement* dan pengembangan kontak internasional dan kerjasama dalam ilmu pengetahuan dan budaya (Baswir, dkk. 2003: 211-212).

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka budaya manusia mengalami pergeseran-pergeseran dan perubahan, karena budaya itu adalah merupakan suatu proses untuk dikelola dan diarahkan. Artinya, kebudayaan adalah strategi dan sekaligus proses belajar untuk menunjukkan bagaimana manusia secara sadar dan terarah mengembangkan kebudayaan sehingga dapat mencapai sasaran maupun makna (Baswir, dkk. 2003: 213). Jadi keterpautan antara perkembangan iptek dan perubahan budaya tidak bisa terlepas, keduanya berjalan seiring dalam proses transformasi sosial maupun ekonomi. Dalam keterkaitan seperti ini, iptek dapat dianggap sebagai sebuah kendaraan yang berfungsi untuk mendorong proses terjadinya pembangunan dengan berbagai karakteristiknya, sedangkan budaya adalah merupakan hasil dari proses perubahan/pendewasan norma-norma dan tatanan kehidupan masyarakat, seiring dengan proses perkembangan iptek dan pembangunan itu sendiri.

Pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah Orde Baru, terutama pada Repelita V ada usaha untuk melakukan perubahan dalam bidang pembangunan

industri sub-stitusi impor ke industri teknologi tinggi (*high technology*), seperti industri pesawat terbang, kimia, elektronika, transportasi darat, peralatan pertanian dan sebagainya, di bawah kemandu Habibie. Pertimbangannya, kalau tidak ada transformasi teknologi yang berkesinambungan maka Indonesia akan semakin tertinggal dengan negara lain (Habibie (1986), dalam Baswir, dkk 2003: 215). Pada hal pendekatan teknologi tinggi tersebut sangat bertentangan dengan hukum-hukum ekonomi yang sangat dipercayai oleh ekonom Indonesia.

Perbedaan dan polemik tentang visi pembangunan ekonomi Indonesia inilah melahirkan priksi-priksi dikalangan ekonom, bahwa dalam suasana ekonomi yang langka devisa, industri yang berteknologi tinggi dianggap sebagai proyek yang tidak efisien dan penuh subsidi negara, sehingga industri yang berteknologi tinggi identik dengan industri yang padat modal. Namun dikalangan teknokrat bahwa teknologi tinggi itu sangat diperlukan, kalau tidak ingin ketinggalan dengan negara-negara berkembang lainnya. Dan oleh sebab itu perlu disubsidi oleh pemerintah, karena hasil dari industri tinggi itu akan mampu menjadi lokomotif dalam peningkatan pendapatan negara (Baswir, dkk. 2003: 216). Bila kita cermati dan amati perjalanan maupun perkembangan industri tinggi di atas, sesungguhnya sudah melupakan transformasi budaya sebagai proses sosial yang semestinya harus diperhatikan pemerintah. Kenyataannya

pemerintah tidak memperhatikan substansi budaya sebagai cerminan spritualitas bangsa sehingga alih teknologi yang diterapkan di Indonesia menjadi gersang, kering dan tidak berpihak pada kelestarian lingkungan, seperti eksploitasi tambang emas, gas, minyak di berbagai daerah selalu merusak lingkungan hidup yang ada di sekitarnya.

Kegagalan proses pembangunan ekonomi karena adanya keterlambatan untuk menyadari bahwa pembangunan, termasuk kemajuan iptek bukan hanya berdampak pada pertumbuhan materi (ekonomi) tetapi berdampak juga pada perubahan sosial dan budaya yang sangat mendalam di masyarakat. Contoh misalnya revolusi hijau sangat jelas untuk menggambarkan bagaimana proses penerapan teknologi atas nama pembangunan, sesungguhnya ada usaha untuk mengubah struktur sosial dan budaya masyarakat petani di pedesaan. Namun untuk dapat memaknai pembangunan ekonomi dan budaya sebagai sesuatu yang dikelola dan diarahkan pada hal-hal yang bermanfaat dan bermakna maka harus melibatkan masyarakat secara penuh. Keterlibatan rakyat dalam hal ini adalah sebagai pengawas dan mengarahkan pembangunan sesuai dengan yang diinginkan, sehingga proses transformasi iptek tersebut sesuai dengan konteks budaya, walaupun sudah mengalami perubahan bentuk, fungsi dan makna. Harapan masyarakat secara umum adalah dapat mencapai kesejahteraan dan menikmati hidupnya sebagai manusia yang merdeka/bebas, artinya manusia hidup perlu

bersosialisai dengan lingkungan, bekerja dengan tenang, berkreasi dan menikmati pengembangan teknologi dan budaya secara bebas.

Pengembangan pembangunan ekonomi yang berbasiskan budaya di Indonesia sampai saat ini belum signifikan, walaupun sejak pemerintahan reformasi ada suatu usaha-usaha ke arah itu namun masih banyak hambatan dan tantangan yang menghadangnya, sehingga apa yang menjadi harapan bangsa dan masyarakat Indonesia belum dapat dicapai sepenuhnya. Bahkan pada era Orde Baru ada kecenderungan pemerintah untuk melakukan pelumpuhan budaya-budaya tertentu. Maksudnya pemerintah secara sadar dan sistematis meninabobokan kesadaran budaya dan kritis dengan wujud budaya represif dan ekspresif, yang dalam istilah Antonio Gramsci disebut dengan istilah hegemonisasi ( Baswir, dkk. 2003: 220). Hegemoni pemerintah yang bersifat represif dan ekspresif sangat bertentangan dengan hakekat kebudayaan itu sendiri, yakni mengusahakan sesuatu yang dapat menyempurnakan hidup dan kehidupan manusia, bukan sebaliknya. Menyempurnakan dalam hal ini berarti ada usaha untuk memperbaiki dan bukan merusak. Teknologi dan pemikiran-pemikiran pengembangan ekonomi dengan berbagai upaya untuk meningkatkan produksi juga merupakan hasil budaya. Oleh karena itu pemerintah dalam hal pengembangan ekonomi kapitalistik hendaknya dapat dilandasi oleh budaya-budaya yang adi luhung (budaya



Indonesia) sehingga kemajuan ekonomi yang dicapainya dapat diarahkan untuk peningkatan kualitas hidup manusia dan seluruh kehidupan di muka bumi ini. Realitas saat ini, hukum ekonomi cenderung sangat kapitalistik dan teknologi sebagai anak sulung kapitalis tidak berorientasi pada keutuhan dan kelestarian hidup serta kehidupan alam semesta. Seperti limbah industri, perusakan hutan, polusi, peracuan bumi dan sebagainya merupakan akibat dari teknologi yang tidak disertai sikap budaya yang utuh dan edial (Wibowo, 2007: 29). Misalnya upacara adat bersih kali di Jawa dan di Bali upacara *mapag* air adalah salah satu bentuk penghormatan yang ditujukan pada Hyang Widhi sebagai penguasa air (wisnu) sehingga desa memperoleh limpahan kesejahteraan dari Hyang Widhi/Wisnu.

Upacara adat atau agama seperti tersebut di atas, di samping merupakan ekspresi spiritual, ternyata mengandung suatu strategi budaya dalam usahanya pelestarian alam lingkungan maupun pengembangan perekonomian rakyat.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Pembangunan ekonomi yang dimotori oleh pemerintahan Orde Baru tahun 1965 boleh dikatakan sangat mengagetkan dunia, sehingga Indonesia dianggap sebagai salah satu macan Asia karena pertumbuhan ekonomi yang sangat menakjubkan, di mana laju pertumbuhan ekonomi Indonesia selama 30 tahun tinggi dan konstan serta adanya peningkatan distribusi pendapatan yang

cukup baik. namun sesungguhnya dibalik keberhasilan dalam pembanguna ekonomi tersebut banyak menimbulkan kesenjangan antara masyarakat kaya (pengusaha) yang memperoleh subsidi modal dari pemerintahan dan masyarakat miskin yang selalu terpinggirkan dalam berbagai aspek, akan tetapi menanggung hutang. Misalnya unjuk rasa yang terjadi pada tahun 1974 sebagai puncak kekecewaan masyarakat dan para intelektual maupun mahasiswa, berkaitan dengan modal asing (kasus malari).

Akibat dari kebijakan pemerintah yang menerapkan sistem perekonomian yang kapitalistik dan individulistik maka masyarakat lebih banyak mengalami kemiskinan secara struktural, baik dalam aspek lingkungan maupun budaya. Karena kebijakan pembangunan ekonomi yang dikembangkan oleh pemerintah sudah tidak lagi memandang penting itu lingkungan dan budaya, tetapi bagaimana caranya pemerintah dapat memenuhi pendapatan negara dan mengangsur hutang-hutang dari para donatur, sehingga lingkungan hidup dan budaya mengalami kerusakan yang luar biasa. Seperti kerusakan hutan, biota laut, pencemaran tanah, udara, tumbuh-tumbuhan dan sebagainya. Sesungguhnya pembangunan ekonomi yang berbasiskan kapitalistik yang diterapkan di Indonesia sangat tidak sesuai dengan nilai-nilai luhur Pancasila dan budaya bangsa Indonesia. Oleh karena pemerintah Indonesia harus bisa selektif dalam mengambil kebijakan ekonomi makro maupun mikro, sehingga

sesuai dengan hakekat pancasila bahwa perekonomian yang diterapkan adalah perekonomian yang berbasikan rakyat seperti yang tersurat dalam UUD 1945, pasal 33.

### Saran

1. Pemerintah Indonesia, hendaknya dapat menerapkan pembangunan ekonomi sesuai dengan landasan dasar dan pandangan hidup bangsa Indonesia yakni Pancasila.
2. Pembangunan ekonomi sedapat mungkin dapat mempertimbangkan kelestarian lingkungan hidup.
3. Pembangunan ekonomi Indonesia hendaknya disesuaikan dengan budaya yang ada dan berkembang di Indonesia, dan bukan atas budaya orang lain yang sangat tidak cocok dengan Indonesia.

Kahn, Alfred E. 1989. *The Economics of Regulation: Principles and Institutions*. Cambridge: The MIT Press.

Mas' oed, Mohtar. 1999. *Kritik Sosial Dalam Wacana Pembangunan*. Yogyakarta : Pusat Penelitian UII Press.

Soetrisno, 1964. *Kapitasalekta Ekonomi Indonesia*. Yogyakarta : Andi Offset.

Wibowo, Fred. 2007. *Kebudayaan menggugat, Menuntut Perubahan Atas Sikap, serta Sistem yang Tidak Berkebudayaan*. Yogyakarta : Pinus Book Publisher.

### **Daftar Pustaka**

Baswir, Revrison, dkk. 2003. *Pembangunan Tanpa Perasaan, Evaluasi pemenuhan Hak Ekonomi Sosial dan Budaya*. Jakarta : ELSAM.

Damsar, 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Giddens, Anthony. 2003. *Jalan Ketiga dan Kritik-Kritiknya* (terjemahan oleh Imam Khoiri). Yogyakarta : IRCisoD.

Keraf, A. Sonny. 2002. *Etika Lingkungan*. Jakarta : PT. Kompas Media Nusantara.

# IMPLEMENTASI SOFTWARE OPEN SOURCE UNTUK MEWUJUDKAN OTOMASI PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN SMAN DI KECAMATAN JEMBRANA, KABUPATEN JEMBRANA, BALI

I Putu Suhartika  
Program Studi D3 Perpustakaan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Udayana  
Email :suhardharma@yahoo.com

## ***Abstract***

*Library automation is an information system that can integrate various activities into a system so that all activities can be accessed directly by the end user (end user) library. In connection with this, the implementation of open source software to realize library automation in the Library SMAN in District Jembrana is necessary. The purpose of this activity is to implement open source software in order to realize library automation in SMAN library in Jembrana District. The system used in this activity is SLiMS (Senayan Library Information Management System). The flow of system implementation in the library of SMAN Jembrana consists of preparation, survey, design, development, trial, training and operational. Through system testing methods expected the automation system can run optimally and understood by users of the system. SLiMS consists of several menus such as Bibliography Menu, Transaction Menu, Reporting Menu, Membership Menu, OPAC Menu and System Menu. The result of this dedication is that the SLiMS system can be installed properly in the SMAN library, the collection management through the system runs smoothly, the system utilization training to the library staff goes well, and the library staff can understand and run the system properly.*

***Keywords: Library Automation, Open Source Software, library information system***

## **LATAR BELAKANG**

Sistem informasi perpustakaan merupakan salah satu bentuk aplikasi TI yang sangat diperlukan dalam otomasi perpustakaan. Sistem informasi dapat mengintegrasikan semua kegiatan perpustakaan dan bahkan dapat menciptakan kegiatan baru di perpustakaan. Sistem adalah satu komponen yang berkaitan dan saling berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem informasi merupakan sistem berbasis komputer yang menyediakan informasi mengenai orang, tempat, dan

segala sesuatu yang ada di dalam atau di lingkungan sekitar organisasi. Sistem Informasi (SI) mengandung tiga aktivitas dasar: aktivitas masukan (input), pemrosesan (processing), dan keluaran (output). SI saat ini menggunakan sistem informasi berbasis computer (computer-based information system). Dengan TI/SIBK, informasi yang dihasilkan dapat lebih akurat, berkualitas, dan tepat waktu.

Secara umum, pengembangan suatu sistem informasi bertujuan untuk memperbaiki kelemahan sistem yang ada,

mengakomodasi peluang yang ada melalui sistem baru, bahkan untuk pengambilan keputusan, dan memberikan menu-menu baru sesuai dengan kebutuhan pengguna. Sebagai bahan pengambil keputusan, pengembangan sistem informasi memberikan dampak dalam pengambilan keputusan, dalam hal ini, manajer membutuhkan informasi yang akurat dan mutakhir untuk membuat keputusan. Dalam rangka pengembangan sistem informasi perpustakaan, pada saat ini, berbagai perangkat lunak (software) perpustakaan telah banyak dikembangkan seperti CDS/ISIS, Inmagic, SIPISIS (under Dos dan Windows), WINISIS, SPEKTRA, NCBookman, Lontar, GDL (Ganesa Digital Library), E-Lib, Elims, SLIMS.

Otomasi perpustakaan (library automation) sering dikenal dengan istilah Integrated Library System (ILS) yaitu sistem perencanaan sumber-sumber perpustakaan yang digunakan untuk berbagai kegiatan perpustakaan secara terpadu. Otomasi perpustakaan mengalami beberapa tahap yaitu:

1. Sistem katalog perpustakaan (Library cataloging system)
2. Operasional dan jaringan (*Housekeeping operations and networking*)
3. Pengembangan CD-ROM perpustakaan (*Development of CD-ROM library/product*)
4. Email dan Internet (*E-mail system and internet*)

Otomasi perpustakaan meliputi pengadaan koleksi,

katalogisasi, inventarisasi, sirkulasi, reserve, inter-library loan, pengelolaan penerbitan berkala, penyediaan catalog (OPAC), dan pengelolaan anggota. Pengembangan pengetahuan staf perpustakaan dalam rangka otomasi perpustakaan sangat perlu dilakukan.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka pengabdian masyarakat melalui implementasi software open source untuk otomasi perpustakaan di Perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana Kabupaten Jembrana, Bali. Dengan adanya pengabdian ini diharapkan pengelolaan perpustakaan di sekolah tersebut tidak lagi konvensional dan akhirnya fungsi perpustakaan sekolah tersebut menjadi lebih optimal.

Permasalahan dalam pengabdian Implementasi Software Open Source untuk Otomasi Perpustakaan di SMAN di Kecamatan Jembrana Kabupaten Jembrana diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kondisi perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana?
2. Bagaimanakah proses implementasi software open source untuk otomasi perpustakaan di perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana?

Tujuan dari pengabdian Implementasi Software Open Source untuk Otomasi Perpustakaan di SMAN di Kecamatan Jembrana Kabupaten Jembrana diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kondisi perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana.
2. Untuk mengetahui proses implementasi software open source untuk otomasi perpustakaan di perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana.
3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan sistem terhadap pemanfaatan perpustakaan.

Pengabdian Implementasi Software Open Source Untuk Otomasi Perpustakaan di SMAN di Kecamatan Jembrana Kabupaten Jembrana diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola perpustakaan, pengguna, dan pengambil keputusan. Adapun manfaat pengabdian ini adalah sebagai berikut :

1. Perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana dapat mengetahui kondisi nyata dan kondisi ideal perpustakaan.
2. Perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana mengimplementasikan sistem otomasi perpustakaan pada semua kegiatan perpustakaan.
3. Pengambil kebijakan di sekolah dapat memberikan kebijakan pengembangan perpustakaan elektronik
4. Sebagai dasar atau bahan informasi untuk pengabdian masyarakat selanjutnya.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Database**

Otomasi perpustakaan yang sering dikenal dengan istilah *Integrated Library System* (ILS) merupakan sistem informasi perpustakaan yang menangani

semua kegiatan perpustakaan secara terpadu. ILS ini biasanya tersusun atas beberapa *database* yang saling berkorelasi. *Database* merupakan sekumpulan data yang disusun dalam bentuk (beberapa) tabel yang saling berkaitan atau berkorelasi. Dari pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa *database* merupakan kumpulan *record* atau data yang saling terintegrasi, memiliki fungsi yang fleksibel, dan dapat ditentukan sendiri (*self-describing*).

Secara umum sistem basis data atau *database* terdiri dari beberapa komponen yaitu :

1. Data yang bersifat saling berintegrasi (*integrated and sharing*). Data terdiri dari data operasional (data dalam basis data), data masukan (data dari luar sistem melalui alat input/ *keyboard* yang mengubah data operasional), dan data keluaran (data berupa laporan melalui alat *output/ screen/ printer* sebagai hasil proses sistem).
2. *Hardware* (*disk, input & output* dan sebagainya).
3. *Software* (*interface* pemakai dengan data).
4. DBMS (*Database Management System*) yang berfungsi sebagai *data definition, data manipulation, data security, data recovery, data dictionary* dan *performance*. Keuntungan adanya DBMS adalah dapat mengurangi kerangka data, ketidakkonsisten, keamanan data, integritas, dimanfaatkan bersama-sama *recovery*, dan keterpaduan data. Sedangkan, kerugiannya adalah perlu adanya tempat penyimpanan yang

besar, tenaga terampil, software mahal, dan kerusakan dapat berpengaruh dengan yang lain.

5. User atau pengguna, yang terdiri dari *database* administrator/ DBA sebagai pengelola keseluruhan, programmer sebagai pembuat program aplikasi dan end-user sebagai pengakses basis data.

Tujuan perancangan basis data/ *database* adalah efisiensi, kompak, cepat, dan mudah dimanipulasi. Cakupan perancangan tersebut adalah pemodelan data dan normalisasi. Model data merupakan sekumpulan konsep untuk menerangkan data, relasi antar data, makna data, dan batasan data. Model data bertujuan untuk menyajikan data agar dapat dengan mudah dimodifikasi. Model data terdiri dari object based data model, record, *databases* taks group, basis data terdistribusi, dan fragmentasi data. Sedangkan, normalisasi merupakan cara pendekatan dalam membangun desain logik basis data. Normalisasi diperlukan agar terjadi fleksibilitas (struktur yang mendukung sebagai cara untuk menampilkan data), integritas data (*modification anomalie, deletion, insertion, update*), dan *efficiency* (menghilangkan pengulangan data dan menghemat media penyimpanan).

### **Otomasi Perpustakaan**

Otomasi perpustakaan yang sering dikenal dengan istilah Integrated Library

System (ILS) merupakan sistem informasi perpustakaan yang menangani semua kegiatan perpustakaan secara terpadu. ILS ini biasanya tersusun atas beberapa *database* yang saling berkorelasi.

Arif, 2003 : 4-12 menyebutkan bahwa ada enam unsur atau syarat yang saling mendukung dan terkait satu dengan yang lainnya dalam sistem automasi perpustakaan yaitu :

#### 1. Pengguna

Pengguna merupakan unsure utama dalam sebuah sistem automasi. Dalam pembangunan sistem perpustakaan hendaknya selalu dikembangkan melalui konsultasi dengan pengguna-penggunanya seperti staf, pustakawan, operator, teknisi, dan anggota perpustakaan. Automasi perpustakaan dapat berjalan baik jika sudah memenuhi kebutuhan pengguna karena tujuan akhir dari suatu sistem adalah memberikan kepuasan pengguna. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dalam membangun sistem automasi perpustakaan, keterlibatan staf sangat diperlukan mulai dari tahap perencanaan, implementasi, sampai evaluasi sistem.

#### 2. Perangkat Keras

Pemilihan perangkat keras yaitu computer dalam sistem automasi perpustakaan sangat menentukan keberhasilan kegiatan tersebut. Hal yang paling penting diperhatikan dalam menentukan perangkat keras ini adalah agar tidak ada ketergantungan, adanya garansi produk, serta dukungan teknis. Untuk itu dibutuhkan staf khusus yang saling bertanggungjawab dalam pemilihan perangkat keras tersebut.

Pada saat ini kecenderungan komputer adalah ukuran fisiknya mengecil dengan kemampuan yang lebih besar, harga terjangkau, kemampuan penyimpanan data berkapasitas tinggi, dan transfer data lebih cepat.

### 3. Perangkat Lunak (Software)

Perangkat lunak diartikan sebagai metode atau prosedur untuk mengoperasikan computer agar sesuai dengan permintaan pemakai. Pada saat ini, kecenderungan perangkat lunak adalah mampu diaplikasikan dalam berbagai sistem operasi, kemampuan mengolah data yang lebih handal, dan dapat dioperasikan secara bersama-sama (multi-user). Saat ini, software perpustakaan sudah berkembang dengan pesat. Software perpustakaan tersebut diaplikasikan untuk pekerjaan perpustakaan mulai dari pengadaan, katalogisasi, inventarisasi keanggotaan, OPAC, pengelolaan terbitan berkala, sirkulasi, dan pekerjaan lain dalam lingkup operasi perpustakaan. Untuk menentukan software yang cocok digunakan perlu diperhatikan hal-hal seperti kegunaan (menghasilkan informasi tepat waktu), ekonomis (biaya sebanding dengan hasil yang diperoleh), keandalan (mampu menangani pekerjaan besar), kapasitas (mampu menyimpan data dengan jumlah besar), sederhana (menu dijalankan dengan mudah), dan fleksibel (dapat diaplikasikan di berbagai jenis operasi).

Membangun software dapat dilakukan dengan membangun sendiri, membeli software jadi, dan kontrak.

### 4. Network (Jaringan)

Pembangunan suatu jaringan sangat menentukan keberhasilan sistem automasi perpustakaan. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam membangun jaringan computer adalah :

- a) Jumlah computer serta lingkup jaringan (LAN, WAN)
- b) Lokasi hardware : computer, kabel, panel distribusi dan sejenisnya
- c) Protocol komunikasi yang digunakan
- d) Staf yang bertanggungjawab dengan jaringan

### 5. Data

Data merupakan bahan baku informasi, berupa symbol-simbol yang mewakili kuantitas, fakta, tindakan, benda, dan sebagainya. Data terbentuk dari karakter, dapat berupa alphabet, angka, atau symbol khusus seperti \*, \$, dan /. Data disusun mulai dari bits, bytes, fields, records, file, dan *database*.

Sistem informas menerima masukan data dan instruksi, mengolah data tersebut sesuai instruksi, dan mengeluarkan hasilnya. Penyimpanan data file (data file storage) sangat diperlukan dalam model sistem informasi sehingga data baru atau sebelumnya dapat dimanfaatkan secara optimal.

Pengelolaan data sangat penting dilakukan khususnya dalam kerja sama antar perpustakaan secara elektronik. Dalam hal ini, sangat memungkinkan untuk memanfaatkan sumber daya secara

bersama-sama. Bentuk tukar-menukar data calatog koleksi adalah suatu hal yang wajar terjadi di perpustakaan. Kerjasama tersebut dapat dilakukan jika masing-masing perpustakaan tersebut memiliki kesamaan dalam format penulisan data katalog. Walaupun demikian, pertukaran data banyak mengalami kegagalan karena input data tidak sesuai standar berlaku dan sesuka hati. Keadaan ini menyebabkan konversi data berjalan lambat dan sering mengalami hambatan. Sehubungan dengan hal tersebut, penentu standar atau prosedur yang baku perlu disepakati. Biasanya persoalan dalam standarisasi adalah bahasa dan metadata. Metadata merupakan istilah baru dalam dunia informasi. Metadata adalah data tentang data atau informasi tentang informasi. Secara luas metadata merupakan bentuk pengidentifikasian, penjelasan suatu data, atau strutur dari sebuah data. Contoh metadata dari catalog buku terdiri dari judul, pengarang, penerbit, subyek, dan sebagainya. Ada dua jenis metadata yang sering digunakan diperpustakaan yaitu :

### **INDOMARC**

Machine Readable Cataloging (MARC) merupakan salah satu hasil atau syarat catalog koleksi perpustakaan. Standar metadata catalog perpustakaan ini dikembangkan pertamakali oleh Library of Congress. Format LCMARC sangat bermanfaat bagi penyebaran data katalogisasi bahan pustaka. Mengingat manfaat yang begitu besar maka banyak negara

mengembangkan format MARC tersendiri seperti INDOMARC (Indonesia). Format INDOMARC merupakan implementasi dari Internasional Standar Organization (ISO). Format ISO 2719 untuk Indonesia adalah sebuah format untuk tukar menukar informasi bibliografi melalui format digital atau media yang sangat terbacakan mesin lainnya. INDOMARC menguraikan format cantuman bibliografi yang sangat lengkap terdiri dari 700 elemen dan dapat mendeskripsikan objek fisik sumber pengetahuan seperti jenis monograf, manuskrip dan terbitan berseri termasuk buku, pamphlet, lembar tercetak, atlas, skripsi, tesis, disertasi dan jurnal buku langka.

### **Dublin Core**

Dublin Core merupakan salah satu skema metadata yang digunakan untuk web sesource description. Munculnya jenis metadata ini karena adanya ketidakpastian dari MARC yang dianggap terlalu banyak unsurnya dan beberapa istilah hanya dimengerti oleh pustakawan saja dan tidak dapat diimplementasikan dalam web. Elemen Dublin Core dan MARC dapat saling dikonversi. Metadata Dublin Core memiliki beberapa kekhususan yaitu :

- a. Memiliki deskripsi yang sangat sederhana
- b. Semantik atau arti kata mudah dikenal secara umum
- c. Expandable memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut

Metadata Dulbin Core terdiri dari 15



unsur atau elemen :

1. Title : Judul dari sumber informasi
2. Creator : Pencipta sumber informasi
3. Subject : Pokok bahasan sumber informasi, biasanya dinyatakan dalam bentuk kata kunci atau nomor klasifikasi
4. Description : Keterangan suatu isi sumber informasi, misalnya berupa abstrak, daftar isian atau uraian
5. Publisher : Orang atau badan yang mempublikasikan sumber informasi
6. Contributor : Orang atau badan yang ikut menciptakan sumber informasi
7. Date : Tanggal penciptaan sumber informasi
8. Type : Jenis sumber informasi, novel, laporan, peta dan sebagainya
9. Format : Bentuk fisik sumber informasi, format, ukuran, durasi, sumber informasi
10. Identifier : Nomor atau serangkaian angka dan huruf yang mengidentifikasi sumber informasi, contoh URL, alamat situs
11. Source : Rujuk ke sumber asal suatu sumber informasi
12. Language : Bahasa intelektual yang digunakan sumber informasi
13. Relation : Hubungan antara satu sumber informasi dengan sumber informasi lainnya
14. Coverage : Cakupan isi ditinjau dari segi geografi atau periode waktu
15. Rights : Pemilik hak cipta sumber

informasi

16. Manual

Manual atau sering disebut dengan prosedur adalah penjelasan bagaimana menginstal, menyesuaikan, menjalankan suatu perangkat keras dan perangkat lunak. Manual ini berisi peraturan-peraturan yang harus diikuti sehubungan dengan aplikasi program tersebut. Banyak peripheral perangkat keras dan perangkat lunak tidak berjalan dengan optimal karena dokumentasi tidak memadai atau pengguna tidak mengerti manual yang telah disediakan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka diharapkan manual tersebut dimengerti dan dilakukan oleh pengguna sistem dengan baik.

Manual/ prosedur dapat juga mencakup kebijakan-kebijakan khususnya dalam lingkungan jaringan dimana pemasukan (input) dan pengeluaran (output) data membutuhkan format komunikasi bersama. Untuk itu, diharapkan juga pemakai sistem sering melakukan pertemuan untuk mencari kesepakatan tentang standar atau prosedur yang digunakan.

Beberapa hambatan yang mungkin timbul dalam implementasi sistem otomasi perpustakaan :

1. Rasa takut dari staf
2. Anggapan bahwa teknologi itu mahal
3. Staf perpustakaan harus melakukan training yang panjang

4. Kurang dukungan dari manajemen khususnya pemilik modal
5. Konversi data

## LANDASAN TEORI

Alur implementasi sistem otomasi perpustakaan terdiri dari tahapan persiapan, survey, desain, pembangunan, uji coba, training, dan operasional. Rincian dari tahapan pengembangan sistem automasi perpustakaan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Persiapan :
  - Definisi masalah
  - Maksud dan tujuan
  - Kerangka kerja
  - Perkiraan waktu dan biaya
2. Survey :
  - Analisis kondisi sumber daya
  - Analisis kebutuhan
  - Analisis sistem berjalan
3. Desain :
  - Menyusun logika kerja sistem
  - Desain data, table, *database*, relasi
  - Desain input, proses, output
  - Spes, peralatan yang diperlukan
4. Pembangunan :

- Pembangunan program aplikasi
  - Instalasi software, jaringan klien dan server
  - Dokumentasi
5. Uji Coba :
    - Tes sistem keseluruhan
    - Evaluasi, perbaikan
  6. Training :
    - Training : staf, operator, teknisi, administrator
    - Sosialisasi
  7. Operasional :
    - Sistem siap digunakan
    - Bantuan teknis
    - Pengembangan lebih lanjut

## METODE PENELITIAN

### Sumber Data

Data penelitian ini diperoleh melalui sumber primer dan sumber skunder. Sumber primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada peneliti atau pengumpul data dalam penelitian ini adalah pengguna dan petugas perpustakaan sekolah. Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti yang dalam penelitian seperti sumber dokumentasi tentang perpustakaan sekolah.

### Sampel

Dalam pengabdian ini, semua populasi menjadi sampel, dalam hal ini, semua SMAN

yang ada di Kecamatan Jembrana akan menjadi sampel pengabdian. Observasi awal di lapangan menunjukkan bahwa jumlah SMAN di Kecamatan Jembrana adalah 2 (dua) sekolah yaitu SMAN 1 dan SMAN 2. Kedua perpustakaan yang ada di sekolah tersebut akan menjadi sampel pengabdian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2009: 402) secara umum ada 4 (empat) macam teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan (triangulasi). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi yaitu gabungan antara teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik observasi digunakan untuk melihat kondisi nyata perpustakaan dan penggunaannya. Teknik wawancara digunakan untuk mengetahui pendapat petugas dan pengguna perpustakaan yang secara langsung diungkapkan pada peneliti. Jawaban atau keterangan lisan yang merupakan hasil wawancara ini dapat dijadikan data penunjang dari pertanyaan tertulis. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengetahui hal-hal yang telah didokumentasikan berkenaan dengan keadaan perpustakaan dan penggunaannya seperti statistik peminjaman, koleksi dan sebagainya.

### **Analisis Data**

Pengabdian ini merupakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan keadaan nyata

Perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana sebelum diterapkan sistem otomasi perpustakaan. Melalui eksperimen (uji coba) penerapan sistem akan dilakukan evaluasi terhadap penerapan sistem otomasi di Perpustakaan SMAN di Kecamatan Jembrana.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum SMAN di Kecamatan Jembrana**

Kecamatan Jembrana mempunyai 2 SMAN yaitu SMAN 1 Negara dan SMAN 2 Negara. Pengelolaan perpustakaan SMAN tersebut masih dilakukan dengan proses manual. Sarana penunjang otomasi perpustakaan belum optimal dan sumber daya manusia di perpustakaan belum memiliki keterampilan perpustakaan dan teknologi informasi perpustakaan.

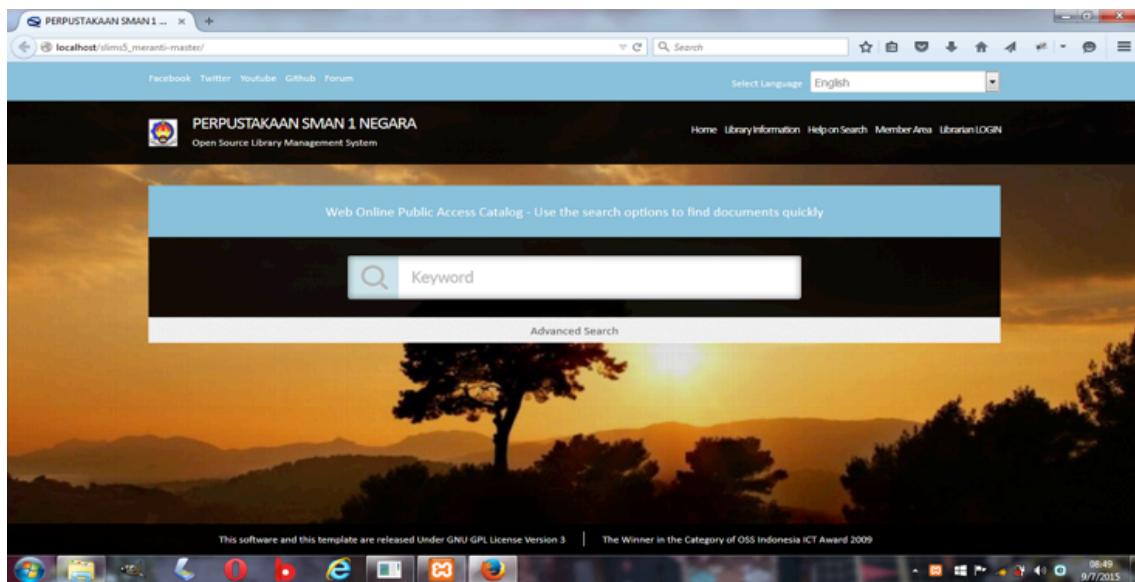
Perpustakaan SMAN 1 Negara menempati 1 (satu) gedung yang digunakan sebagai ruang layanan pengguna, pengolahan, pimpinan, dan ruang baca pengguna. Koleksi perpustakaan SMAN 1 Negara lebih banyak koleksi tercetak yang terdiri dari koleksi buku fiksi dan non fiksi serta majalah. Perpustakaan SMAN 1 Negara belum mempunyai sarana teknologi informasi yang memadai. Hal yang sama terjadi juga dengan perpustakaan SMAN 2 Negara. Walaupun kedua perpustakaan berlokasi di pusat kota, namun perkembangan teknologi informasi di kedua perpustakaan belum optimal. Sumber daya manusia di perpustakaan itu belum memadai, dalam hal ini, jumlah dan keterampilan SDM di perpustakaan tersebut

sangat terbatas.

## **Implementasi Software Open Source Untuk Integrasi Kegiatan Perpustakaan**

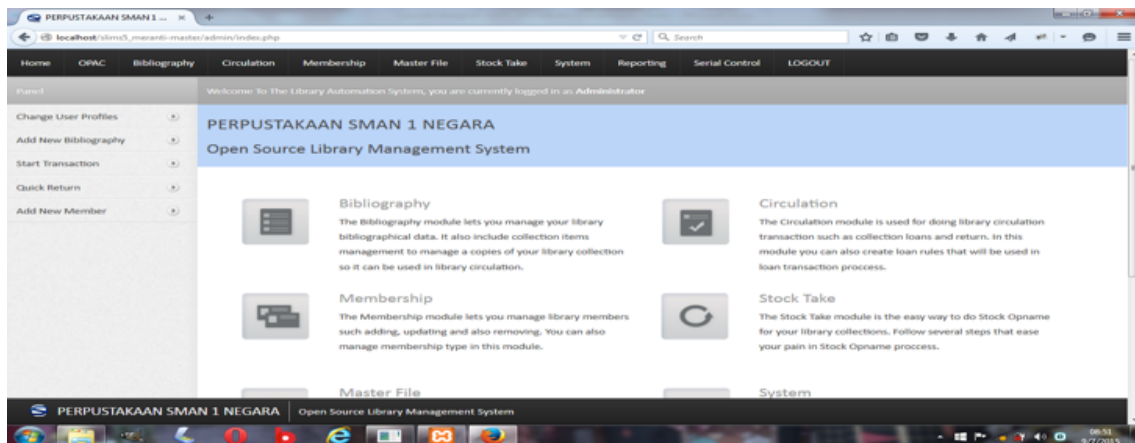
Otomasi perpustakaan sering dikenal dengan istilah integrated library system (ILS) yaitu system perencanaan sumber-sumber perpustakaan yang digunakan untuk berbagai kegiatan perpustakaan secara terpadu. Untuk mewujudkan hal tersebut, di dalam kegiatan pengabdian ini diimplementasi system open source yang disebut dengan Senayan library Information

Management System (SLiMS), yang terdiri atas tiga modul yaitu modul pengguna, operator dan administrator. Modul Administrator memberikan panduan kepada seseorang bertugas sebagai administrator. Menu utama layar operator terdiri dari Menu Bibliografi, Menu Transaksi, Menu Pelaporan, Menu Membership, Menu OPAC dan Menu Sistem. Tampilan (template) web library Perpustakaan Universitas Udayana terlihat sebagai berikut :



Template di atas digunakan untuk menu pengguna yaitu menu yang digunakan untuk melihat atau browsing katalog atau daftar koleksi yang dimiliki oleh

perpustakaan, sedangkan template untuk operator dan administrator terlihat sebagai berikut:



Template di atas terdiri dari beberapa menu seperti menu OPAC, Bibliografi, Sirkulasi, Membership, master file, pelaporan dan sebagainya.

### **Beberapa Temuan Berhubungan dengan Implementasi Software Open Source di Perpustakaan SMAN Jembrana**

Beberapa temuan yang berhubungan dengan implementasi system open source tersebut adalah sebagai berikut:

- Sistem SLiMS dapat diinstal dengan baik di perpustakaan SMAN  
Pemasangan (installing) software open source “slims” berjalan dengan baik, dalam hal ini, sistem dapat berjalan dengan baik pada komputer yang disediakan oleh perpustakaan. Installing dimulai dengan install xampp dan aplikasi (slims 5) serta konfigurasi sistem sesuai dengan kebutuhan.
- Pengelolaan koleksi melalui system tersebut berjalan dengan lancar  
Pengolahan koleksi meliputi scan cover buku, menentukan nomor

klasifikasi dan subyek, input data bibliografi, cetak label dan barcode buku, tempel label dan barcode buku, memberikan kelengkapan buku seperti kantong buku dan sebagainya, serta shelving buku (penataan buku di rak)

- Pelatihan pemanfaatan sistem kepada staf perpustakaan berjalan dengan baik

Pelatihan penggunaan sistem meliputi pengenalan fitur/modul sistem, pengoperasian sistem, dan konfigurasi sistem

- Staf perpustakaan dapat memahami dan menjalankan sistem tersebut dengan baik

Petugas perpustakaan di SMAN tersebut dapat memahami pelatihan otomasi perpustakaan dengan baik. Semua materi dan praktek dapat dipahami dengan baik.

Beberapa foto yang berhubungan dengan pengabdian terlihat sebagai berikut :



G1: Melatih Kepala Perpustakaan



G2 : Instalasi dan Input Data

## PENUTUP

### Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang berhubungan kegiatan pengabdian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kegiatan implementasi sistem otomasi perpustakaan sangat diperlukan dalam upaya mengintegrasikan berbagai kegiatan manual perpustakaan kedalam suatu sistem
2. Pemahaman tentang otomasi perpustakaan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh pustakawan atau petugas perpustakaan
3. Kegiatan otomasi perpustakaan merupakan kegiatan awal dalam rangka mewujudkan perpustakaan digital

### Saran

Beberapa saran yang berhubungan kegiatan pengabdian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Perpustakaan sekolah harus membenahi sistem layanan perpustakaan menjadi layanan perpustakaan elektronik agar pengguna dapat mengakses sumber informasi secara optimal
2. Mengingat perpustakaan elektronik menuntut kualitas petugas perpustakaan, maka pimpinan sekolah harus memberikan pendidikan dan pelatihan di bidang perpustakaan dan teknologi informasi kepada petugas tersebut.

## Daftar Pustaka

- Aries, Mohamad. *Prosedur Operasional Kegiatan Perpustakaan Pangkalan Data Perpustakaan*. Makalah pada temu pustakawan di Universitas Udayana, 2006
- Arif, Ikhwan. *Konsep dan Perencanaan dalam Automasi Perpustakaan*. Makalah Seminar dan Workshop sehari, UMM, 2003
- E-lib: Modul Operator dan Modul User
- GDL (Ganesha Digital Library): User manual
- Manjunath, G.K. *Library Automation : Why and How?* [www.igidr.ac.in/lib](http://www.igidr.ac.in/lib)
- Mustafa. *WINISIS: Software Tepat Guna Untuk Pengelolaan Perpustakaan, Dokumentasi dan Informasi*. Bogor: IPB Press, 2005
- Wikipedia, the free encyclopedia. Integrated Library System

# TANTANGAN KULTURAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN MASYARAKAT EKONOMI ASEAN: STUDI TERHADAP PEKERJA PERANTAUAN DI DENPASAR DAN BADUNG, BALI <sup>1</sup>

Putu Titah Kawitri Resen  
Ade Devia Pradipta<sup>2</sup>  
Program Studi Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Udayana  
Email : kawitriresen@unud.ac.id

## **Abstract**

*This study aims to describe the competitiveness of Indonesian human resources in the post-opening era of MEA. Specifically, this study focuses on the traditional bonding challenge in Bali on the professionalism of Bali workers Balinese workers who have customary ties in the place of origin amid the discourse of the invasion of migrant workers from the ASEAN region post MEA. This research is a qualitative descriptive research with interview data collection method, in-depth interview, and literature study. This research is expected to give thought contribution for policy making in improving the quality of human resources of Indonesia especially in Bali without eliminating the essential values that become the identity of Bali. Thus, the people of Bali can still maintain the essence of Balinese tradition without being left behind in international competition, both at the regional level and at the global level.*

**Keywords:** *ASEAN Economic Community, cultural, human resources, Balinese workers*

## **LATAR BELAKANG**

Masyarakat Ekonomi ASEAN yang telah dibuka pada tanggal 31 Desember 2015 memiliki beberapa elemen penting, yaitu : arus barang yang bebas, arus jasa yang bebas, arus investasi yang bebas, aliran modal yang lebih bebas, dan aliran tenaga kerja terampil yang bebas. MEA sebagai sebuah wadah kerjasama kawasan telah membuka peluang bagi setiap anggotanya untuk memajukan negara masing – masing dalam “spirit” regionalisme. Idealnya, pencapaian kepentingan nasional masing –

masing negara dipermudah dalam berbagai regulasi yang disepakati oleh seluruh negara anggota, misalnya saja penghilangan tariff pada arus barang dan jasa serta pemilihan tenaga kerja yang tepat akan memudahkan para pelaku industri di kawasan ASEAN. Namun demikian, sesuai dengan hakikat hubungan internasional, setiap negara dalam berbagai bentuk interaksinya dalam politik global harus memiliki *power* yang lebih untuk meningkatkan posisi tawarnya dalam kompetisi regional jika tidak ingin tergerus dalam persaingan tersebut.

---

1 Tulisan ini disarikan dari Hibah Unggulan Program Studi tahun 2016

2 Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Udayana

Indonesia, sebagai anggota ASEAN memiliki bonus demografi yang dapat menjadi sumber *power* jika memiliki daya saing yang baik. Namun ada beberapa hal yang menjadi tantangan dalam peningkatan daya saing sumber daya manusia Indonesia. Di Bali khususnya, profesionalisme seringkali harus berbenturan dengan tantangan kultur yang berupa ikatan tradisional. Penelitian ini akan menggali lebih dalam benturan antara profesionalisme dengan ikatan tradisional yang dialami oleh para pekerja perantauan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Regionalisme ASEAN

Regionalisme secara sederhana dapat dipahami sebagai sebuah upaya untuk memajukan perekonomian melalui perdagangan yang lebih bebas serta arus gerak modal dan tenaga kerja didasarkan atas basis geografi dan terbatas antar negara-negara yang sepakat membentuk kesepakatan formal. Regionalisme akan mengalami lima tahapan dalam perkembangannya, yaitu : pertama, pembentukan wilayah perdagangan bebas (*free trade area*) pada bidang-bidang yang telah disepakati. Tahapan ini muncul ketika dua atau lebih negara setuju untuk bekerjasama atau berintegrasi pada sektor ekonomi khusus. Kedua, pembentukan wilayah perdagangan bebas (*free trade area*) dimana tariff bea masuk dan pembatasan kuantitatif atau kuota barang-barang dari partner saling dihapuskan. Sedangkan tariff atau pembatasan-pembatasan terhadap barang

masing-masing negara yang bukan anggota masih dipertahankan. Ketiga, pembentukan kesatuan pabean (*custom union*) yang mana tidak hanya terjadi penghapusan tariff bea masuk dan kuota terhadap barang-barang negara anggota, namun kebijakan terhadap negara ketiga yang bukan anggota diseragamkan. Sehingga setiap negara akan memiliki kebijakan perdagangan yang seragam. Keempat, pembentukan pasaran bersama (*common market*) yang dicirikan dengan adanya kebebasan pergerakan sarana produksi seperti tenaga kerja, modal, dan lain-lain di wilayah negara anggota. Pada tahapan ini terjadi pula koordinasi dan kerjasama pada level yang tinggi dalam berbagai macam kebijakan antar negara anggota yang berdampak pada meningkatnya integrasi ekonomi negara-negara yang terlibat. Kelima, pembentukan Uni Ekonomi dan moneter. Pada tahapan ini semua aspek ekonomi dari negara anggota diatur oleh aturan dan otoritas yang sama, serta penciptaan mata uang bersama (Economides & Wilson dalam Sushanti, Dharmiasih, dan Resen 2015: 194).

ASEAN didirikan pada tanggal 8 Agustus 1967 di Bangkok oleh 5 negara anggota yaitu , Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand. Tujuan dibentuknya ASEAN adalah untuk menciptakan kawasan yang damai melalui kerjasama untuk mencapai pertumbuhan ekonomi, perkembangan sosial- budaya, serta perdamaian dan stabilitas kawasan dalam wadah ASEAN (Kementerian Luar Negeri RI, 2011). Melalui TAC 1976



atau Perjanjian Amity dan Kerjasama di Asia Tenggara, kesolidan negara-negara anggota ASEAN semakin diperkokoh melalui beberapa prinsip yaitu ; 1) saling menghormati kemerdekaan, kedaulatan, kesetaraan, integritas territorial, dan identitas semua bangsa, 2) setiap negara berhak untuk memimpin eksistensi nasionalnya yang bebas dari campur tangan pihak luar, subversi atau paksaan, 3) tidak melakukan intervensi atau mencampuri urusan dalam negeri satu sama lain, 4) menyelesaikan sengketa atau perselisihan secara damai, 5) menolak penggunaan ancaman dan kekerasan, 6) kerjasama yang lebih efektif diantara negara-negara anggota (Nuraeni, Silva, dan Sudirman,2010).

Integrasi kawasan ASEAN sebenarnya telah menjadi sebuah agenda lama. Hal ini dijelaskan secara mendalam oleh Shofwan Al Banna Choiruzzad dalam Sushanti, Dharmiasih, dan Resen, 2015 : 195) bahwa agenda integrasi kawasan dan liberalisasi ekonomi ASEAN dimulai dari ASEAN Preferential Trading Arrangements (PTA) pada tahun 1977 yang dilanjutkan dengan disepakatinya Agreement on the Common Effective Preferential Tariff ( CEPT ) Scheme for the ASEAN Free Trade Area ( AFTA ) di tahun 1992. Proses ini berlanjut melalui ASEAN Framework Agreement on Services ( AFAS) di bidang jasa dan Framework Agreement on ASEAN Investment Area ( AIA) berturut-turut di tahun 1995 dan 1998. Masyarakat Ekonomi ASEAN ( MEA) adalah tahap akselerasi dari proses regionalisme kawasan ASEAN.

Masyarakat Ekonomi ASEAN adalah perwujudan dari tujuan akhir dari integrasi ekonomi kawasan ASEAN. Tujuannya adalah untuk menciptakan kawasan ekonomi ASEAN yang stabil, sejahtera, dan memiliki daya saing yang tinggi, yang didalamnya terdapat arus barang, jasa, dan investasi yang bebas, aliran modal yang lebih bebas, serta pembangunan ekonomi yang adil dan pengurangan kemiskinan serta kesenjangan ekonomi. Terdapat empat ciri dari Masyarakat Ekonomi ASEAN yaitu pasar tunggal dan basis produksi, kawasan berdaya saing tinggi, kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata, dan kawasan yang terintegrasi dengan ekonomi global (Masyarakat ASEAN, 2015). Terdapat lima elemen penting yang hendak diwujudkan melalui integrasi Masyarakat Ekonomi ASEAN yaitu : arus barang yang bebas (*free flow of goods*); arus jasa yang bebas (*free flow of services*); arus investasi yang bebas (*free flow of investment*); aliran modal yang lebih bebas (*free flow of capital*); aliran tenaga kerja terampil yang lebih bebas (*free flow of skilled labour*). Aliran tenaga kerja terampil yang bebas inilah yang menjadi fokus penelitian ini. Tantangan yang

### **Mutual Recognition Arrangement**

*Mutual Recognition Arrangement* ( MRA ) merupakan suatu mekanisme yang disepakati negara anggota ASEAN dalam mengatur standar perdagangan jasa pada mode keempat yaitu pergerakan manusia (*movement of natural person* ). MRA yang

disepakati pada tanggal 19 November 2007 ini bertujuan mengurangi hambatan teknis perdagangan jasa dan menentukan persyaratan umum liberalisasi sektor jasa. MRA ditujukan untuk memfasilitasi mobilisasi atau arus masuk *natural person* atau tenaga kerja sehingga bisa bekerja di salah satu negara anggota ASEAN. Delapan MRA yang telah disepakati hingga saat ini antara lain: jasa insinyur, jasa perawat, arsitektur, *surveyor*, tenaga kerja pariwisata profesional, akuntan, kesehatan/praktisi medis, dan tenaga kesehatan gigi (Masyarakat ASEAN, 2015). MRA mensyaratkan bahwa tiap negara anggota ASEAN harus saling mengakui kualifikasi dan kompetensi tenaga kerja dari negara asal. Akan tetapi ada standar-standar tertentu pula yang ditetapkan oleh negara penerima yang dapat menangkal serbuan arus masuk tenaga kerja asing. Permasalahan yang kerap sekali dihadapi adalah perbedaan sistem pendidikan, pelatihan, pengalaman, mental kerja yang membuat arus masuk tenaga kerja asing menjadi tidak seimbang. Negara dengan kualitas sumber daya manusia yang tinggi akan dengan mudah dapat menguasai lapangan kerja di negara lain, namun tidak demikian halnya dengan negara dengan kualitas tenaga kerja yang rendah.

### **Ikatan Tradisional Masyarakat Bali**

Ikatan tradisional yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada tulisan Nehen ( dalam Pitana, 2003) yang menguraikan praktek keagamaan dan ikatan

tradisi yang menjadi ciri khas masyarakat Bali. Ikatan tradisional tersebut dapat dibedakan menjadi 3, yaitu: yang berkaitan dengan keluarga seseorang; yang berkaitan dengan desanya; dan yang berkaitan dengan pura pusat keluarga, *sad kahyangan*, *dangkahyangan*, dan *kahyangan jagat*. Ikatan tradisional yang berkaitan dengan keluarga seseorang dicontohkan dengan upacara-upacara adat atau keagamaan yang dilaksanakan berkaitan dengan keluarga, misalnya upacara tiga bulanan, potong gigi, upacara perkawinan, dan sebagainya. Ikatan tradisional kedua terkait dengan keanggotaan seseorang dalam banjar atau desa adat di desanya. Setiap anggota banjar atau desa adat mempunyai kewajiban untuk ikut mengadakan persiapan dan pelaksanaan upacara tersebut. Misalnya pada upacara *piodalan* di kahyangan tiga dan sebagainya. Ikatan tradisional yang ketiga menyangkut kewajiban seseorang menjadi anggota *dadia* dan melaksanakan upacara adat di *dadia*, pusat *dadia*, di *dang kahyangan*, maupun di *kahyangan jagat*.

Ketiga ikatan tradisional inilah yang akan coba diulas dalam penelitian ini dalam kaitannya dengan profesionalisme di tempat kerja. Walaupun Nehen (dalam Pitana, 2003) berargumen bahwa tidak ada masalah bagi masyarakat Bali dalam membagi waktu antara pekerjaan profesional dengan ikatan adat, namun penelitian ini akan melihat perkembangan profesionalisme pasca diberlakukannya MEA. Pekerja perantauan yang tinggal jauh dari banjar atau desa adatnya tentu kurang memiliki fleksibilitas

dalam mengikuti atau membantu setiap kegiatan adat baik yang diselenggarakan oleh tetangga di banjar atau desa adatnya, upacara di kahyangan tiga, maupun pacara-upacara lainnya di kahyangan jagat. Mengingat Bali sebagai salah satu tujuan wisata, gencarnya gempuran arus masuk tenaga asing dari negara-negara ASEAN terutama tenaga pariwisata, tentunya menimbulkan suasana kompetisi yang lebih kuat. Pandangan tenaga kerja asal Bali terkait strategi serta upaya penyeimbangan kewajiban antara ikatan kerja dengan ikatan tradisional menjadi tujuan penelitian ini seperti yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Wilayah ini dipilih karena tingginya jumlah pekerja perantauan yang berdomisili di kedua wilayah tersebut. Kota Denpasar sebagai pusat pemerintahan dan Kabupaten Badung sebagai salah satu pusat pariwisata di Bali menyediakan lapangan pekerjaan bagi penduduk lokal maupun pendatang. Dengan demikian, para pekerja dituntut untuk berkompetisi dengan sesama pekerja dan juga harus mengalami tuntutan ikatan tradisional.

Informan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu informan kunci dan informan. Informan kunci terdiri dari para tetua adat seperti *prajuru banjar*, dan tokoh adat. Informan merupakan para pekerja perantauan yang beragama Hindu, berdomisili di Denpasar dan Badung, namun

berasal dari luar kedua wilayah tersebut. Penentuan informan kunci dan informan dilakukan dengan metode *snowball* dan *purposive*. Unit analisis dalam penelitian ini adalah masyarakat secara umum, khususnya para pekerja perantauan yang masih memiliki ikatan tradisional terikat dengan adat istiadat di daerahnya berasal. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, wawancara mendalam, dan studi pustaka. Penyajian data dilakukan secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan data secara keseluruhan. Terakhir, penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif melalui pencarian hubungan antar data yang telah dikumpulkan.

#### **PEMBAHASAN**

##### **Arti Mea Bagi Para Pekerja Perantauan Dan Masuknya Arus Tenaga Kerja Asing Pasca MEA**

Pembentukan MEA sejatinya dimaksudkan untuk memberikan peluang bagi negara-negara anggota ASEAN untuk memperluas cakupan skala ekonomi, mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial ekonomi, meningkatkan daya tarik sebagai tujuan bagi investor dan wisatawan, mengurangi biaya transaksi dan perdagangan, serta memperbaiki fasilitas bisnis (Masyarakat ASEAN, Desember 2014 ). Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk maju dalam kerangka MEA tersebut. Ada beberapa hal yang menjadi potensi Indonesia; pertama, Indonesia memiliki luas wilayah dan jumlah penduduk terbesar di kawasan ASEAN yaitu kurang lebih sebesar 40% dari total

penduduk ASEAN ); kedua, Indonesia merupakan negara tujuan investor ASEAN dimana proporsi investasi negara ASEAN di Indonesia mencapai 43% dari proporsi investasi negara-negara ASEAN di ASEAN yang hanya sebesar 15%; ketiga, Indonesia berpeluang menjadi negara pengeksport dimana nilai ekspor Indonesia ke intra-ASEAN hanya 18-19 % sedangkan ke luar ASEAN berkisar 80-82% dari total eksportnya. Terbuka lebar peluang untuk meningkatkan ekspor ke intra-ASEAN agar senantiasa berimbang dengan laju peningkatan impor dari intra-ASEAN; keempat, liberalisasi perdagangan barang ASEAN dapat menjamin kelancaran arus barang untuk pasokan bahan baku maupun bahan jadi di kawasan ASEAN karena hambatan tariff dan hambatan non tariff sudah tidak ada lagi; kelima, Indonesia dengan jumlah populasi yang besar dapat memperoleh keunggulan tersendiri, yang disebut dengan bonus demografi. Perbandingan jumlah penduduk produktif Indonesia dengan negara-negara ASEAN lainnya adalah 38: 100, yang artinya bahwa setiap 100 penduduk ASEAN, 38 adalah warga negara Indonesia. Sampai dengan tahun 2035, Indonesia diperkirakan masih tetap akan merasakan bonus demografi ini. Namun demikian, bonus demografi ini harus disertai juga dengan kemampuan dan keterampilan yang dapat bersaing dengan baik sehingga kedepannya akan mampu menopang pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan perkapita penduduk Indonesia.

Tantangan terbesar yang dihadapi Indonesia, khususnya Bali, dalam menghadapi MEA ini adalah masih kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan MEA. Hal ini menjadi kekhawatiran tersendiri karena minimnya pengetahuan tentang MEA mengakibatkan masyarakat kita kurang dapat menangkap peluang yang sesungguhnya terbentang lebar. Sebuah survei yang dilaksanakan pada tahun 2012 menunjukkan bahwa sebesar 76% penduduk Indonesia belum familiar terhadap Masyarakat ASEAN, sebesar 81% penduduk Indonesia mengenal ASEAN, dan 19% bahkan mengatakan belum pernah mendengar ASEAN sama sekali (Masyarakat ASEAN, Maret 2015).

Sosialisasi mengenai MEA sudah sering dilaksanakan oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia yang bekerjasama dengan pemerintah daerah, perguruan tinggi, serta berbagai media. Di Bali sendiri, sosialisasi mengenai MEA, pernah dilaksanakan oleh Direktorat Kerjasama Ekonomi ASEAN bekerjasama dengan Disperindag Pemerintah Provinsi Bali. Kegiatan tersebut dihadiri berbagai kalangan pejabat pemerintah daerah, kalangan pelaku usaha kecil dan menengah, serta civitas akademika. Sosialisasi mengenai MEA lainnya pernah dilaksanakan juga lewat dialog interaktif oleh dua narasumber yaitu Direktur Kerjasama Ekonomi ASEAN dan Kepala Bidang Industri Agro, Disperindag Pemprov Bali di Radio Pinguin Bali pada bulan September tahun 2014. Pemilihan Radio Pinguin ini sebagai media untuk mensosialisasikan MEA bukanlah tanpa

alasan. Radio Penguin dianggap sebagai media yang tepat karena memiliki pendengar setia dari kalangan muda di Bali sehingga dipandang sebagai kanal yang paling dapat menjangkau generasi muda Bali. Harapannya, sosialisasi melalui radio ini dapat meningkatkan pemahaman generasi muda Bali mengenai integrasi ekonomi ASEAN (Masyarakat ASEAN, Desember 2014).

Sumber informasi tentang MEA juga berasal dari media elektronik, media cetak, dan media sosial. Media elektronik yang paling sering menerpa narasumber dengan informasi tentang MEA adalah televisi, karena sifatnya yang audio-visual dan mampu menjangkau banyak pihak dalam sekali tayang. Di sisi lain, media sosial juga berkontribusi dalam memberikan informasi mengenai MEA. Dekatnya media sosial dengan kehidupan sehari-hari masyarakat ternyata mampu memberikan tambahan pengetahuan tentang MEA. Sebaliknya, media cetak ternyata hanya mampu menyentuh sedikit dari pengetahuan narasumber tentang MEA, karena sifatnya yang visual. Selain itu, secara umum, media cetak menggabungkan informasi MEA dengan berita-berita terkait sehingga esensi informasi tentang MEA menjadi kabur.

Meskipun sosialisasi mengenai MEA telah dilakukan, pekerja perantauan yang menjadi informan dalam penelitian ini secara garis besar belum memiliki kesadaran (*awareness*) terhadap keberadaan MEA. Banyaknya sumber informasi tentang MEA memang mampu menambah pengetahuan para pekerja perantauan

tentang apa dan bagaimana dampak MEA pada kehidupan masyarakat, terutama para pekerja. Namun, pengetahuan ini ternyata tidak diiringi oleh kesadaran para pekerja perantauan tentang kompetisi sumber daya manusia. Kebanyakan dari para pekerja perantauan memang pernah mendengar Masyarakat ASEAN dan Masyarakat Ekonomi ASEAN, namun mereka masih belum dapat menjelaskan apa perbedaan antara ASEAN sebagai sebuah organisasi regional dengan Masyarakat ASEAN dan MEA sebagai salah satu pilarnya sebagai tahapan lanjutan dari integrasi kawasan. MEA digambarkan semata-mata sebagai sebuah proses penyatuan ( integrasi ) negara-negara ASEAN tanpa mengetahui lebih lanjut dampak-dampak yang akan dirasakan oleh masyarakat secara langsung setelah pemberlakuan arus bebas tenaga profesional ( Wawancara pada tanggal 12 Agustus 2016). Ada pula informan yang memberi jawaban bahwa MEA merupakan upaya penyatuan mata uang negara-negara ASEAN sebagaimana halnya penggunaan Euro sebagai mata uang bersama di negara-negara Uni Eropa ( Wawancara dengan informan pada tanggal 15 Agustus 2016). Jawaban yang lebih mengena dengan definisi MEA disampaikan oleh informan yang memberi jawaban bahwa MEA merupakan sebuah komitmen yang dibuat oleh seluruh negara anggota ASEAN untuk meningkatkan arus perdagangan antar sesama anggota ASEAN sehingga seluruh anggota ASEAN menjadi semakin makmur ( wawancara dengan informan pada tanggal

13 Agustus 2016).

Salah seorang narasumber menyebutkan bahwa konsekuensi MEA baginya hanyalah mampu memberi kesempatan untuk berkunjung ke negara-negara ASEAN tanpa menggunakan visa. MEA telah berjalan hampir setahun dari sejak diberlakukannya di Indonesia pada akhir tahun 2015. Namun, tingkat pengetahuan pekerja mengenai kompetisi sumber daya manusia pasca MEA ternyata tidak mendalam.

Terkait dengan *Movement of Natural Persons* dan kemungkinan arus masuk tenaga kerja asing terutama dari kawasan ASEAN ke Bali, para pekerja perantauan yang menjadi informan dalam penelitian ini memberi jawaban yang beragam. *Movement of Natural Persons* dianggap sebagai sebuah kesempatan sekaligus sebagai sebuah ancaman ibarat dua sisi mata pedang. *Movement of Natural Persons* sebagai sebuah kesempatan membuka kesempatan kerja yang selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia, tidak hanya di wilayah Indonesia tetapi juga di kawasan ASEAN. Tanggapan positif terkait masuknya arus tenaga kerja asing dari kawasan ASEAN ke Bali khususnya, berasal dari pandangan bahwa masuknya tenaga kerja asing ke Bali pasca MEA sebagai sarana untuk belajar dan meningkatkan skills yang dibutuhkan di dunia kerja, ketimbang sebagai sebuah persaingan dalam merebut mata pencaharian.

Tanggapan yang berbeda memberikan sebuah argumentasi yang sebaliknya. Masih banyak para pekerja

perantauan yang merasa cemas akan kehilangan pekerjaan mereka saat ini bila ternyata arus tenaga kerja asing benar-benar masuk ke Bali. Saat ini, masyarakat Bali sangat bergantung dari industri pariwisata. Para pemuda yang berasal dari desa lebih banyak yang memilih untuk melanjutkan pendidikannya pada sekolah-sekolah pariwisata dengan harapan setelah lulus nanti mereka akan langsung bekerja di hotel ketimbang menggarap lahan pertanian yang ditinggalkan oleh orangtua mereka (Agustus 2016). Selain itu, pandangan pesimis terkait masuknya arus tenaga kerja asing ke Bali dikarenakan anggapan bahwa tenaga kerja asing dari kawasan ASEAN memiliki keterampilan dan kualifikasi yang lebih tinggi dibandingkan tenaga kerja lokal karena kualitas pendidikan mereka yang lebih baik.

Pengetahuan tentang MEA hanya pada level permukaan, belum sampai pada tingkatan sadar bahkan penentuan sikap terhadap sebuah informasi. Mereka hanya tahu bahwa MEA membawa tenaga kerja asing masuk ke Indonesia, khususnya Bali tanpa mempersiapkan diri untuk ikut bersaing keluar.

### **Profesionalisme Vs Ikatan Tradisional**

Informan yang dipilih ini adalah mereka yang telah menikah dan saat ini bekerja di perusahaan-perusahaan swasta yang mencakup berbagai bidang seperti: restoran, hotel, tour and travel, bank, serta industri pariwisata lainnya. Untuk beberapa informan kunci yang digunakan

dalam penelitian ini diantaranya adalah para tokoh-tokoh adat masyarakat Bali serta pekerja pada tingkat manajerial di perusahaan-perusahaan swasta yang dapat memberikan pandangan mengenai situasi kerja yang dihadapi oleh para pekerja perantauan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, para informan memberikan pandangan yang beragam mengenai pengaruh ikatan tradisional terhadap profesionalisme di tempat kerja. Jenis pekerjaan, kondisi keluarga di daerah asal pekerja, *sima* ( peraturan desa ) di tempat asal pekerja perantauan, serta aturan perusahaan menjadi penyebab beragamnya pandangan mengenai pengaruh ikatan tradisional terhadap profesionalisme di tempat kerja.

Secara garis besar, para informan mengemukakan bahwa mereka lebih mengutamakan pekerjaan dibandingkan kehadiran pada ikatan tradisional. Namun pada ikatan tradisional yang terikat pada keluarga seperti pada upacara mesangih, pawiwahan, dan ngaben, para informan mengungkapkan antusiasme untuk dapat menghadiri acara keluarga tersebut. Selain karena acara-acara tersebut berkaitan dengan ikatan kekeluargaan, alasan lainnya mereka memprioritaskan kehadiran mereka pada acara tersebut, karena upacara – upacara diatas sudah direncanakan jauh-jauh hari sehingga mereka bisa membuat perencanaan untuk mengambil cuti dan mengatur jadwal kerja dengan rekan-rekan kerja. Informan lainnya menyebutkan pula

bahwa atasan atau perusahaan tempat bekerja lebih bisa menerima alasan pengajuan cuti untuk acara-acara keluarga inti, ketimbang acara-acara *ngayah* atau *metulungan* pada keluarga tetangga, di banjar , ataupun di tempat lain. Inilah hal yang menjadi polemik saat ini karena kegiatan-kegiatan adat di Bali sangat bergantung kepada *padewasaan* atau hari baik. Sebagai akibatnya, dalam satu banjar, jika hari baiknya telah tiba, maka akan terdapat beberapa keluarga yang menyelenggarakan upacara serupa. Hal ini sangat disadari oleh para pemilik perusahaan, sehingga mereka membatasi ijin cuti hanya pada acara-acara keluarga yang bersifat penting.

Untuk melakukan kewajiban terhadap ikatan tradisional tersebut, tidak banyak yang bisa dilakukan oleh para pekerja perantauan. Beberapa informan mengatakan bahwa ikatan tradisional selaian pada keluarga inti, biasanya digantikan oleh keluarga yang berada di rumah asal mereka. Namun tidak jarang hal ini menimbulkan konflik baru di dalam keluarga. Keluarga yang tinggal di rumah asal merasa terbebani untuk melakukan segala kegiatan tersebut, sedangkan pekerja perantauan sering dilabeli *egois* karena hanya mementingkan kemajuan untuk dirinya sendiri dan melupakan kewajiban di rumah asal. Beberapa informan memilih untuk datang jika mereka memiliki waktu dan bersifat pasrah saja terhadap gunjingan yang ditujukan kepada mereka. Ada pula informan yang memilih untuk mengganti ketidakhadiran mereka dengan sumbangan

yang ditujukan kepada penyelenggara upacara. Sumbangan tersebut dapat berupa barang-barang kebutuhan seperti beras, kain, hewan, maupun dalam bentuk uang. Hal ini dimaksudkan agar mereka maklum akan situasi yang dihadapi oleh para pekerja perantauan.

Salah seorang narasumber menyebutkan bahwa jika tenaga kerja lokal tak mampu bersaing dengan tenaga kerja asing, maka tingkat pengangguran akan semakin tinggi. Apalagi jika tidak dibekali dengan kemampuan dan keterampilan yang berkualitas. Menurut salah seorang narasumber, dari segi kualitas, tenaga kerja lokal tidak kalah dengan tenaga kerja asing. Namun, terkadang *mindset* masyarakat kita yang menilai bahwa pekerja asing lebih baik daripada pekerja lokal. Selain itu, pada beberapa perusahaan, terutama pada sektor pariwisata, pihak manajerial lebih mempercayai kemampuan pekerja asing dibandingkan pekerja lokal. Pada beberapa kasus, kebijakan tersebut membuat pekerja lokal kalah bersaing dengan tenaga kerja asing. Pada beberapa perusahaan, tenaga kerja asing mendapatkan keistimewaan berupa gaji dan terkadang fasilitas yang lebih baik dibandingkan tenaga kerja lokal.

Narasumber lain yang bekerja pada sektor pemerintah menyatakan bahwa keuletan dan kemampuan membaca peluang merupakan nilai lebih dari tenaga kerja asing. Mereka selalu mampu memanfaatkan berbagai celah pekerjaan dan kesempatan untuk meningkatkan kualitas diri.

Beberapa saran diberikan oleh para narasumber agar kualitas

tenaga kerja lokal dapat bersaing dengan tenaga kerja asing. Salah satunya adalah dengan meningkatkan profesionalisme pekerja lokal. Secara keterampilan, sebenarnya tenaga kerja lokal tidak jauh berbeda dengan tenaga kerja asing, terutama yang berasal dari negara-negara ASEAN. Namun, kedisiplinan dan integritas tenaga kerja lokal yang masih harus dibenahi. Selain itu, diperlukan peningkatan kesadaran untuk selalu mau terus mengembangkan diri melalui pelatihan-pelatihan. Tenaga kerja lokal sebaiknya terus memperdalam kemampuan-kemampuan khusus agar spesialisasi dapat tercapai. Faktor lainnya yang berkaitan dengan peningkatan kualitas sumber daya tenaga kerja lokal adalah bahasa. Beberapa negara ASEAN menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa sehari-hari mereka. Namun, di Indonesia, khususnya di Bali, Bahasa Inggris lebih intens digunakan pada sektor-sektor yang berkaitan dengan pariwisata. Padahal, kemampuan berbahasa merupakan salah satu ukuran yang dapat meningkatkan daya tawar tenaga kerja lokal. Solusi lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas pendidikan dan kesiapan mental para pekerja lokal. Pemerintah dan tenaga kerja lokal sendiri harus mempersiapkan mental bersaing sejak dini.

### **Pencapaian Puncak Karir Bagi Pekerja Perantauan Di Tengah Kompetisi MEA Dan Ikatan Tradisional**

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui metode wawancara dengan para informan yang dipilih



melalui metode *purposive*. Informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pekerja perantauan Bali yang beragama Hindu dan berdomisili di kota Denpasar dan Badung. Informan yang dipilih ini adalah mereka yang telah menikah dan saat ini bekerja di perusahaan – perusahaan swasta yang mencakup berbagai bidang seperti : restoran, hotel, tour and travel, bank, serta industri pariwisata lainnya. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh tim peneliti terhadap beberapa informan yang berhasil diwawancarai untuk kepentingan penelitian ini, didapatkan temuan bahwa bagi sebagian besar informan, puncak karir bukanlah hal yang terpenting bagi mereka. Pekerjaan yang mereka geluti saat ini membuat mereka berada pada ”zona nyaman“, artinya mereka dengan kondisi dan jabatan dalam pekerjaan saat ini mampu membagi kewajiban di tempat kerja dan kewajiban sosial dengan baik. Walaupun mereka tidak akan menolak jika diberi kesempatan untuk menaiki jabatan yang lebih tinggi.

Hal yang lebih utama bagi mereka adalah kenaikan gaji secara berkala berdasarkan masa kerja mereka. Seorang informan menegaskan secara eksplisit bahwa tantangan untuk membagi waktu antara pekerjaan dengan ikatan-ikatan tradisional itulah yang menjadi alasan dia tidak berani untuk mengambil tantangan karir yang lebih tinggi. Alasan seperti “memiliki orangtua yang sudah sepuh dan tinggal seorang diri di kampung” menjadi alasan kuat untuk tidak terlalu ambisius

dalam karir. Berdasarkan wawancara juga ditemukan bahwa informan wanitalah yang cenderung tidak mau meningkatkan karir mereka dengan berbagai alasan seperti keluarga yang nanti terbengkalai dan juga akibat aturan *ngayah* di banjar. Banyak yang merasa *malu* karena tidak pernah *terlihat* di banjar.

Peningkatan karir, ditengah tuntutan ikatan tradisional, lebih dimungkinkan jika mereka menjadi anggota banjar adat di tempat domisili mereka. Hal ini memungkinkan mereka untuk tidak terlalu susah memikirkan jarak dan waktu yang cukup jauh dan lama untuk ditempuh jika harus memenuhi kewajiban terkait ikatan tradisional, khususnya yang bersifat *incidental*. Mereka bisa tetap pulang ke kampung halaman bila ada upacara seperti *pioadalan* di pura keluarga dan hari-hari besar keagamaan. Akan tetapi, pendapat yang berseberangan mengatakan bahwa pindah keanggotaan banjar adat bukanlah sebuah solusi yang tepat. Masyarakat Bali umumnya memiliki ikatan yang cukup erat dengan tanah kelahiran dan riwayat leluhur. Solusi yang lebih baik adalah menyederhakan semua kegiatan-kegiatan upacara adat terkait ikatan tradisional agar lebih sesuai dengan perkembangan jaman.

## KESIMPULAN

Berlangsungnya Masyarakat Ekonomi ASEAN ( MEA ) membuka sebuah peluang sekaligus sebuah ancaman bagi tenaga kerja Indonesia. Peluang tersebut dapat diambil jika sumber daya

manusia Indonesia memiliki kualitas dan dapat bersaing hingga tembus ke pasar pasar karya yang terbuka di seluruh kawasan ASEAN dalam kerangka MEA. Namun, MEA bisa menjadi ancaman ketika sumber daya manusia Indonesia justru tidak dapat bersaing dari serbuan tenaga kerja asing yang masuk ke tanah air. Keterampilan atau *skill* bukanlah satu-satunya faktor penentu profesionalisme dan daya saing SDM kita, penelitian ini menemukan bahwa ada faktor adat –istiadat yang terlalu mengikat dapat menjadi salah satu faktor menurunnya profesionalisme tenaga kerja kita. Tuntutan yang terlalu besar terhadap “kehadiran fisik “ dalam setiap kegiatan adat menyebabkan tenaga kerja perantauan seringkali kebingungan memilih antara pekerjaan atau tuntutan ikatan tradisional dengan banjar adat. Oleh karena itu, penelitian-penelitian selanjutnya yang terkait dengan upaya-upaya penyederhaan ikatan tradisional tanpa menghilangkan makna dari upacara itu sendiri perlu untuk dilaksanakan.

## Daftar Pustaka

- Bakry, Suryadi, 1999. *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. Jakarta: Jayabaya University Press
- Kementerian Luar Negeri RI, *Masyarakat ASEAN* Edisi 7, Maret 2015
- Kreitner, Robert and Angelo Kinicki. 2014. *Perilaku Organisasi*. Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat
- Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Pembaharuan
- Mingst, Karen A., 2003. *Essentials of International Relations*. 2<sup>nd</sup> Edition. New York : Norton Company
- Nehen, Ketut, 1994, *Manusia Bali di Persimpangan Jalan* dalam Pitana, I Gede (ed), “Dinamika Masyarakat dan Kebudayaan Bali “, Denpasar : Offset BP
- Pamudji. 1994. *Profesionalisme Aparatur Negara dalam Meningkatkan Pelayanan dan Perilaku Politik Publik*. Jakar : Widya Praja
- Poerwopoespito, F.X. Oerip S, dan T.A. tatag Oetomo. 2000. *Mengatasi Krisis Manusia di Perusahaan*. Jakarta : Grasindo
- Rudy, T. May, 1993. *Teori, Etika, dan Kebijakan Luar Negeri*. Bandung: Angkasa
- S, Nuraeini, Deasy Silvy, dan Arfin Sudirman, 2010. *Regionalisme dalam Hubungan Internasional*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Steans, Jill & Lloyd Pettiford, Thomas

Diez, Imad El-Anis, 2010. *Introduction to International Relations Theory: Perspective and Themes*, Essex: Pearson Education Limited

Sushanti, Sukma., D.A. Wiwik Dharmiasih, Putu Titah Kawitri Resen, 2015. *Membaca Kesiapan Praktisi Medis Di Pulau Bali dalam Menghadapi Ekonomi ASEAN 2015*, Jurnal Widya Sosiopolitika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana, Vol. 6. No. 2, September 2015

Thompson, Kenneth W. and Roy C. Macridis, 1975. *The Comparative Study of Foreign Policy* dalam Roy C. Macridis ( ed), “ Foreign Policy in World Politics”, New Jersey: Prentice Hall

## **FAIR TRADE: SEBUAH ALTERNATIFKAH ?**

Sukma Sushanti

Program Studi Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Udayana

Email : sukmasushanti@gmail.com

### ***Abstract***

*We often hear and read the news about worker discrimination, the poverty still exist in the most productive area with abundant resources. Based on the idea as a social movement that collaborated with business, Fair Trade brings the benefits of trade into the hands of communities that need it most. It sets new social and environmental standards for international companies and demonstrates that trade can indeed be a vehicle for sustainable development. Fair Trade provides a new mechanism that govern the international trade system, in which international trade has been dominated by the free market mechanism. Nevertheless, the concept of Fair Trade still debatable recently, whether it is an alternative trade that can provide benefits to communities inside, or it is a free market mechanism in a new packaging. However, the group of ethic consumer keep campaigning about the awareness in consumption patterns will impact to the smallest element in the trade cycle, local producers or known as a community trade. The cycle that occurs in this trading mechanism will run linearly by eliminating the role of intermediaries (middle man), thus the producers and workers will get profit in proportional amount that bring more welfare to the society.*

***Keywords: Fair Trade, community trade, free market, ethic consumer, intermediaries, social movement***

### **LATAR BELAKANG**

Dominasi liberalisme dalam kegiatan perdagangan internasional telah dimulai sejak tahun 1700an hingga sekarang. Masih meyakini bahwa minimnya intervensi pemerintah dengan mengusung semangat kebebasan pasar, akan memudahkan capaian kesejahteraan secara individu secara optimal. Transaksi barang dan jasa berlangsung begitu cair dengan meminimalkan sekat-sekat proteksi antar negara. Rezim pasar bebas yang merupakan preskripsi organisasi perdagangan dunia (WTO) menjadi indikator utama yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan

ekonomi dunia. Preskripsi yang dibawa oleh WTO telah membawa negara-negara maju untuk dengan mudahnya mendapatkan akses pasar bagi produk-produknya dengan hambatan minim. Semangat pasar bebas yang menyuntikan energi kebebasan perdagangan tanpa halangan dan tanpa diskriminasi, dengan doktrinnnya untuk pencapaian kemakmuran bersama. Namun secara praktik hal itu tidak diiringi kemudahan bagi negara-negara lain, terutama negara berkembang untuk dengan mudah mendapatkan akses pasar di negara maju. Berbagai upaya dilakukan untuk menghambat masuknya komoditas

ke negara maju, karena liberalisme perdagangan meskipun mengusung jargon kebebasan pasar (*laizzes faire*) tidak dapat menghilangkan intervensi *invisible hand* terutama terkait dalam pengaturan mekanisme harga yang membuat kegiatan transaksional seringkali menjadi tidak efektif (Anna Hutchens, 2009). Meskipun kebebasan pasar menjadi prinsip dasar dari praktik perdagangan yang dikontribusikan oleh semangat globalisasi, tidak dapat dinafikan keputusan-keputusan politik yang mempengaruhi dinamika pasar sangat lekat (Stiglitz, 2013), sehingga berbagai diskriminasi sangat mungkin terjadi pada berbagai elemen pasar, termasuk komponen yang terlibat dalam kegiatan produksi.

Kedinamisan pasar yang menjadi prinsip dasar untuk menyejahterakan banyak pihak yang terlibat dalam kegiatan transaksional, akhirnya menimbulkan dilema pasar yang semakin sarat akan konflik sosial. Hal itu semakin dipertajam dengan fenomena globalisasi pasar yang dianggap sebagai preskripsi yang paling idealis dalam memaknai fenomena interaksi banyak pihak, yang tidak lagi dibatasi ruang gerak negara-bangsa, justru telah menimbulkan segmentasi pasar yang terkotak-kotak. Mengukuhkan ketimpangan antara posisi utara dan selatan. Sehingga globalisasi yang mempengaruhi pasar telah memfragmentasi kegiatan perdagangan lintas batas negara tak ubahnya mendekati dengan kemiripan praktik-praktik imperialisme di masa lampau. Ide utama globalisasi yang ingin menempatkan semua pihak dalam kegiatan

transaksional secara linear, ternyata pada kenyataan telah menimbulkan kesenjangan kelas ekonomi yang semakin dalam (Petras dan Veltmeyer, 2001). Selain itu globalisasi yang seharusnya mampu memproyeksikan interdependensi yang bersifat mutual tak ubahnya hanya sebagai mitologi belaka (Petras dan Veltmeyer, 2001). Dengan kata lain, globalisasi perdagangan justru telah berkontribusi terhadap berbagai ketimpangan, dan kesenjangan antara negara di utara (maju) dan negara di selatan (berkembang) (Stiglitz, 2013). Selain itu, pandangan-pandangan kritis mengenai praktik *free trade* yang dinilai

telah menyebabkan banyak pihak tidak ikut merasakan keuntungan dari mekanisme perdagangan ini, terutama kelompok produsen dari negara berkembang<sup>1</sup>. Fungsi dan peran yang dijalankan oleh organisasi perdagangan dunia (WTO) sebagai global manajemen yang mengawasi jalannya praktik *free trade*, tidak mampu secara maksimal untuk memberikan dampak konsekuensi tegas bagi pelanggaran kegiatan perdagangan,

---

<sup>1</sup> *Free trade* dianggap telah gagal mewujudkan kemakmuran bagi semua pihak yang terlibat terutama terkait dengan terbatasnya akses pasar bagi kelompok produsen kecil yang berada di negara berkembang, terutama yang bergantung pada sektor komoditas; informasi mengenai pasar yang tidak menjangkau para produsen yang berada di wilayah terpencil; keterbatasan akses terkait terhadap pasar keuangan yang berkorelasi pada mekanisme harga produk-produk yang dipasarkan; minimnya akses bagi sarana kredit pengembangan usaha bari kelompok produsen yang berada di wilayah terpencil; ketidakmampuan dalam melakukan diversifikasi usaha yang lebih menguntungkan secara ekonomi; lemahnya aspek legal terkait kebijakan perdagangan di negara berkembang. Nichols dan Opal dalam Anna Hutchens. 2009. *Changing Big Business*. Massachusetts. Edward-Elgar Publishing Inc. Hal. 57-58

terutama jika hal tersebut terkait dengan kepentingan negara-negara barat dan aliansinya. Hal itu semakin jelas terlihat jika mengamati putaran-putaran perundingan yang berlangsung di WTO yang selalu terkendala oleh penolakan negara-negara maju yang menganggap konsensus tersebut dapat mengorbankan kepentingan mereka, apabila disetujui secara aklamasi. Putaran Doha hingga saat ini pun belum menemui titik terang, akibat adanya klausul yang mengharuskan negara-negara maju membuka akses pasar bagi komoditas pertanian dari negara berkembang, serta adanya konsekuensi berupa pengurangan proteksi domestik untuk komoditas tersebut. Sehingga kondisi yang tidak seimbang ini menyebabkan kelompok produsen di negara berkembang yang mengandalkan pada sektor komoditas menjadi pihak yang termarginalkan dalam mekanisme pasar bebas, meskipun secara kualitas produk, mereka mempunyai keunggulan yang tidak kalah dari produk sejenis yang dihasilkan di negara-negara maju.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Fair Trade Sebagai Sebuah Alternatif Pilihan**

Hal inilah yang menjadi tolak ukur awal munculnya perhatian yang menekankan pada prinsip keadilan, sebagai dampak dari mekanisme *free trade* yang selama ini menjadi praktik perdagangan dunia. Keadilan menjadi rujukan pesan mendasar yang dibawa oleh gerakan perdagangan alternatif (*fair trade*). Gerakan yang semakin masif dan signifikan semakin terlihat di era

1990an yang diinisiasi oleh kelompok konsumen, bahwa perilaku ekonomi yang dilakukan selama ini menimbulkan dampak yang cukup serius bagi pihak lain. Kegiatan perdagangan yang diinisiasi oleh Kelompok konsumen inilah dianggap sebagai sebuah perdagangan alternatif<sup>2</sup>, sebagai sebuah solusi bagi pihak-pihak yang selama ini tidak diuntungkan oleh struktur dari rezim perdagangan bebas. Dengan kata lain eksistensi *fair trade* merupakan sebuah komitmen dari kelompok anti globalisasi yang menyerukan unsur-unsur sosial tidak boleh terabaikan dari kegiatan konsumsi dan produksi yang dilakukan (Belgian Science Policy, 2005). Semangat yang diusung bahwa gerakan sosial tidak hanya bisa dilakukan melalui pemberian bantuan asing, namun dapat juga secara efektif dilakukan melalui kegiatan perdagangan.

*Fair trade* mempunyai 10 prinsip dasar dalam praktiknya yakni menciptakan kesempatan bagi kelompok produsen yang termarginalkan; transparansi dan akuntabilitas; pemberdayaan kapasitas bagi para produsen dan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan produksi; aktif dalam mensosialisasikan *fair trade*; harga yang adil; kesetaraan gender; menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan aman; perlakuan adil terhadap pekerja anak;

---

<sup>2</sup>Perdagangan alternatif atau *Fair trade* adalah sebuah mekanisme perdagangan adil yang berlandaskan kerjasama, bersifat transparan, linier, dan juga memperhatikan nilai-nilai sosial yang mengedepankan anti diskriminasi dalam kegiatan produksi hingga pemasarannya. De Carlo, Jacqueline. 2007. *Fair Trade*. England. Oneworld-Publication. Hal. 3

aktif dalam kampanye lingkungan; relasi perdagangan yang adil dan sehat (Anna Hutchens, 2009). Prinsip-prinsip inilah yang memberikan ciri khas pada praktik *fair trade* yang tidak hanya menenkankan pada aspek bisnis saja, namun juga aspek sosial, sehingga perdagangan ini akan mengkolaborasikan bisnis dan gerakan menjadi sebuah sinergi kebaruaran dalam perdagangan internasional. Sehingga *fair trade* merupakan simbol dari kolaborasi antara bisnis dan solidaritas yang dijalankan bersinergi (Belgian Science Policy, 2005). Sepuluh prinsip yang memberikan nuansa solidarias gerakan sosial tersebut, berlandaskan satu ide yang fundamental yakni untuk memberikan harga pasar yang layak untuk pemenuhan kebutuhan dasar dari para produsen kecil atau petani yang kemudian dikenal sebagai *community trade* (Dragusanu, dkk, 2014).

Dalam mekanisme perdagangan ini juga dimunculkan inovasi yang terkait dengan kegiatan transaksionalnya, yakni pembayaran langsung terhadap produsen, transparansi pemasaran guna mendukung hubungan dagang yang jangka panjang, nilai produk premium yang harus dialokasikan untuk kepentingan sosial dan pengembangan kapasitas produsen guna mendukung program pembangunan yang berkelanjutan (Brown, 1993). Ciri khas yang dibawa oleh mekanisme perdagangan alternatif ini akan membawa perubahan yang cukup signifikan dengan tetap mengedepankan kesejahteraan semua pihak. Mekanisme perdagangan yang tidak lagi menaruh peran

*middle man* dalam kegiatan transaksinya, karena komponen tersebut dinilai yang telah membuat praktik perdagangan bebas selama ini tidak efektif (Brown, 1993). Namun dalam perkembangannya, kampanye dari kegiatan perdagangan ini banyak disuarakan oleh kelompok konsumen di negara-negara maju, yang cukup peka melihat dampak yang muncul dari kegiatan konsumsi yang selama ini dilakukan oleh masyarakat.

### **Gerakan Konsumen Etis**

Semangat konsumen yang kemudian kerap dikenal sebagai kelompok konsumen etis, membuat sebuah gagasan untuk merumuskan sebuah praktik perdagangan internasional yang lebih bertanggungjawab terhadap isu-isu sosial yang selama ini muncul sebagai akibat dari praktik perdagangan bebas. Mengedepan gerakan konsumen etis yang lebih menekankan nilai-nilai sosial dari praktik perdagangan yang dilakukan. Perdagangan yang adil atau dikenal sebagai *fair trade* dianggap sebagai sebuah terobosan perdagangan alternatif dengan berpijak pada prinsip-prinsip sosial atau etis dalam praktiknya. Pertimbangan-pertimbangan etis selalu dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan kegiatan konsumsinya (Yayasan Samadi, 2004), yang selama ini hal itu selalu terabaikan dalam praktik perdagangan bebas. Sebagai contoh nilai etis yang melekat pada sebuah produk menjadi pertimbangan utama bagi konsumen sebelum mengkonsumsi produk-produk tertentu, misalnya pelabelan mengenai perlindungan hak-hak perempuan yang ditemukan dalam produk-produk

kecantikan dari perusahaan yang melakukan klaim bahwa mereka adalah bagian pelaku perdagangan alternatif ini. Selain itu label pada beberapa produk yang beredar di pasaran bahwa nilai yang dibayarkan konsumen akan dialokasikan pada kegiatan konservasi terhadap hewan yang dilindungi.

Konsekuensi dari nilai-nilai sosial yang melabeli produk tersebut adalah harga premium yang harus ditanggung oleh konsumen. Hal itu disebabkan karena struktur harga pada produk-produk etis tersebut dipengaruhi oleh standar dan persyaratan guna memenuhi biaya sosial dan lingkungan, sesuai dengan komitmen dari produsen yang telah berkomitmen pada prinsip-prinsip *fair trade*. Justru pesan-pesan yang disampaikan melalui produk-produk yang dipasarkan dalam perdagangan alternatif ini semakin menstimulasi permintaan pasar yang terus meningkat. Menurut The Soil Association pada tahun 1999 (Yayasan Samadi, 2004) terdapat kenaikan permintaan konsumen sebesar 40 % terkait dengan produk-produk pertanian organik. Salah satu indikator dari kenaikan permintaan ini, karena kesadaran masyarakat bahwa produk-produk pertanian yang selama ini dipasarkan dengan menggunakan pestisida ditenggarai sebagai media yang bersifat karsinogenis, yaitu salah satu pemicu kanker jika dikonsumsi dalam jangka panjang. (Yayasan Samadi, 2004).

Harga premium dari produk-produk perdagangan alternatif ini telah melalui proses birokrasi panjang, sebelum

dipasarkan. Harga premium produk akan menyesuaikan aturan-aturan yang terstruktur, dan harus dipatuhi oleh setiap produsen, baik itu skala besar ataupun produsen kecil yang baru tumbuh. Ide sertifikasi ataupun label produk merupakan sebuah gagasan yang dikembangkan sejak tahun 1990an, dan sudah dilembagakan secara formal. Sehingga menjadi hal yang mutlak bagi para produsen untuk mengikuti aturan main yang disepakati, ketika ingin mendapatkan akses pasar konsumen terutama di negara-negara maju, seperti Eropa atau pun Amerika Serikat (Hutchen, 2009). Mekanisme birokrasi sertifikasi dan label pun menjadi sebuah dilema yang harus dihadapi produsen *fair trade* saat ini. Fenomena ini dianggap sebagai politik pasar yang sebetulnya tidak jauh berbeda dengan praktik perdagangan dari rezim yang sebelumnya (perdagangan bebas), dimana sebuah organisasi perdagangan membuat sejumlah aturan main bagi anggotanya, mulai dari proses produksi hingga pemasaran secara internasional. Banyak kalangan menilai bahwa perdagangan alternatif ini menjadi tidak jauh berbeda sebagai sebuah kebiasaan bisnis yang lazim dilakukan (Hutchen, 2009), sebagai salah satu kritik yang muncul dari praktik perdagangan alternatif ini.

Hakikatnya praktik dari perdagangan ini salah satunya adalah ingin menumbuhkan kesadaran dikalangan pekerja mengenai hak-hak yang melekat padanya, dengan bersikap kritis terhadap lingkungan kerjanya, yakni apakah aturan yang



ditetapkan oleh sebuah perusahaan bersifat diskriminatif, baik itu terkait dengan sistem pengupahan, dan sebagainya. Meskipun pada praktik perdagangan sebelumnya, tidak dinafikan bahwa perusahaan yang melakukan ekspansi kegiatan produksinya akan memberikan dampak penyerapan sumber daya manusia di berbagai negara, namun hal-hal detil mengenai dampak dari mekanisme aturan perusahaan terhadap pekerja bukan menjadi sebuah isu yang penting (De Carlo, 2007). Pemberdayaan pekerja menjadi salah satu agenda penting yang dibawa oleh *fair trade* sejak awal digemakannya bentuk perdagangan alternatif ini (De Carlo, 2007). *Fair trade* merupakan rezim perdagangan yang lekat pada gerakan yang pro terhadap kelompok yang dimarginalkan, dalam hal ini buruh. Salah satu syarat penting dari sebuah produk yang dipasarkan dalam kerangka *fair trade* harus bebas dari marginalisasi kelompok buruh. Sehingga konsumen pun memiliki kesepahaman bahwa pola konsumsi yang mereka lakukan akan berkontribusi pada perbaikan sosial terutama nasib dari para buruh ataupun produsen kecil (petani). Oleh karena itu *fair trade* bisa dikatakan sebagai sebuah kerangka kerja yang menstimulasi gerakan sosial, dengan menempatkan kebebasan dalam memilih produk-produk konsumtif bagi para konsumen dan juga menumbuhkan solidaritas sosial sebagai sesama manusia (De Carlo, 2007). Sehingga praktik *fair trade* mampu menciptakan rezim perdagangan yang egaliter antara produsen atau petani kecil di bagian selatan

dunia dengan konsum atau produsen besar yang berada di bagian utara (Reynold dkk, 2007)

Mekanisme pemasaran produk yang dihasilkan dari kegiatan produksi yang berbasis *fair trade* pun memiliki karakteristik yang berbeda dari praktik perdagangan yang lazim dilakukan selama ini. Pelabelan produk *fair trade* menjadi strategi yang esensial untuk dilakukan, dengan harapan kelompok konsumen etis yang telah dipaparkan sebelumnya, akan lebih mudah dalam memilih preferensi konsumsinya. Label etis dari produk-produk yang dipasarkan menjadi garansi bahwa mekanisme perdagangan ini telah mengimplementasikan prinsip-prinsip dasar dari perdagangan alternatif ini. Selain itu pelabelan memiliki tujuan untuk menjamin keberlangsungan pelestarian lingkungan dan keberpihakan terhadap kelompok pekerja ataupun produsen kecil (petani) yang selama ini termarginalkan oleh praktik perdangan bebas (Reynolds Dkk, 2007).

## **PEMBAHASAN**

### **Fair Trade: Terobosan Baru Atau Ide Lama Dalam Kemasan Baru**

Seiring dengan perkembangannya, fokus praktik perdagangan alternatif ini harus berhadapan dengan birokrasi internal yang cukup pelik. Semangat gerakan sosial harus terfragmentasi oleh politik internal yang diasosiasikan dengan akses pasar. Awal Namun implementasinya, perdagangan alternatif ini telah menciptakan sebuah peluang pasar baru dengan menggunakan mekanismeyang dianggap lebih berorientasi

pada profit, sebagai contoh prosedur sertifikasi yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya. Sehingga prinsip-prinsip sosial yang seharusnya menjadi suatu hal fundamental telah bergeser menjadi prioritas yang bersifat sekunder, dan lebih menekankan pada komoditas yang dapat meningkatkan keuntungan bagi sebagian pihak. Salah satu kritik yang mengemuka melihat mekanisme pemasaran yang dilakukan oleh FLO (Fair Trade Labelling Organization), sebagai salah satu lembaga yang penting dalam memberikan sertifikasi atau label dari setiap produk yang hendak dipasarkannya (Reynolds dkk, 2007). Kritik lain yang diberikan pada mekanisme pelabelan adalah salah satu bentuk cerminan kepentingan dari negara maju, dengan konsekuensi beban yang harus ditanggung oleh negara berkembang sebagai daerah asal komoditas produk-produk *fair trade* (Reynolds dkk, 2007). Jika ditinjau lebih jauh hal ini tak jauh dari mekanisme proteksi yang diterapkan oleh negara maju ketika komoditas agrikultur masuk ke pasar Eropa atau Amerika Serikat. Sehingga banyak kalangan menilai bahwa *fair trade* merupakan praktik lama dalam kemasan yang baru.

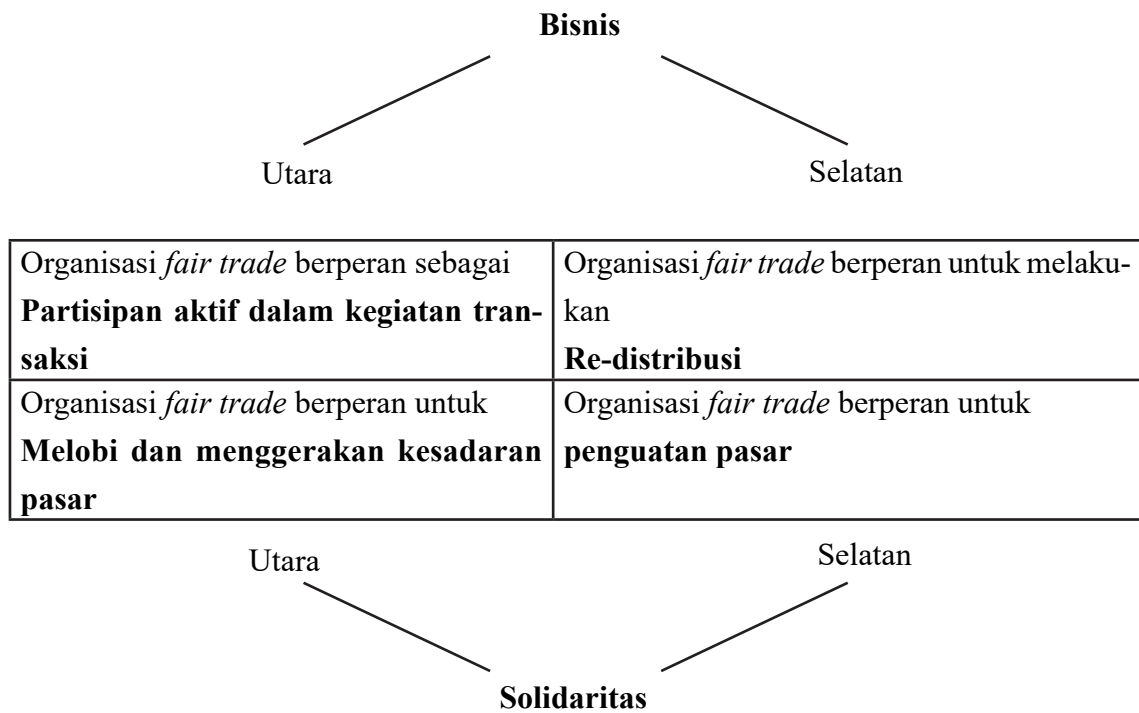
Terlepas dari pandangan pro dan kontra terkait praktik *fair trade* ini, bahwa unsur sosial dan bisnis harus diupayakan bersinergi dengan harmonis. Meskipun terkandung unsur-unsur gerakan, namun untung atau profit bisnis harus tetap menjadi kalkulasi penting, karena mempunyai tujuan untuk meningkatkan

pendapatan petani dan kelompok produsen kecil. Dengan prinsip *buyer driven* sebagai control dari praktik perdagangan ini, sehingga perdagangan yang adil bisa dicapai melalui komitmen masyarakat yang sadar akan pentingnya pola konsumsi yang dilakukan oleh mereka. Penekanannya tidak hanya pada pola konsumsi, namun juga distribusi produk hingga konsumen harus tetap dimonitor dengan baik.

Kompleksitas yang dihadapi oleh praktik *fair trade* tidak hanya terkait mekanisme sertifikasi produk yang akan dipasarkan, kendala pemasaran produk pun menjadi salah satu hambatan yang hingga sekarang cukup pelik. Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, praktik *fair trade* menghilangkan komponen perantara (agen) dalam jalur distribusinya untuk memaksimalkan profit bagi para produsen kecil dan petani. Namun kenyataannya, komponen *middle man* atau agen ini tidak dapat hilang sepenuhnya, pemasaran yang bersifat langsung dari produsen kepada konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan pada kualitas produk yang sebagian adalah komoditas pertanian, sehingga peran perantara membuat jalur distribusi efektif tanpa mengurangi kualitas produk (Reynolds dkk, 2007). Hal tersebut masih menjadi kendala nyata pada praktik *fair trade* yang dalam prinsipnya sangat menentang peran perantara pada jalur distribusi produk-produk yang dihasilkan.

Perdebatan mengenai praktik *fair trade* yang masih terus berkembang hingga

saat ini, tidak menyurutkan terobosan yang ingin diwujudkan, direpresentasikan dengan skema dibawah ini:



Skema diatas menggambarkan bahwa praktik *fair trade* bersifat lintas batas negara dalam kegiatan transaksinya, dengan organisasi terkait akan menjadi motor penggerak utama dengan fungsi masing-masing. Meskipun pasar yang begitu dinamis, dengan keberadaan organisasi *fair trade* maka gerakan solidaritas dan bisnis bisa berjalan beiringan. Dengan tanpa menghambat atau tanpa melakukan diskriminasi pasar, namun transaksi barang dan jasa tetap mematuhi aturan dan standarisasi yang ditetapkan dalam mekanisme *fair trade*. Hal itu menjadi patokan utama agar unsur keadilan dapat secara proporsional dicapai. Standarisasi yang ditetapkan dalam mekanisme *fair trade* ini menjadi salah satu perdebatan

bahwa praktik perdagangan alternatif ini tak ubahnya praktik *free trade* dalam kemasan baru yang lebih mutakhir.

### KESIMPULAN

Praktik *fair trade* adalah pilihan alternatif dalam kegiatan perdagangan internasional dengan berbagai terobosan mutakhirnya. Kegiatan perdagangan ini berusaha menempatkan semangat gerakan sosial dan bisnis dalam porsi yang berimbang, dengan berangkat dari kesadaran dalam kegiatan konsumsi terhadap barang dan jasa. Hal ini menjadi sebuah terobosan untuk memperkecil kesenjangan antara produsen kecil di wilayah selatan dunia dengan konsumen dan produsen maju yang sebagian besar berada di wilayah utara.

Ide awal yang bermula dari kesadaran kelompok konsumen etis dari negara-negara utara sampai pada akhirnya melembagakan berbagai standard dan aturan main dalam mekanisme transaksionalnya. Praktik *fair trade* menjadi sebuah titik kulminasi dalam perdagangan internasional yang selama ini didominasi oleh rezim perdagangan bebas, yang telah banyak memarginalkan komponen produsen kecil, yang sesungguhnya mempunyai peran vital dalam kegiatan produksi dalam menghasilkan sebuah produk yang mempunyai nilai komoditas signifikan. Perdebatan pun tidak dapat dielakan dari kemunculan praktik perdagangan ini sebagai sebuah alih-alih untuk memperoleh profit semata dengan mengedepankan nilai sosial.

### Daftar Pustaka

- Belgian Science Policy. *A Fair and Sustainable Trade, between Market and Solidarity: Diagnosis and Prospect*. Brussel: Belgian Science Policy, 2005
- Brown, Michael Barrat. *Fair Trade: Reform and Realities in The International Trading System*. New Jersey: Zed Books Ltd, 1993
- DeCarlo, Jacqueline. *Fair Trade: A Beginner's Guide*. Oxford: Oneworld Publication, 2007
- Dragusanu, Raluca, Daniele Giovannucci, dan Nathan Nunn. *The Economics of Fair Trade*. Harvard University: Journal of Economic Perspectives, Vol. 28, No. 3, 2014
- Hutchens, Anna. *Changing Big Business: The Globalisation of Fair Trade Movement*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited, 2009
- Petras, James, dan Henry Veltmeyer. *Imperialisme Abad 21*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2001
- Raynolds, Laura T, Douglas L. Murray, dan John Wilkinson, *Fair Trade: The Challenges of Transforming Globalization*. New York: Routledge, 2007
- Stiglitz, Joseph E. *The Price of Inequality*. New York: Penguin Books, 2013
- Yayasan Samadi Justice and Peace Institute, *Apa Itu Konsumen Etis*. Surakarta: Yayasan Samadi Justice and Peace Institute, 2004

# KEMITRAAN DPRD DAN EKSEKUTIF DALAM PROSES PENGANGGARAN PUBLIK ( STUDI KAJIAN PROSES FORMULASI KEBIJAKAN PENGANGGARAN PUBLIK TAHUN ANGGARAN 2016 DI KOTA DENPASAR)

Putu Eka Purnamaningsih  
Kadek Wiwin Dwi Wismayanti  
Program Studi Administrasi Negara  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Udayana  
Email: eka.ningsih81@yahoo.co.id

## *Abstract*

*The partnership mechanism between the legislative and the executive is more seen in the process of public budgeting because it is in this function that it will be seen how the planning effort until the realization of public budgeting runs ideally. With qualitative descriptive method will be able to explain the variety of implementation of partnership between DPRD and executive in public budgeting process reviewed in process of planning until accountability of budget year 2016 in Denpasar City and form of support and obstacle that influence the process of partnership between DPRD and executive in Denpasar City.*

**Keywords :** *Legislative and executive partnerships, budgeting, local government*

## LATAR BELAKANG

Penganggaran di sektor publik tingkat kabupaten maupun kota hingga kini masih kerap menyisakan problematika. Persoalan yang seringkali muncul adalah masih terdapatnya perbedaan persepsi kebutuhan yang seringkali menjadi perdebatan di tingkat pembahasan perancangan penganggaran. Tercatat setidaknya kejadian terjadi di sebagian besar Kabupaten/Kota hingga kemudian berefek pada lamanya pembahasan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBD). Beberapa kejadian juga masih terdapatnya ketidak seimbangan alokasi antara belanja pusat dan daerah.

Beberapa kasus mengemuka, salah satunya alokasi belanja aparatur dalam struktur Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) maupun Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah

(APBD) berporsi lebih besar daripada porsi anggaran belanja publik. Sehingga berangkat dari kondisi ini, banyak dari target ketercapaian program pembangunan, seperti program pengentasan kemiskinan, pereduksian angka pengangguran, maupun pembangunan infrastruktur masih kerap tersendat dan jauh dari harapan. Salah satu kunci penting dalam proses penganggaran adalah sinkronisasi antara arah kebijakan belanja yang dibuat oleh eksekutif maupun pihak legislatif. Hal yang cukup penting adalah bahwa APBD merupakan hasil sinkronisasi jaban RKP sekaligus derivat Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN).

Beberapa prioritas pembangunan seperti reformasi birokrasi, pendidikan, kesehatan, kemiskinan, ketahanan pangan, infrastruktur, penggairahan iklim investasi dan usaha, energi, lingkungan hidup,

pengentasan daerah tertinggal, penerapan teknologi informasi, harus menjadi kesesuaian terutama dalam mengatasi resiko tumpang tindih antara kepentingan sektoral dari pusat maupun kepentingan daerah. Hal ini harus dilakukan meski idealnya politik anggaran dikendalikan oleh tujuan yang akan dicapai (*policy driven*) dengan menyertakan keterkaitan budget antara arah kebijakan pada RPJMN maupun RKP.

Pada setiap proses penganggaran publik tetap memperhatikan urgent efektif dalam pencapaian tujuan pembangunan nasional. Konsekuensi atas hal ini tentunya menyertakan politik anggaran yang mampu mendorong perubahan mendasar pada perilaku birokrasi, baik kementerian/ lembaga di tingkat pusat maupun satuan kerja perangkat di level daerah (SKPD), untuk meningkatkan penerimaan maupun melakukan efisiensi dan efektivitas pengeluaran.

Kota Denpasar merupakan salah satu wilayah di Provinsi Bali dimana Pemerintah Kabupaten telah memiliki usaha yang mencapai optimalisasi dalam usaha penuntasan beragam persoalan publik seperti kemiskinan, pengangguran termasuk responitas dalam menghadapi realitas keterbatasan sumber daya alam dan sumber daya manusia. Pada kondisi ini, yang hendak diteliti adalah bagaimana mekanisme kemitraan antara pihak legislatif dan eksekutif dalam proses perencanaan pembangunan. Mekanisme kemitraan ini lebih dilihat pada proses penganggaran publik karena pada fungsi inilah akan terlihat bagaimana upaya perencanaan hingga realisasi penganggaran publik berjalan secara ideal.

Proses yang dibahas lebih pada

penganggaran publik pada tahun anggaran 2016 mengingat pada tahun ini sudah terdapat mekanisme pertanggungjawaban dari Kepala Daerah (Wali Kota) serta dokumentasi persidangan yang terangkum dalam rapat sidang dewan. Pada penelitian ini akan dibahas beberapa hal mengenai Bagaimanakah bentuk implementasi kemitraan antara DPRD dan eksekutif dalam proses penganggaran publik ditinjau dalam proses perencanaan hingga pertanggungjawaban tahun anggaran 2016 di Kota Denpasar? dan Dukungan dan hambatan umum apa sajakah yang mempengaruhi proses kemitraan antara DPRD dan eksekutif Kota Denpasar? Tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui ragam implementasi kemitraan antara DPRD dan eksekutif dalam proses penganggaran publik ditinjau dalam proses perencanaan hingga pertanggungjawaban tahun anggaran 2016 di Kota Denpasar; serta bentuk dukungan dan hambatan yang mempengaruhi proses kemitraan antara DPRD dan eksekutif Kota Denpasar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Anggaran Publik**

Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), adalah rencana keuangan tahunan pemerintah daerah di Indonesia yang disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. APBD ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Tahun anggaran APBD meliputi masa satu tahun, mulai dari tanggal 1 Januari sampai dengan tanggal 31 Desember.

Struktur APBD terdiri atas:

*Anggaran pendapatan*, terdiri atas:

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD),

yang meliputi pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah, dan penerimaan lain-lain

2. Bagian dana perimbangan, yang meliputi Dana Bagi Hasil, Dana Alokasi Umum (DAU) dan Dana Alokasi Khusus
3. Lain-lain pendapatan yang sah seperti dana hibah atau dana darurat.

*Anggaran belanja*, yang digunakan untuk keperluan penyelenggaraan tugas pemerintahan di daerah. *Pembiayaan*, yaitu setiap penerimaan yang perlu dibayar kembali dan/atau pengeluaran yang akan diterima kembali, baik pada tahun anggaran yang bersangkutan maupun tahun-tahun anggaran berikutnya.

Terdapat beberapa fungsi anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah :

1. Fungsi otorisasi bermakna bahwa anggaran daerah menjadi dasar untuk merealisasi pendapatan dan belanja pada tahun bersangkutan. Tanpa dianggarkan dalam APBD sebuah kegiatan tidak memiliki kekuatan untuk dilaksanakan.
2. Fungsi perencanaan bermakna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman bagi manajemen dalam merencanakan kegiatan pada tahun yang bersangkutan.
3. Fungsi perencanaan bermakna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman bagi manajemen dalam merencanakan kegiatan pada tahun yang bersangkutan.
4. Fungsi pengawasan mengandung makna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman untuk menilai keberhasilan

atau kegagalan penyelenggaraan pemerintah daerah.

5. Fungsi alokasi mengandung makna bahwa anggaran daerah harus diarahkan untuk menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan pemborosan sumberdaya, serta meningkatkan efisiensi dan efektifitas perekonomian daerah.
6. Fungsi distribusi memiliki makna bahwa kebijakan-kebijakan dalam penganggaran daerah harus memperhatikan rasa keadilan dan kepatutan.
7. Fungsi stabilitasi memiliki makna bahwa anggaran daerah menjadi alat untuk memelihara dan mengupayakan keseimbangan fundamental perekonomian daerah.

Pada penelitian ini, konsep penganggaran publik lebih diorientasikan pada konsepsi Denhardt & Denhardt (dalam Puspitosari, 2010 : 60) dimana sebuah penganggaran lebih diarahkan pada beberapa prinsip penting *new public service*. Prinsip-prinsip tersebut antara lain: Pertama, *serve citizens and customers*. Prinsip ini menganggap apa yang menjadi kepentingan publik merupakan hasil dialog, bukan sekedar agregasi kepentingan individual. Pejabat publik tidak hanya merespon kebutuhan publik sebagai pelanggan, melainkan fokus untuk membangun relasi kepercayaan dan kolaborasi dengan warga, termasuk penjangkaran persepsi para pemakai layanan.

Masyarakat adalah warga negara sekaligus pelanggan yang harus diporsikan baik pada proses pemerintahan dan bernegara. Masyarakat adalah pemilik sah dari negara itu sendiri. Kedua, *seek public interest*, administrator publik harus memberikan kontribusi dalam mengembangkan gagasan tentang kepentingan publik. Tujuannya bukan sekedar menemukan solusi cepat berdasarkan pilihan individual, tetapi lebih pada penciptaan kepentingan sekaligus tanggungjawab bersama yang mengutamakan kepentingan publik bukan privat.

Ketiga, *citizenship over entrepreneurship*, prinsip ini mengutamakan lebih menghargai warga negara daripada kewirausahaan. Kepentingan publik lebih baik apabila ditunjukkan dengan komitmen pejabat publik dalam membuat kontribusi bermakna ketimbang kepiawaian pejabat dalam mengembangkan diri sendiri. Keempat, *think strategically, act democratically*. Kebijakan publik dan program merupakan upaya pemenuhan kebutuhan publik dan dicapai efektif melalui usaha kolaboratif. Kelima, *recognize that accountability not simple*, dalam perspektif ini abdi masyarakat harus mematuhi peraturan perundang-undangan, nilai-nilai kemasyarakatan, norma politik, standar profesional, dan kepentingan warga negara. Keenam, *serve rather than steer*, pejabat publik membantu masyarakat mengartikulasikan apa yang menjadi kepentingan bersama daripada mengendalikan

atau mengarahkan publik. Ketujuh, *value people, not just productivity*, organisasi publik akan berhasil secara jangka panjang bila bekerja secara kolaboratif dan berdasarkan kepemimpinan kolektif dengan menghargai semua masyarakat. Salah satu implementasi *New Public Service* adalah layanan *e-Government*.

Layanan yang diberikan pihak penyedia /pemerintah daerah dalam bentuk *e-Government* ini menjadi lebih aspiratif dengan kebutuhan masyarakat yang tak terikat ruang (bisa diakses melalui kantor, kampus, warnet, fasilitas pemerintah, media (melalui penggunaan PC, PDA, Mobile Phone) maupun waktu (akses 24 jam). Dalam aplikasi inilah pihak pemerintah daerah mengelola website daerahnya masing-masing, secara sektoral dinas tertentu, maupun pengelolaan terintegrasi dibawah pengawasan Dinas Perhubungan, Informasi & Komunikasi atau Kantor Pengolahan Data Elektronik & Komunikasi (KPDE & KOM), dengan ragam inovasi yang salah satunya terkait isi (konten) dalam *e-Government*.

### **Hubungan Antara Eksekutif dan Legislatif Dalam Pemerintahan Daerah**

DPRD sebagai mitra kerja eksekutif, tentu dikaitkan dengan penyelenggaraan Pemerintahan di daerah, jadi DPRD sebagai mitra eksekutif tersebut bukanlah berarti bekerja sama untuk memenuhi kepentingan masing-masing pihak dalam



arti kepentingan perseorangan, kelompok dan atau kepentingan Partai akan tetapi semata-mata antar dua lembaga tersebut dalam mengambil kebijakan-kebijakan yang telah disepakati secara bersama-sama dapat diimplementasikan untuk kepentingan rakyat di daerah dan Negara. Serta masing-masing lembaga dalam pelaksanaan fungsinya bisaling memahami akan tugas yang melekat pada masing-masing lembaga tersebut secara proporsional, dengan tanpa saling mencurigai, membawahi, lebih menonjolkan / mendominasi dan lain sebagainya. sebaiknya pola hubungan antar Kepala Daerah dengan DPRD kedepannya, ada tiga pola hubungan Legislatif-Eksekutif yang secara realistic dapat dikembangkan. Ketiga hubungan itu adalah, pertama, bentuk komunikasi dan tukar menukar informasi, Kedua, bentuk kerja sama atas beberapa subjek, program, masalah dan pengembangan regulasi, dan ketiga, klarifikasi atas berbagai permasalahan. Ketiga bentuk hubungan tersebut berbeda-beda dalam peran dan aktualisasi masing-masing pihak, baik eksekutif maupun Legislatif dan yang paling berat dirasakan kedua belah pihak mungkin dalam hubungan klarifikasi. Kolaborasi bentuk kedua hubungan antara DPRD dan Eksekutif dalam kenyataannya dapat berjalan dengan baik untuk kepentingan masyarakat serta pemerintah daerah mampu menciptakan suasana yang kondusif. Pada prinsipnya urgensi jenis hubungan antara eksekutif dan legislative tersebut meliputi hal-hal, yaitu: representasi, anggaran, pertanggung

jawaban, pembuatan peraturan daerah, pengangkatan sekretaris daerah, pembinaan dan pengawasan.

Pemerintahan Daerah menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, telah mengalami perubahan yang cukup signifikan dibandingkan dengan Pemerintah Daerah di era Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999. Pemerintah Daerah menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 adalah Kepala Daerah dan DPRD. Kepala Daerah berkedudukan sebagai Lembaga Eksekutif Daerah, sedangkan DPRD berkedudukan sebagai Lembaga Legislatif Daerah. Disini tergambar adanya checks and balances dalam pemerintahan (terlepas dan implementasinya banyak menimbulkan persoalan). Sedangkan menurut Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 pada pasal 1 ayat (3), Pemerintah Daerah adalah gubernur, bupati, atau walikota dan perangkat daerah. Dan DPRD dirumuskan sebagai unsur penyelenggaraan Pemerintahan daerah. sebagai lembaga Pemerintahan Daerah, DPRD mempunyai kedudukan setara dan memiliki hubungan kerja bersifat kemitraan dengan Pemerintah Daerah. Kedudukan yang setara bermakna bahwa antara DPRD dan Pemerintah Daerah memiliki kedudukan yang sama dan sejajar dalam arti tidak saling membawahi. Hubungan bersifat kemitraan berarti DPRD merupakan mitra kerja Pemerintah Daerah dalam membuat kebijakan daerah untuk melaksanakan otonomi daerah sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing. Berdasarkan hal tersebut antar kedua

lembaga wajib memelihara dan membangun hubungan kerja yang harmonis dan satu sama lain harus saling mendukung, bukan sebagai lawan atau pesaing.

Untuk terjalannya hubungan kerja yang harmonis dan salingmendukung, diperlukan adanya pengaturan tentang hak-hak protokoler dan keuangan Pimpinan dan Anggota DPRD. Hal tersebut bertujuan agar masing-masing memperoleh hak melaksanakan kewajiban meningkatkan peran dan tanggung jawab mengembangkan kehidupan demokrasi, menjamin keterwakilan rakyat dan daerah dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya, mengembangkan hubungan dan mekanisme check and balance antara lembaga eksekutif dengan lembaga legislative, meningkatkan kualitas, produktifitas, dan kinerja demi terwujudnya keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Pengaturan tentang kedudukan protokoler Pimpinan dan Anggota merupakan pedoman pelaksanaan acara kenegaraan atau secara resmi Pemerintah yang diselenggarakan di daerah sehubungan dengan jabatannya sebagai Pimpinan dan anggota DPRD.

## **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, metode ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara riil mengenai situasi tertentu atau keterkaitan hubungan antara berbagai fenomena secara actual dan teratur. Seperti dikemukakan oleh Sugiyono (2005 : 180) dengan mengutip pendapat

Nasution bahwa penelitian kualitatif pada hahekatnya adalah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Sedangkan penelitian deskriptif menurut Moh. Nazir (1988 : 63) yang dikutip oleh Sugiyono (2005 : 345), yaitu suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu obyek, suatu situasi kondisi, suatu system pemikiran, atau kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, siat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Dalam data kualitatif dapat diperoleh kejelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat dan kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. dalam penelitian ini akan membahas ragam implementasi kemitraan antara DPRD dan eksekutif dalam proses penganggaran publik ditinjau dalam proses perencanaan hingga pertanggungjawaban tahun anggaran 2016 di Kota Denpasar dan bentuk dukungan dan hambatan yang mempengaruhi proses kemitraan antara DPRD dan eksekutif Kota Denpasar.

Sesuai dengan focus penelitian, maka yang dijadikan subjek penelitian dan informan penelitian, yaitu berjumlah 36 orang pada kantor DPRD dan Kepala

Daerah KOta Denpasar , yang terdiri dari: Ketua DPRD kota Denpasar : 1 Orang , Wakil Ketua DPRD kota Denpasar: 3 Oran, Komisi A: 10 orang, Komisi B: 11 orang, Komisi C : 10 orang, Komisi D : 9 orang, Staf Dewan: 2 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan studi dokumentasi.

## **PEMBAHASAN**

### **Kemitraan Lembaga Eksekutif dan Legislatif dalam Penganggaran Publik**

Proses penyusunan anggaran pada sektor publik tidaklah dilakukan sesuai dengan keinginan satu pihak namun harus pula mempertimbangkan pada kepentingan publik agar dapat dipertanggung jawabkan. Penyusunan anggaran melalui beberapa tahapan yaitu tahap persiapan anggaran, tahap ratifikasi, tahap implementasi, tahap pelaporan dan evaluasi. Tahap-tahap ini memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya sehingga harus dilaksanakan dengan maksimal. Hal tersebut bertujuan agar hal-hal yang telah direncanakan dapat dianggarkan sesuai dengan kebutuhan program yang bersangkutan. Begitu pula halnya perencanaan anggaran yang terjadi di DPRD Kota Denpasar.

Anggaran direncanakan agar tidak ada program-program yang tertinggal dan agar dapat menentukan prioritas pada program-program untuk pendistribusian anggaran. Pada proses perencanaan anggaran yang dilakukan oleh DPRD Kota Denpasar yakni diawali dari penyampaian rancangan Kebijakan Umum Anggaran dan Plafon Prioritas Anggaran Sementara (KUA dan PPAS) dari Kepala Daerah kepada DPRD

untuk di bahas dan disepakati pada akhir bulan Juli antara Kepala Daerah dengan DPRD. Pada bulan Oktober, penyampaian Ranperda APBD kepada DPRD untuk di bahas oleh Badan Anggaran DPRD. Pada akhir bulan Nopember, pengambilan keputusan bersama DPRD dan Kepala Daerah terhadap APBD. Dan rancangannya disampaikan ke Provinsi bersama dengan berita acara untuk diverifikasi. Provinsi nanti akan memberikan nomor register jika sudah disetujui, disahkan. Jadi berita acara sidang ditambah dengan nomor register dari Provinsi itu menjadi dasar penetapan Perda oleh Walikota. Lolos itu barulah nanti menjadi APBD.

Setiap proses dalam perencanaan anggaran nantinya akan didistribusikan ke dalam berbagai macam program atau kegiatan, termasuk didalamnya belanja pegawai. Bentuk peran DPRD dalam penganggaran adalah ikut membahas item belanja program dan kegiatan dan memberikan persetujuan atas program yang diajukan oleh Pemerintah Daerah. Dalam hal ini, DPRD menjalankan fungsi *budgeting* yaitu ikut menentukan anggaran pembangunan.

Tentu hal tersebut menjelaskan bahwa tidak hanya DPRD Kota Denpasar yang memiliki andil dalam proses perencanaan anggaran namun juga pihak eksekutif. Pihak DPRD yang bertindak sebagai legislatif bersama-sama dengan eksekutif dalam tahapan yang dimulai dari pembahasan KUA dan PPAS sampai dengan penetapan APBD di eksekutif oleh tim anggaran APBD yang dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Walikota, dimana Sekda selaku ketua, kemudian wakil ketua adalah para asisten, dan sekretaris adalah Kepala

Bagian Keuangan dengan para anggota dari beberapa unsur yang erupakan bagian dari dinas-dinas terkait. Jika di ranah eksekutif ditetapkan oleh tim anggaran maka di ranah legislatif ditetapkan oleh Badan Anggaran DPRD, terkecuali dalam penetapan sidang paripurna, semua anggota yang terkait dalam lembaga eksekutif maupun legislatif yang hadir dalam sidang.

Kota Denpasar melakukan proses penyusunan anggaran sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat oleh Bappeda mulai dari Musrenbang dan ada berbagai macam proses lainnya untuk memperoleh informasi terkait dengan kebutuhan dari masyarakat. Jadi ada kesinambungan penyusunan anggaran, mulai dari tahap perencanaan sampai pada tahap realisasinya. Berbicara terkait dengan suatu perencanaan maka berkaitan pula dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), kemudian RKP dan juga Kebijakan Umum Anggaran dan Plafon Prioritas Anggaran Sementara (KUA PPAS) setelah itu barulah akan muncul Ranperda. Yang mana, Ranperda yang telah disusun oleh pihak eksekutif disampaikan kepada dewan dan disepakati, maka dapat disampaikan ke Provinsi untuk dilakukan verifikasi dan kemudian dapat menjadi APBD. Tidak hanya itu, di dalam pelaksanaannya tentu harus ada pertanggung jawaban untuk memberikan kejelasan dan transparansi dalam penggunaan APBD Laporan pertanggung jawaban akan diperiksa oleh BPK untuk selanjutnya diberikan opini terkait dengan kewajaran laporan pertanggung jawaban yang dibuat, apakah sesuai dengan kesepakatan bersama agar dapat dilakukan pembenaran, jika memang diperlukan, sehingga dapat diterbitkan menjadi Perda.

Kemitraan yang terjalin antara

eksekutif dan legislatif merupakan satu langkah awal yang baik untuk menentukan suatu proses pembangunan. Mengingat pula bahwa eksekutif merupakan perwakilan pemerintahan dan legislatif merupakan perwakilan rakyat di pemerintahan. Tentu diantara keduanya harus memiliki kerjasama yang baik untuk merealisasikan program pembangunan yang bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat dan hal tersebut berlaku pada perencanaan anggaran yang matang. Tentunya hal itu memiliki tujuan yakni untuk menentukan program-program yang seharusnya menjadi program prioritas diantara program lainnya.

Eksekutif dan legislative merupakan dua lembaga pemerintahan yang jika dipahami secara normatif memiliki perbedaan dalam pelaksanaan fungsi dan tugasnya sebagai penyelenggara pemerintahan. Lembaga eksekutif yang merepresentasikan pemerintah, sedangkan legislatif yang merepresentatifkan masyarakat sebagai lembaga perwakilan. Lembaga eksekutif yang dalam hal ini adalah pemerintah daerah memiliki tanggung jawab mencakup kewenangan dalam semua bidang pemerintahan, terkecuali bidang politik luar negeri, pertahanan keamanan, peradilan moneter, fiskal dan agama. Bidang pemerintahan yang dimaksud adalah hal yang menyangkut dengan kewajiban dari pemerintah daerah seperti halnya pekerjaan umum, kesehatan, pendidikan, kebudayaan, pertanian, perhubungan, industri dan perdagangan, lingkungan hidup dan kebijakan pemerintah yang kesemuanya itu terencana dan teranggarkan dalam penyusunan Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (RAPBD).

Lembaga eksekutif dan legislatif memiliki peranan yang sangat signifikan dalam proses perencanaan anggaran,

mengingat keduanya merupakan unsur penting dalam sistem pemerintahan daerah. Eksekutif di dalam tugasnya menyusun rancangan peraturan daerah tentang APBD atau penganggaran, dilakukan oleh Tim Anggaran Pemerintah Daerah (TAPD).

Untuk menghasilkan struktur anggaran yang sesuai dengan harapan dan kondisi normatif tersebut, maka APBD pada hakekatnya merupakan penjabaran kuantitatif dari tujuan dan sasaran Pemerintah Daerah serta tugas pokok dan fungsi unit kerja harus pula disusun dalam struktur yang berorientasi pada satu tingkat kinerja tertentu.

Hal tersebut mengartikan bahwa APBD harus mampu memberikan gambaran yang jelas tentang tuntutan besarnya pembiayaan atas berbagai sasaran yang hendak dicapai, tugas-tugas dan fungsi pokok sesuai dengan kondisi, potensi, aspirasi dan kebutuhan riil di masyarakat untuk satu tahun tertentu. Dengan demikian, alokasi dana yang digunakan untuk membiayai berbagai program dan kegiatan dapat memberikan manfaat yang benar-benar dirasakan masyarakat dan menciptakan kepuasan publik sebagai wujud pertanggung jawaban penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan yang berorientasi pada kepentingan publik dapat dicapai.

Hubungan kemitraan bermakna bahwa pemerintah daerah dan DPRD adalah bersama-sama yakni mitra kerja dalam membuat kebijakan daerah untuk melaksanakan otonomi daerah sesuai dengan fungsi masing-masing daerah sehingga antara kedua lembaga itu membangun suatu hubungan kerja yang sifatnya saling mendukung bahkan merupakan lawan ataupun pesaing dalam melaksanakan fungsi-fungsinya. Dengan

kata lain, tidak ada yang memiliki peranan lebih besar diantara keduanya, namun memiliki peranan yang sama sesuai dengan tingkat pekerjaannya. Secara fisik, eksekutif yang melaksanakan namun pembahasan dilakukan bersama-sama dengan DPRD dan jika tidak disetujui maka akan dilakukan koreksi untuk melakukan sinkronisasi agar anggaran yang disusun sesuai dengan tingkat kepentingan masyarakatnya. Selain itu juga ada persetujuan kerjasama yang dilakukan oleh eksekutif dan legislatif sebagai bukti nyata adanya kemitraan diantara kedua belah pihak.

Dalam setiap hubungan kerjasama pasti akan selalu terjadi gesekan-gesekan, begitu juga dengan hubungan antara eksekutif dan legislatif. Legislatif yang merupakan wakil dari partai tentunya dalam menjalankan tugasnya tidak jauh dari kepentingan partai. Begitu juga dengan eksekutif yang meskipun dipilih langsung oleh rakyat tetapi secara historis Kepala Daerah memiliki hubungan dengan partai, dengan itu Kepala Daerah sedikit banyak juga pasti mementingkan kepentingannya. Hal tersebut tentu dapat menimbulkan konflik diantara kedua lembaga tersebut karena perbedaan kepentingan. Namun, berbeda halnya pada lembaga legislatif dan eksekutif di Kota Denpasar. Selama ini kemitraan yang terjalin diantara keduanya berjalan dengan cukup baik, walaupun terkadang terdapat permasalahan antara kedua belah pihak namun tugas dalam penganggaran merupakan kewajiban dan tanggung jawab yang harus diselesaikan tepat pada waktunya.

### **Faktor yang Menghambat dalam Melakukan Proses Penganggaran Publik**

Perencanaan anggaran bukanlah suatu hal yang mudah, mengingat pembicaraan tentang anggaran merupakan satu hal

yang krusial dan sensitif. Ada hambatan-hambatan yang biasa dialami dalam proses perencanaan anggaran dan hal tersebut tentu mengurangi keefektifan kinerja dari legislatif dan eksekutif bersama dengan perangkat daerah lainnya. Hambatan yang biasa terjadi yakni dalam penyusunan APBD Induk dimana usulan sudah masuk ke Bappeda bulan Maret tetapi dalam perjalanan sampai bulan Agustus situasinya sedikit berubah, bisa juga regulasi berubah maupun pedoman penyusunan APBD dari Kementerian Dalam Negeri baru diterima akhir bulan Juli sehingga berdampak pada PPAS tidak bisa sama dengan APBD yang ditetapkan. Dengan kata lain, adanya perubahan regulasi keuangan yang kadang turunnya terlambat dibandingkan dengan waktu penyelesaian dari anggaran itu sendiri, sehingga tidak sesuai dengan waktu yang seharusnya. Jadi, perencanaan anggaran telah berjalan dan kemudian barulah muncul peraturan yang baru ditetapkan. Kesulitan terkait dengan waktu penyampaian dan waktu turunnya peraturan yang dibatasi dalam penyampaian rancangan penganggaran cenderung mempersulit pelaksanaannya karena tentu akan memperlambat dan menimbulkan kekeliruan dalam pelaksanaannya.

Adanya hambatan dalam proses penyusunan anggaran tidak serta merta memberikan dampak buruk bagi keberlanjutan proses penganggaran itu sendiri. Namun telah dibuat suatu cara atau solusi untuk menepis hambatan tersebut. Yang mana dilakukan perubahan terhadap regulasi yang menyalahi proses perencanaan anggaran sampai pada pelaksanaannya sehingga menjadikannya lebih terstruktur, akuntabel dan transparan, serta dapat diterima oleh masyarakat luas. Tentunya, sesuai dengan pedoman penyusunan anggaran yang baru ditetapkan.

Pada prinsipnya, masalah yang mendasar dari hubungan kedua lembaga ini adalah perlunya konsistensi pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dari keduanya. Dalam posisinya, lembaga legislatif lebih cenderung pada fungsi pengaturan dan pembuatan undang-undang, sedangkan lembaga eksekutif lebih cenderung pada fungsi menjalankan atau melaksanakan. Pelaksanaan fungsi yang tepat dari kedua lembaga ini akan memberikan respon yang baik kepada pelaksanaan pemerintahan. Pada kenyataannya, sering terjadi pengambil alihan tugas dan tanggung jawab atau justru tugas tersebut tidak dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang ada.

Oleh karena itu, DPRD dan Pemerintah Daerah harus berupaya secara nyata dan terstruktur guna menghasilkan APBD yang dapat mencerminkan kebutuhan riil masyarakat sesuai dengan potensi daerah masing-masing, serta dapat memenuhi tuntutan terciptanya anggaran daerah yang transparan dan berorientasi pada kepentingan publik.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah ada kerjasama yang baik antara legislatif dan eksekutif dalam proses perencanaan anggaran. Hal tersebut terlihat dari setiap proses yang dijalankan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Seperti halnya bentuk peran dari DPRD itu sendiri dalam proses penganggaran adalah ikut berperan dalam membahas item belanja daerah termasuk juga belanja pegawai. Begitu pula dengan eksekutif, yang mana dalam proses penyusunan anggaran melakukan tugasnya dengan baik

sesuai dengan pedoman yang diberlakukan. Selain itu, kemitraan antara DPRD dan eksekutif terlihat dari adanya pengambilan keputusan secara bersama-sama oleh DPRD dan Kepala Daerah. Hal tersebut mengindikasikan bahwa ada kerjasama yang terjalin antara legislatif dan eksekutif dalam proses perencanaan anggaran.

Hanya saja masih perlu ada dialog antar pihak yang berkaitan dengan proses perencanaan anggaran agar tidak terjadi perubahan-perubahan saat anggaran telah ditetapkan. Karena perubahan yang terjadi memberikan pengaruh dalam regulasi yang juga akan berubah. Sehingga perlu adanya penyediaan waktu dan strategi-strategi untuk penyesuaian atas apa yang telah dikerjakan pada tahap awal dengan hal-hal baru yang datang saat anggaran telah ditetapkan.

#### **Daftar Pustaka**

- Bastian, Indra. 2001. *Akuntansi Sektor Publik di Indonesia*. Yogyakarta: BPFE UGM
- Ihyaul, Ulum. 2004. *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: UMM PRESS
- Moleong, Lexy. J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nunik, Retno Herawati. 2011. *Konflik Eksekutif dan Legislatif daerah dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah*. Universitas Diponegoro

Prof. Dr. Mardiasmo, MBA, Ak. 2002. *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: Andi

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

# **Persepsi Masyarakat terhadap Penempatan dan Kreativitas Iklan Media Luar Ruang Di Kota Yogyakarta**

**Yuni Retnowati**

Prodi *Advertising* , Akademi Komunikasi Indonesia, Yogyakarta  
thegreatlecturer@gmail.com

## *Abstract*

*The purpose of this research was to determine : ( 1 ). type and characteristic of outdoor advertising in Yogyakarta. (2). role, authorities and responsibilities government in licensing and managing outdoor advertising, (3). public perceptions in placement and outdoor advertising creativity in Yogyakarta. This research in a qualitative descriptive analysis .The data collection was done through observation, interviews, and distributed questionnaires to people in Yogyakarta as sample by accidental sampling technique and purposively. The result showed that outdoor advertising often had been seen are posters , billboards and videotron while hardly ever seen is a transit ad. It had found supersized billboards colored showy by predominance of red and yellow , the message content is simple and unique but there are also vulgar. Government roles in the licensing and managing out door advertising done by Kimpraswil , BLH and DPDPK. Kimpraswil handle the licencing of placement ads as town planning. BLH determine the location and installation of billboards and monitor eligibility.. DPDPK serve registration and tax payments. The community regards the placement of outdoor advertising still often break the rules..Creativity ads more visible in typography , color and design while the advertising messages are considered smart..*

**Key words: outdoor advertising, creativity , design, message , characteristic**

## **LATAR BELAKANG**

Media luar ruang merupakan media yang fleksibel dan murah sehingga dapat menjangkau hampir semua penduduk. Media ini dianggap efektif untuk menarik perhatian dan memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan kepada calon konsumen yang melewati jalan di mana iklan tersebut ditempatkan. Tujuannya untuk mengingatkan dan pengaruhnya cukup kuat karena ukuran iklan yang besar dan berwarna.

Jenis iklan di luar ruangan dapat berupa poster, *billboard*, *neon box*, spanduk,

baliho, balon udara, videotron dan yang lainnya. Iklan media luar ruang ini dapat ditempatkan pada posisi strategis seperti di pinggir jalan umum, jembatan yang berada di tengah kota, di dekat halte bus atau pusat keramaian seperti pasar, *mall* dan tempat strategis lainnya. Beberapa efek bisa ditambahkan untuk meningkatkan efektivitas media luar ruang , misalnya dengan pengaturan tata cahaya, lampu latar, bentuk, menggunakan benda-benda yang digantung dan panel-panel bergerak.

Umumnya media luar ruang yang



ditata dengan baik memberikan keuntungan ganda bagi pemda setempat. Iklan luar ruang di samping mempercantik kota juga sumber pendapatan bagi pemerintah daerah setempat. Pajak dari iklan dikenal sebagai pajak dengan nilai rupiah yang tinggi. Sayangnya pada tahun 2014 iklan luar ruang di Yogya hanya menyumbang pendapatan asli daerah (PAD) sebesar Rp.5,6 miliar dari Rp. 8 miliar yang ditargetkan. Padahal Yogyakarta adalah daerah dengan harga tanah termahal kedua di Indonesia. Seharusnya pendapatan dari luar iklan luar bisa lebih besar

Banyaknya iklan luar ruang yang tidak tertata dengan rapi membuat keindahan jalan menjadi berkurang. karena banyaknya gangguan visual berupa iklan luar ruang. Selain itu, masalah yang muncul secara fisik adalah mengenai bahaya pemasangan iklan khususnya *billboard* bagi pengguna jalan dan masyarakat sekitar. Pemasangan tiang–tiang penyangga besar pada *billboard* berdampak buruk ketika terjadi bencana atau angin kencang yang berpotensi merobohkan *billboard–billboard* raksasa yang akan menimpa pengguna jalan serta bangunan–bangunan sekitar. Sejak September 2014 pemerintah kota Yogya membangun sedikitnya sembilan videotron di sejumlah sudut strategis untuk menekan munculnya media iklan luar ruang seperti baliho ,spanduk dan billboard yang sulit ditata dan menimbulkan kesemrawutan

Yogyakarta sebagai kota budaya sudah memudar ciri visualnya karena dijajah media luar ruang yang betebaran

di ruang publik. Sejumlah jembatan dan bangunan cagar budaya ikut menjadi tempat pemasangan iklan media luar ruang sehingga semakin menghapus kesan keistimewaan Yogyakarta sebagai kota *heritage*. Bahkan Gubernur DIY sudah meminta pemerintah kabupaten dan kota menertibkan iklan luar ruang yang menjadi sampah visual karena mengganggu tata ruang keistimewaan DIY. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang No.13 tentang Keistimewaan Yogyakarta juga menyebutkan hal-ihwal tentang penataan ruang untuk mewujudkan keistimewaan Yogyakarta. Dengan demikian penyusunan perda atau perdais oleh pemerintah Yogyakarta dan DPRD perlu meninjau kembali regulasi mengenai pengelolaan tata ruang agar ruang publik tetap terjaga keindahannya

Menurut Sumbo Tinarbuko, menjamurnya iklan luar ruang di kota Yogyakarta telah mencapai pada taraf mengkhawatirkan dan disebut sebagai darurat reklame ruang terbuka. Hadirnya iklan luar ruang yang tidak terkendali menjajah ruang publik yang seharusnya menjadi milik bersama. Hampir semua titik di Yogyakarta menjadi area yang tidak ramah secara visual, terlebih di perempatan-perempatan. (Kedaulatan Rakyat, 2015)

Lebih lanjut Sumbo Tinarbuko membuat kesepakatan bersama yang biasa disebut dengan lima sila sampah visual. Pertama, iklan luar ruang tidak boleh dipasang di tiang telepon, tiang listrik, tiang rambu lalu lintas, dan tiang lampu penerangan jalan. Kedua, iklan luar ruang

tidak boleh dipasang dan dipakukan di batang pohon. Ketiga, iklan luar ruang tidak boleh ditancapkan di trotoar serta ditanam di taman kota dan ruang terbuka hijau. Keempat, iklan luar ruang tidak boleh dipasang di jembatan dan bangunan bersejarah. Kelima, iklan luar ruang tidak boleh ditalikan dan atau dipakukan di batang pohon.

Ijin penempatan iklan media luar ruang melibatkan Dinas Pemukiman dan Prasarana Wilayah (Kimpraswil), Badan Lingkungan Hidup (BLH), dan DPDPK (Dinas Pajak Daerah Pengelolaan Keuangan Kota). Pihak Agensi iklan berperan sebagai pihak produsen iklan yang juga sebagai perencana penempatan iklan luar ruang. Pihak ini juga merupakan pihak yang memproduksi rangka dan rancangan *billboard* di tepi jalan.

Bentuk dan isi iklan luar ruang hampir sama semua. *Booming* bisnis iklan luar ruang menumpulkan kreativitas pelaku sektor ini sehingga tidak ada perkembangan kreativitas iklan. Penggunaan bahasa yang mirip dan desain yang sama menunjukkan kurangnya kreativitas. Namun pesan-pesan dalam iklan memberikan dampak psikologis bagi masyarakat. Terpaan iklan ini telah mengubah perilaku masyarakat Yogyakarta yang dulu dikenal sederhana dan bersahaja kini kian hari kian konsumtif.

Ruang publik merupakan wadah setiap aktivitas masyarakat sehingga keterlibatan masyarakat dalam pemasangan maupun dalam pengelolaan iklan luar ruang menjadi penting. Persepsi masyarakat

merupakan bentuk dari penilaian dan evaluasi tentang keberadaan iklan di jalan (ruang terbuka) sebagai ruang publik. Persepsi masyarakat tersebut dipengaruhi oleh kemampuannya dalam menangkap makna pesan dari iklan luar ruang yang dilihatnya. Selanjutnya adalah persepsi dari praktisi periklanan yang berdasarkan informasi lingkungannya serta pengalaman yang dimiliki sebagai profesional dapat memberikan saran dan masukan dalam pemasangan iklan luar ruang. Persepsi pemerintah juga diperlukan sehubungan dengan kedudukannya sebagai pengelola iklan luar ruang di Kota Yogyakarta. Persepsi pemerintah ini akan dipengaruhi oleh kedudukan dan kemampuannya sebagai penyedia dan pengelola iklan luar ruang.

## TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini mendeskripsikan persepsi masyarakat terhadap penempatan dan kreativitas iklan media luar ruang di Kota Yogyakarta. Di sisi lain, penelitian ini memiliki tujuan khusus, yaitu:

1. Mengkaji jenis dan karakteristik iklan media luar ruang yang berada di kota Yogyakarta berdasarkan penempatan dan kreativitas desain maupun isi pesan.
2. Mengkaji peran, wewenang dan tanggung jawab pemerintah dalam perijinan pemasangan dan pengelolaan iklan media luar ruang.
3. Mengkaji persepsi masyarakat terhadap penempatan dan kreativitas iklan media

luar ruang di Kota Yogyakarta.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### Persepsi

Persepsi adalah proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang *integrated* dalam diri individu (Walgito, 2010:53). Sedangkan menurut Rakhmat (2003 : 51) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Perhatian adalah faktor yang sangat mempengaruhi persepsi. Apa yang kita perhatikan ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian. Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat yang menonjol, antara lain : gerakan, intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan.

Gerakan menjadi daya tarik , karena manusia secara visual tertarik pada obyek-obyek bergerak. Kita senang melihat huruf-huruf bergerak dalam display iklan. Sementara itu, intensitas stimuli berarti sebuah stimuli lebih menonjol dari stimuli lain. Warna merah pada latar belakang putih, iklan setengah halaman dalam surat kabar atau tawaran pedagang yang paling nyaring di pasar malam sukar lolos dari perhatian kita.

Unsur kebaruan sering digunakan sebagai pendekatan kreatif dalam penciptaan iklan dengan menonjolkan

hal yang luar biasa dari produk atau jasa yang ditawarkan. Masalah moral berkaitan dengan pesan adalah penyebutan produk yang dimodernkan dengan pemakaian istilah “baru dan disempurnakan” namun pada dasarnya tidak berubah.

Perulangan juga mengandung unsur sugesti yaitu dengan mempengaruhi bawah sadar kita. Pemasang iklan mempopulerkan produk dengan mengulang “*jingles*” atau slogan. Emil Dofivat bahkan menyebut perulangan sebagai satu di antara tiga prinsip dalam menaklukkan massa.

### Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi dipengaruhi oleh faktor personal dan faktor situasional. Krech dan Crutchfield *dalam* Rakhmat (2003 : 51) menyebutnya faktor fungsional dan faktor struktural. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan faktor-faktor personal seperti karakteristik orang dan latar belakang budaya. Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan. Sedangkan faktor struktural berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkannya pada sistem syaraf individu. Prinsip persepsi yang bersifat struktural dikenal dengan teori Gestalt. Menurut teori ini, bila kita mempersepsi sesuatu, kita mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan.

### Masyarakat

Menurut Budiardjo (2008:46.47), masyarakat adalah keseluruhan antara hubungan-hubungan antar manusia. Robert M.Mclver mengatakan “Masyarakat adalah suatu sistem hubungan-hubungan yang ditata”.Biasanya anggota- anggota masyarakat menghuni suatu wilayah

geografis yang mempunyai kebudayaan-kebudayaan dan lembaga-lembaga yang kira-kira sama.

Di dalam kehidupan berkelompok dan dalam hubungan dengan manusia yang lain, pada dasarnya setiap manusia menginginkan beberapa nilai. Laswell dalam Budiardjo (2008:47) merinci delapan nilai, yaitu; kekuasaan, kekayaan, penghormatan, kesehatan, kejujuran, keterampilan, pendidikan, dan kasih sayang.

### Iklan Media Luar Ruang

**Media luar ruang merupakan salah satu media yang diletakan di luar ruangan yang pada saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, yang memiliki tujuan menyampaikan pesan promosi suatu produk atau jasa. (Tjiptono, 2008:243). Media luar ruangan adalah media yang berukuran besar dipasang ditempat-tempat terbuka seperti dipinggir jalan, dipusat keramaian atau tempat-tempat khusus lainnya, seperti di dalam bus kota, gedung, pagar tembok dan sebagainya.**

Mulyana (2010:194) menyatakan bahwa iklan media luar ruang merupakan media iklan yang ditempatkan di luar ruang. Biasanya lebih banyak diletakkan di ruang kota, dengan mempertimbangkan kepadatan orang yang melalui ruang tersebut. Ide dasar keberadaan iklan media luar ruang adalah pemanfaatan ruang publik sebagai sarana komersial, yaitu mengenalkan suatu produk pada khlayak. Dibanding dengan media lainnya yang lebih menonjolkan konten. Pertimbangan lokasi penempatan menjadi

hal yang paling penting, lokasi yang paling diminati adalah titik lokasi yang dilalui banyak orang.

Manulang (2012) merangkum beragam macam dan jenis media iklan luar ruang, sebagai berikut :

#### 1. *Billboard*

Media iklan luar ruang berbahan dasar aluminium, pembuatannyapun tidak terlampau sukar atau rumit, namun memerlukan ketelitian agar hasil yang didapat maksimal. Media iklan luar ruang ini biasanya dipasang di sepanjang jalan utama dan tempatnya yang strategis agar dapat dilihat oleh orang banyak. Untuk ukuran *billboard* tergantung dengan pemesanan.

#### 2. Baliho :

Media iklan luar ruang yang bahannya terbuat dari triplek atau melamine. Biasanya menggunakan ukuran standar triplek, tetapi media ini biasanya kurang tahan dengan cuaca dan biasanya dipasang kurang dari 15 bulan.

#### 3. Spanduk dan *Banner* :

Media iklan luar ruang yang bahannya terbuat dari kain yang membentang panjang sesuai dengan ukuran yang dipesan. Untuk media iklan ini biasanya dipasang di sepanjang jalan di pinggir, atau bahkan di atas tengah jalan, yang biasanya memiliki pesan yang singkat namun menarik perhatian orang banyak.

#### 4. Rontek dan Umbul-umbul :

Media iklan luar ruang yang bahannya sama dengan spanduk dan *banner* yaitu kain tetapi dalam pemasangannya

biasanya dipasangkan pada sebuah bambu atau besi yang menancap. Biasanya media ini dipasang imana saat ada event tertentu atau tempat di mana pengiklan tersebut berada.

#### 5. *Neon Sign*

Berupa papan iklan dengan desain dari produk lampu neon yang dibentuk menurut pesanan desain reklame. Media iklan ini umumnya menonjolkan keindahan pada waktu malam hari.

#### 6. *Neon Box*

Media iklan luar ruang yang memiliki bahan yang terbuat dari *acrylic* dengan ketebalan tertentu yang disinari oleh lampu neon di dalamnya, sehingga orang yang melakukan perjalanan di malam hari dapat melihat iklan tersebut dengan jelas. Biasanya dipasang di dekat pengiklannya.

#### 7. *Collybright*

Media iklan ini berbahan dasar MMT atau *Vinnyl* sejenis plastik. *Vinnyl* transparan dicetak menyerupai sebuah foto box bila dinyalakan. Dalam pemasangannya, *collybright* harus direntangkan dengan kuat agar dapat dilihat dari depan tampak rata dan tidak bergelombang. Ukuran *collybright* kurang lebih 6 x 12 m.

#### 8. Poster

Media iklan luar ruang yang terbuat dari kertas yang biasanya ditempelkan pada dinding atau tempat strategis lainnya seperti : halte, *transit ad*, jembatan penyeberangan, atau jalan yang sering dilewati oleh pejalan kaki atau orang yang menunggu.

Secara umum karakteristik media periklanan tersebut dapat dirangkum sebagai berikut (Jefkins, 1998: 128):

#### a. Ukuran dan dominasi

Ukuran relatif besar, mendominasi pemandangan dan mudah menarik perhatian.

#### b. Warna

Dihiasi dengan aneka warna, gambar-gambar dan pemandangan yang realitis sehingga memudahkan pemirsa untuk mengingat produk yang diwakilinya.

#### c. Pesan-pesan singkat

Kalimat atau pesan-pesan tertulis biasanya terbatas pada slogan singkat atau sekedar satu nama yang sengaja dicetak dengan huruf besar-besar dan menyolok karena dimaksudkan untuk menarik perhatian orang-orang yang sedang bergerak dan bisa dilihat dari kejauhan

#### d. Zoning

Kampanye iklan secara umum dapat diorganisir pada suatu kawasan atau kota tertentu. Pemasangan reklame dalam jumlah minimum bisa diatur di setiap kota untuk menjamin kesempatan penyimakan yang maksimum dari pemirsa. Penempatan reklame secara strategis dapat menciptakan suatu kampanye iklan yang sangat ekonomis.

#### e. Efek menyolok

Karakteristik reklame yang paling penting adalah kemampuannya dalam menciptakan kesan atau ingatan pemirsa melalui penebalan, warna, ukuran dan pengulangan.

### **Penempatan Iklan Luar Ruang**

Peraturan penataan iklan adalah suatu arahan pengendalian pelaksanaan berupa ketentuan tata cara pelaksanaan atau manajemen pelaksanaan tentang penataan iklan luar ruang agar iklan tersebut tidak mengganggu keindahan kota, kepentingan publik yang lain dan juga dapat mendatangkan keuntungan bagi daerah tersebut dengan adanya pemungutan pajak daerah.

Penempatan iklan harus memperhatikan segi etika dan juga estetika yang berlaku di masyarakat. Etika Pariwara Indonesia memiliki beberapa ketentuan yang mengatur mengenai penggunaan media luar ruang dalam beriklan, aturan tersebut akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Hanya dapat dipasang pada lokasi atau tempat yang telah memperoleh ijin dari pihak yang berwenang.
2. Wajib menghormati atau menjaga bangunan atau lingkungan yang dipelihara, dilindungi, atau dilestarikan oleh pamong atau masyarakat seperti bangunan atau monument bersejarah, taman nasional, atau panorama alam, termasuk segala fasilitas dan akses langsungnya.
3. Iklan luar griya tidak boleh ditempatkan sedemikian rupa sehingga menutupi sebagian atau seluruh iklan luar griya yang lain yang sudah ada lebih dulu di tempat itu.
4. Tidak boleh ditempatkan bersebelahan atau amat berdekatan dengan iklan produk pesaing.
5. Fondasi, konstruksi dan panel pada iklan luar griya yang berbentuk papan iklan harus sesuai dengan standar perhitungan sipil, dan mekanika yang menjamin keselamatan dan ketentraman masyarakat sekitarnya.
6. Konstruksi maupun bidang iklan harus tampil harmonis secara fisik maupun estetika terhadap bangunan, lingkungan atau kota sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku.
7. Iklan luar griya yang berbentuk papan iklan tidak didirikan di median, separator atau pulau jalan.
8. Iklan luar griya tidak boleh menutupi pandangan pelalulintas, baik terhadap rambu dan marka lalu lintas, perlintasan kereta api, maupun segala jenis perangkat pengatur lalu lintas lainnya.
9. Penataan pencahayaan media luar griya tidak boleh menyilaukan mata pelalulintas.

10. Iklan media luar griya tentang minuman keras hanya boleh dipasang pada lokasi atau tempat dengan khalayak khusus dewasa (Dewan Periklanan Indonesia,2007:37).

Peraturan penempatan iklan luar ruang seperti diatas harus diperhitungkan agar penempatan iklan luar ruang tidak mengganggu keindahan. Selanjutnya, iklan luar ruang yang baik juga harus memperhatikan 7 K, yaitu:

1. Keindahan dari tata letak maupun visual harus memperhatikan lingkungan sekitar, sehingga keberadaan iklan luar ruang tersebut tidak mengganggu keindahan lingkungan dari pola penataan kota yang telah disepakati.
2. Kesopanan, artinya iklan luar tersebut tidak melanggar norma-norma yang berlaku di masyarakat, baik dari segi visual maupun penempatannya.
3. Ketertiban ini menyangkut apakah keberadaan iklan luar ruang tersebut telah berada pada lokasi yang telah ditentukan dan diberi ijin oleh Pemerintah setempat.
4. Keamanan ini menyangkut apakah keberadaan iklan luar ruang tersebut tidak mengganggu jarak pandang penglihatan khalayak atau dengan kata lain tidak beresiko terhadap keselamatan para pengguna jalan dimana iklan

tersebut ditempatkan.

5. Kesusilaan ini lebih mengarah pada visual dan juga naskah iklan yang ditampilkan, hendaknya tidak melanggar norma-norma yang berlaku di masyarakat dan tidak mengandung unsur SARA.

6. Keagamaan disini berarti pesan yang ditampilkan dalam iklan luar ruang tersebut tidak menyinggung agama atau aliran kepercayaan yang lain.

7. Kesehatan ini menyangkut penempatan iklan luar ruang, apakah iklan luar ruang tersebut keberadaannya telah berada pada jalur yang tepat di mana tidak akan berdampak buruk bagi lingkungan sekitarnya. Iklan luar ruang tersebut akan berdampak aman dan tidak menyebabkan kerusakan lingkungan sekitarnya (Kasali, 2007:135).

### **Kreativitas Iklan Media Luar Ruang**

Kreativitas iklan dapat dilihat dari beberapa elemen iklan unik yaitu tidak biasa, berbeda, baru atau lain dari pada yang lain (Ang, Lee and Leong, 2007; Smith *et al* dalam Daniel B , R Wilson and Till Baack, 2008:86). Menurut Altsech dalam White, A dan Smith, B (2008:28 ) iklan tidak terduga yaitu untuk istilah iklan yang mencengangkan dan original .Iklan penuh arti yaitu iklan yang bisa mempengaruhi emosi dan bermakna (Robert Smith, 2007 dalam Smith, Chen dan Yang, 2008:28) dan iklan yang mengundang rasa ingin

tahu yaitu iklan yang menimbulkan minat (Kasali, 2007). Sementara Shimp (2000), berpendapat bahwa iklan yang kreatif yakni iklan yang berbeda di antara sebagian besar iklan. Iklan yang sama dengan sebagian besar iklan lainnya tidak akan mampu menembus kerumunan iklan kompetitif dan tidak unik.

Lane (1999) menjelaskan bahwa para perancang iklan *outdoor* harus memperhatikan aspek-aspek berikut:

1. *Copy*, iklan *outdoor* terdiri dari *headline*, biasanya tidak lebih dari 7 kata. Tidak seperti halnya tulisan di iklan tradisional, dalam iklan *outdoor* tidak ada pengembangan tema dan perluasan kata. Kalimat yang ringkas merupakan suatu keharusan.
2. Warna, warna adalah keuntungan utama yang dimiliki dari sebuah iklan *outdoor* tetapi warna harus dipilih dengan hati-hati agar mudah dibaca. Perancang iklan *outdoor* menggunakan warna-warna dengan kontras yang tinggi, antara *hue* (merah, hijau, dan lain-lain) dan *value*.
3. Jenis Huruf, tipe huruf dalam iklan *outdoor* harus simpel, jelas, dan mudah untuk dibaca.

Iklan *outdoor* yang efektif mempunyai beberapa aturan, yang paling penting di antaranya adalah: 1) Semakin jelas huruf semakin mudah diingat; 2) semakin menarik atau semakin lucu pesannya, semakin mudah diingat; 3) iklan yang mempunyai konsep berbeda lebih mempunyai pengaruh

(Lane, 1999: 341).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling kebetulan/aksidental dan purposif. Teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik sampling purposif (Sugiyono, 2010:53) adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu misalnya, orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.

### **Pengumpulan data-data secara langsung dari obyek atau lokasi penelitian dilakukan dengan**

- 1) *Direct Observation* atau observasi langsung dilakukan dengan mengamati kondisi fisik dan lingkungan keberadaan iklan media luar ruang di kota Yogyakarta yang meliputi penempatan dan kreativitas iklan luar ruang
- 2) Wawancara dilakukan terhadap pihak-pihak yang berkompeten dan dianggap dapat memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam studi. Pihak-pihak tersebut antara lain adalah Dinas Pemukiman dan Prasarana Wilayah



(Kimpraswil), Badan Lingkungan Hidup (BLH), dan Dinas Pajak Daerah Pengelolaan Keuangan Kota (DPDPK)

### 3) Kuesioner

Masyarakat yang dijadikan responden yang dimintai persepsinya melalui kuesioner adalah masyarakat kota Yogyakarta yang menjadi sampel penelitian yaitu pengguna jalan yang berusia sekitar 17 - 40 tahun, yang terdiri dari pejalan kaki dan pengendara kendaraan bermotor yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti.

Iklan media luar ruang di Kota Yogyakarta terdiri dari billboard, poster, videotron, baliho, spanduk, umbul-umbul/ rontek, mural (*wall painting*), dan *transit ad* (iklan transportasi di kendaraan umum). Media promosi lainnya berupa papan reklame *in door* di dalam supermarket juga termasuk dalam pengertian iklan media luar ruang karena bertujuan agar dapat dilihat orang.

Hasil survei tentang jenis iklan media luar ruang terhadap masyarakat Yogyakarta yang menjadi sampel penelitian ditunjukkan seperti dalam tabel di bawah ini:

## PEMBAHASAN

### Jenis Iklan Media Luar Ruang di Kota Yogyakarta

**Tabel 1: Jenis Iklan Media Luar Ruang di Kota Yogyakarta**

No	Jenis Iklan	Frekuensi				
		Sangat Sering %	Sering %	Kadang-kadang %	Jarang %	Tidak Pernah %
1	Billboard	27		46	27	-
2	Poster	72	18	5	5	-
3	Videotron	34	5	5	56	-
4	Spanduk	9	18	18	55	-
5	Baliho	55	36	-	9	-
6	<i>Wall painting</i>	18	36	-	9	37
7	<i>Transit ad</i>	9	-	-	-	91

Sumber : Diolah dari tabulasi hasil analisa terhadap jawaban kuesioner responden

Dari Tabel 1 terlihat bahwa iklan media luar ruang yang sangat sering dilihat di wilayah Kota Yogyakarta adalah poster dan baliho, sedangkan yang jarang dilihat adalah *videotron* dan yang hampir tidak pernah dilihat adalah *transit ad*. *Videotron* merupakan jenis iklan media luar ruang

terbaru yang ditempatkan di beberapa lokasi strategis di pusat kota. *Transit ad* semuanya ada di taksi tetapi hanya pada agen taksi tertentu.

Di samping jenis iklan media luar ruang, survei kepada responden juga dilakukan untuk mengetahui apa saja yang

diiklankan menggunakan media luar ruang. Kategori yang diberikan dibatasi hanya pada 6 kategori, yaitu iklan jasa lokal , promo diskon dan kendaraan bermotor

karena dominasi iklan tersebut di wilayah Kota Yogyakarta. Hasilnya seperti pada Tabel 2 di bawah ini:

**Tabel 2 : Obyek Iklan Media Luar Ruang di Kota Yogyakarta**

No	Obyek Iklan	Frekuensi				
		Sangat Sering %	Sering %	Kadang-kadang %	Jarang %	Tidak Pernah %
1	Lembaga Pendidikan	28	18	36	18	
2	Properti	28	27	27	18	
3	Hotel		46	36	18	
4	Salon Kecantikan	9	28	36	27	
5	Promo diskon	45	30	16	9	
6	Kendaraan bermotor	18	27	36	19	

Sumber : Diolah dari tabulasi hasil analisa terhadap jawaban kuesioner responden

Tabel 2 menunjukkan bahwa iklan media luar ruang sangat sering menampilkan promo diskon yang memang menjadi informasi yang dibutuhkan calon konsumen dan merupakan kegiatan promosi dari supermarket yang jumlahnya semakin meningkat di Kota Yogyakarta. Iklan lembaga pendidikan dan properti ternyata jumlah yang sangat sering dilihat jumlahnya sama. Hal ini menunjukkan begitu maraknya iklan properti sehingga mampu menandingi jumlah iklan lembaga pendidikan seperti perguruan tinggi.

### **Karakteristik Iklan Media Luar Ruang di Kota Yogyakarta**

Seperti kebanyakan kota-kota besar di Indonesia, Kota Yogyakarta juga menghadapi fenomena media iklan luar ruang yang menjadi sampah visual. Masyarakat umum banyak yang merasa terganggu dengan iklan ruang luar yang semrawut memenuhi

pinggir jalan dan ruang publik lainnya. Ratusan reklame liar dan yang sudah kadaluarsa masih ditemukan dipaku di pohon peneduh, ditempel di tiang listrik dan juga ditancapkan di taman berupa rontek, umbul-umbul maupun stiker dan tembok-tembok sepanjang jalan protokol.

Keberadaan reklame komersial lebih menonjol dibandingkan reklame non-komersial. Pencahayaannya sangat terang, ukurannya besar, konstruksi menarik perhatian dan penempatannya selalu berada di tengah-tengah kerumunan atau di tempat yang konsentrasi masyarakatnya banyak. Sebaliknya iklan non komersial bentuk dan ukurannya kecil, titik lokasinya juga tidak selalu di tempat yang strategis dan kadang tanpa pencahayaan.

Karakteristik iklan media luar ruang di Kota Yogyakarta dilihat dari ukuran, warna, isi pesan dan penempatannya adalah sebagai berikut:

## Ukuran

Billboard dan baliho berukuran besar banyak terpasang di sudut perempatan jalan-jalan yang padat lalu lintasnya. Ukurannya mulai dari 4×8 m, 5×10 m, hingga 6×12 m. Sedangkan umbul-umbul yang biasa dibuat dengan Media digital printing menggunakan *Flexi Frontlite China standard* atau *Flexi Korea standard* berukuran 6m x 90 cm, 5 m x 90 cm dan 5m x 1.15 m. Umbul-umbul dari bahan kain berukuran 5 m x 90 cm dan 5m x 1.15 m. Spanduk kain mempunyai ukuran beragam mulai dari 7m x 1.15 m , 7 m x 90 cm , 90 x 300 cm, 100 x 300 cm, 90 x 400 cm, 100 x 500 cm atau sesuai dengan kebutuhan.

Jenis media luar ruang untuk beriklan yang lain seperti videotron biasanya berukuran P10 (1.280 mm x 960 mm x 150 mm) dan P 16 (1.280 mm x 960 mm x 150 mm). *Transit ad* disesuaikan dengan kendaraan yang digunakan , seperti taksi atau bis kota. Namun akhir-akhir ini *transit ad* lebih banyak terlihat pada taksi. *Neon box* yang fungsinya mempromosikan, mengenalkan, dan mengingatkan produk bisa berada di luar ruangan maupun di dalam ruangan, dan akan sangat indah jika dilihat di malam hari. Pada umumnya berukuran 30 x60 cm, 45 x 60 cm dan 60 x90 cm. Sementara *neon sign* sebagai bentuk promosi iklan yang menggunakan lampu menyala dengan bermacam warna dan sangat indah dilihat pada malam hari mempunyai ukuran yang disesuaikan dengan ketersediaan tempat dan kebutuhan pengiklan.

## Warna

Warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di permukaan benda. Pada iklan media luar ruang , warna berfungsi sebagai daya tarik agar diperhatikan orang-orang yang lalu lalang di sekitarnya. Kebanyakan spanduk, umbul-umbul, baliho dan *wall painting* menggunakan warna-warna yang menyolok seperti merah atau kuning. Warna -warna menyolok memang akan berperan sebagai *eye catcher*. Sebaliknya billboard tidak harus menampilkan warna menyolok karena akan dibantu oleh lampu penerang pada malam hari untuk menarik perhatian sekaligus membantu penerangan jalan. Selain itu, billboard dari segi ukuran sudah sangat besar sehingga mampu menyampaikan pesan dengan jelas. Penempatan billboard di lokasi strategis seperti perempatan atau pertigaan jalan membantu *opportunity to see* dari pesan iklan luar ruang tersebut. Apalagi pemasangannya menggunakan tiang besi dan rangka yang kuat sehingga tidak mudah diabaikan oleh para pengguna jalan yang melintas di sekitarnya.

## Isi Pesan

Pesan-pesan dalam iklan juga memberikan dampak psikologis bagi masyarakat sehingga harus diperhatikan pemilihan kata dan susunan kalimatnya. Kebanyakan isi pesan media luar ruang adalah sederhana dan unik. Sehingga menarik perhatian para pengguna jalan yang melintasinya . Di samping itu keterbatasan waktu dalam melihat iklan luar ruang menuntut pesan yang singkat dan sederhana agar mudah dimengerti dan mudah diingat. Ditemukan juga beberapa pesan yang

terkesan vulgar didukung visualisasi yang melanggar etika. Pesan ambigu justru menarik perhatian dan *memorable*. Meskipun orang yang membacanya pada awalnya mengalami *misinterpretation* namun tanpa disadarinya justru mudah mengingat isi pesannya.

### **Penempatan**

Secara umum iklan luar ruang berada di keramaian, tempat yang padat lalu lintas dan tempat yang sering dilalui masyarakat. Penentuan titik lokasi mempertimbangkan siapa yang melewati iklan ruang luar tersebut, arus jalan ketika orang menuju atau meninggalkan suatu tempat dan laju kendaraan apakah lambat atau cepat sehingga isi pesan harus disesuaikan.

Sebaran reklame luar ruang di wilayah Kota Yogyakarta tersebar merata di seluruh jalan-jalan protokol, pusat kegiatan ekonomi seperti pasar dan mall, tempat rekreasi, serta ruang publik seperti alun-alun, stadion Kridosono, dan stadion Mandala Krida. Posisi-posisi tersebut dianggap mempunyai nilai strategis untuk pemasangan media reklame. Sedangkan titik Kota Yogyakarta yang kerap menjadi sasaran pemasangan baliho, reklame liar adalah Jl. Adisucipto ke barat, Jl. Kusumanegara hingga Wirobrajan, Jl. Kolonel Sugiyono, perempatan Gondomanan, Jl. Perintis Kemerdekaan, Jl. Ngeksigondo

Iklan luar ruang banyak dijumpai di sudut-sudut kota dan ruang publik yang seharusnya menjadi ruang untuk menampung aspirasi dan kepentingan publik. Di alun-alun, di jalan-jalan, di taman-taman kota, di lahan hijau terbuka,

bahkan di papan rambu-rambu lalu lintas, di batang pohon dan tiang listrik, di tiang lampu penerangan, ditancapkan di trotoar bahkan jembatan dan bangunan bersejarah pun tidak luput dari ekspansi iklan. Penempatan iklan media luar ruang, seperti spanduk, umbul-umbul, poster di ruang publik yang semrawut tanpa mengindahkan estetika lingkungan hanya menimbulkan sampah visual.

Sultan menginstruksikan penertiban papan-papan reklame yang banyak ditanam di kiri dan kanan jalan di seluruh wilayah Yogyakarta sebagai langkah yang sangat penting dalam menyikapi Keistimewaan Yogyakarta. Kawasan strategis di Yogyakarta sebenarnya tidak diperuntukkan untuk beriklan. Sultan merencanakan pembentukan pamong budaya tingkat kampung yang akan diberi pelatihan agar dapat menertibkan sampah visual.

Demi mempertahankan agar perwajahan Keraton Yogyakarta tidak tertutup oleh sampah visual. Penghageng Keraton Kanjeng Gusti Pangeran Haryo (KGPH) Hadiwinoto meminta agar sumbu garis imajiner Keraton tetap bersih dari reklame-reklame liar. Garis imajiner Keraton Yogyakarta yang dimaksud tidak lain adalah sepanjang Jalan Trikora-Jalan Malioboro/Jalan Ahmad Yani-Jalan Mangkubumi. Ketiga ruas jalan tersebut sudah diganti nama masing-masing Jalan Pangurakan-Jalan Margo Mulyo-Jalan Margo Utomo.

## **Perijinan dan Peraturan Pemasangan Iklan Media Luar Ruang**

Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

Dasar hukum pengaturan reklame di Kota Yogyakarta adalah Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor 8 Tahun 1998 . Perda tersebut merupakan kebijakan publik yang mengatur mengenai penyelenggaraan reklame yang memiliki tujuan untuk penertiban penyelenggaraan reklame yang erat kaitannya dengan perekonomian, tata ruang kota khususnya dari segi ketertiban, keindahan, kenyamanan, kerapian dan kesusilaan. Izin Penyelenggaraan Reklame dan petunjuk pelaksanaannya diatur dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 75 Tahun 2009. Sedangkan khusus untuk kawasan Malioboro diatur dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 85 Tahun 2011 tentang Reklame di Bangunan Permanen pada Kawasan Malioboro Yogyakarta.

Reklame yang diatur terdiri dari reklame papan atau billboard, megatron, baliho, cahaya, kain, stiker, selebaran, berjalan termasuk di kendaraan,

udara, suara, film atau slide, dan peragaan. Awalnya Perda ini belum bisa mengatur tentang *wall painting promotion*. Namun sekarang, menurut DPDPK bahwa *wall painting promotion* ini sudah dimasukkan dalam kategori reklame papan atau *billboard* non cahaya. Hingga pertengahan tahun 2013 lalu, belum ada aturan yang mengatur tempat mana sajakah yang dilarang atau diperbolehkan untuk dibuat *wall painting promotion*. Padahal, reklame jenis itu sering dijumpai di berbagai tembok rumah, kantor, atau gedung-gedung tertentu yang dinilai strategis. Secara prosedur, pemasangan *wall painting promotion* itu harus berizin dan harus membayar pajak,

Penempatan reklame dapat dilaksanakan pada :

- a. sarana dan prasarana kota;
- b. di luar sarana dan prasarana kota meliputi tanah dan atau bangunan milik badan maupun perorangan.
- c. Penyelenggaraan reklame permanen menggunakan tiang sendiri dengan ukuran besar wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut :
  - 1). Pemasangan reklame dalam bentuk berdiri (vertikal);
  - 2). Memasang lampu untuk penerangan malam hari pada reklame tersebut;
  - 3). Menyediakan ruang himbauan publik pada reklame;
  - 4). Memasang ornamen hias pada reklame;
  - 5). Mengecat tiang penyangga reklame dengan warna hijau pare anom (pare muda)

- 6). mencantumkan identitas penyelenggara reklame;
- 7). menempelkan stiker izin pada bidang reklame.

Dalam penataan media reklame secara teknis, elemen-elemen yang diatur bertitik tolak pada persoalan-persoalan pemasangan media reklame yang berkaitan dengan kualitas lingkungan kota dan beracuan kepada kebutuhan masyarakat atas lingkungannya sendiri. Elemen-elemen teknis yang perlu ditata antara lain jumlah, lokasi, luas dan ukuran, penerangan dan penempatannya. Berdasarkan aturan pemasangan spanduk di Kota Yogyakarta tidak boleh melintang jalan tetapi harus di panggung spanduk yang sudah disediakan. Di Kota Yogyakarta telah disediakan 35 panggung untuk pemasangan spanduk.

Menurut panduan rancang ukuran dan kualitas harus diatur supaya harmonis mengurangi dampak visual yang negatif, mengurangi kesemrawutan dan persaingan antara media reklame yang sifatnya komersial dengan yang sifatnya non-komersial untuk masyarakat serta media reklame lalu-lintas. Perancangan kota yang baik memberikan kontribusi pada karakteristik bentuk bangunan dan jalan ketika memberikan informasi barang dan jasa melalui media iklan luar ruang.

### **Peran, Wewenang dan Tanggung Jawab Pemerintah**

Keberadaan iklan luar ruang di

Yogyakarta tidak terlepas dari penataan tatakota di Yogyakarta. Peran pemerintah daerah tidak bisa dilepaskan begitu saja dengan permasalahan ini. Iklan media luar ruang yang ada sudah melanggar dua aspek penting yang seharusnya diperhatikan Pemerintah Daerah dan pemasang iklan, yakni keindahan dan keselamatan.

Keindahan berarti memperhatikan estetika pemasangan agar tidak menutupi bangunan di sekitarnya dan tidak semrawut. Keselamatan harus memperhatikan konstruksi papan reklame yang digunakan karena bisa membahayakan keselamatan pengguna jalan jika terjadi hujan atau angin besar. Pembangunan konstruksi raksasa itu semestinya memperhatikan keselamatan pengguna jalan sebagai prioritas utama, baik pengemudi kendaraan dan pejalan kaki. Cepat atau lambat konstruksi besi ataupun papan reklame akan rapuh karena karat dan suatu saat bisa roboh diterpa angin kencang.

Peran pemerintah daerah sangat penting dalam penataan dan pengelolaan reklame, termasuk media iklan luar ruang. Setidaknya ada tiga lembaga pemerintah yang tugasnya terkait dengan perijinan pemasangan reklame, penertiban reklame dan pajak reklame, yaitu Kimpraswil (Pemukiman dan Parsarana Wilayah), BLH (Badan Lingkungan Hidup) dan DPDPK, (Dinas Pajak Daerah dan Pengelolaan Keuangan). Lembaga-lembaga tersebut memiliki kewenangan masing-masing untuk menciptakan ketertiban dan keindahan kota melalui pelaksanaan tugas sesuai tanggung

jawabnya.

### **Kimpraswil (Pemukiman dan Prasarana Wilayah)**

Tugas pokok Kimpraswil adalah melaksanakan monitoring infrastruktur dan pemukiman, penghijauan dan pemeliharaan taman kota, lingkungan hijau dan penataan reklame. Dengan demikian memiliki tugas yang sangat luas dan kompleks yang berkaitan langsung dengan lingkungan dan pemukiman masyarakat. Sehubungan dengan reklame, Kimpraswil menyelenggarakan fungsi dalam penentuan tata letak dan estetika melalui pemberian izin penempatan reklame. Dalam melaksanakan fungsi tersebut dibantu Seksi Penghijauan, Pertamanan dan Penataan Reklame yang bertugas melakukan penataan, penghijauan dan pemeliharaan serta penerangan taman kota dan penataan letak dan estetika melalui pemberian izin penempatan reklame sesuai rencana tata kota.

### **Badan Lingkungan Hidup**

Tugas Badan Lingkungan Hidup adalah melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang lingkungan hidup. Di dalam BLH terdapat Sub Bidang Penerangan Jalan, Penataan dan Penertiban Reklame yang mempunyai tugas :

1.	Melaksanakan perencanaan dan penataan reklame, pengelolaan lampu penerangan jalan umum
----	--

2.	Menentukan titik reklame di lapangan bersama – sama dengan tim reklame
3.	Mengatur tata ruang atau letak reklame di lokasi
4.	Menertibkan pemasangan reklame
5.	Memonitor kondisi reklame yang kurang layak
6.	Mengevaluasi pelaksanaan pemasangan atau pembongkaran reklame bersama - sama dengan Tim Reklame yang terkait serta mengadakan bimbingan teknis, monitoring dan evaluasi pengelolaan lampu penerangan jalan umum.
7.	Memberikan pengarahan teknis kepada pelaksana dalam rangka pencapaian tepat sasaran pelaksanaan tugas.

### **Dinas Pajak Daerah dan Pengelolaan Keuangan (DPDPK)**

Tugas DPDPK antara lain meliputi: (1) pendaftaran wajib pajak dengan menyediakan form isian data, (2). Pendataan dilakukan dengan pemeriksaan lapangan untuk memverifikasi data apakah sesuai dengan yang ada di lapangan. Data yang sudah diverifikasi akan menjadi dasar penetapan pajak, (3) pemeriksaan di lapangan untuk menemukan reklame yang tidak berijin dan tidak membayar pajak. Tindak lanjutnya akan dilakukan pembongkaran terhadap reklame tersebut, dan (4) Pengawasan dilakukan secara internal dan eksternal. Pengawasan internal

dilakukan terhadap pemungutan pajak apakah pembayaran sudah tepat waktu atau ada yang mengangsur. Pengawasan eksternal dilakukan terhadap pemasangan iklan apakah sudah sesuai aturan atau belum. Jika ditemukan pelanggaran langkah pertama adalah memberikan peringatan tertulis kepada pemasang reklame tersebut, kemudian didatangi berdasarkan alamat agen pemasang reklame namun jika tidak ada respon akan dilakukan pembongkaran.

### **Persepsi Masyarakat terhadap Penempatan Iklan Media Luar Ruang**

Kesalahan penempatan iklan media luar ruang yang paling umum adalah tidak sesuai tema lokasi. Hal ini tentu saja mengganggu estetika dan keindahan kota. Videotron dan baliho besar di sekitar tugu Pal Putih yang merupakan ikon kota Yogyakarta merusak pemandangan dan keindahan jalan.

Sebagian besar responden (54%) menilai penempatan billboard dan baliho sudah rapi dan teratur. Pada pengamatan di lapangan ternyata masih ditemukan pemasangan spanduk yang melintang jalan dan billboard yang menjorok ke jalan.

Selain spanduk dan billboard, iklan luar ruang jenis baru yaitu *wall painting* atau mural yang mulai populer sejak dua tahun lalu juga menimbulkan masalah. Ternyata iklan yang merupakan reklame di tembok rumah ini tidak memiliki izin sehingga sudah pasti tidak membayar pajak.

Dinas Kimpraswil mendeteksi ada 20 titik rumah yang digunakan sebagai iklan *wall painting*. Perlu segera dilakukan penertiban terhadap iklan-iklan tersebut agar tidak merugikan keuangan negara.

Terdapat 18 % responden yang beranggapan bahwa pemasangan iklan luar ruang semrawut dan tidak beraturan sehingga membahayakan keselamatan pengguna jalan. Pemasangan poster dan panduk oleh 54 % masyarakat dianggap merusak pemandangan. Sedangkan pemasangan videotron dianggap paling mudah dilihat. Dari keseluruhan iklan luar ruang yang mudah dibaca dan dilihat dari jarak jauh serta menarik perhatian dan tidak membahayakan adalah *wall painting*.

Persepsi masyarakat terhadap penempatan iklan media luar ruang disajikan dalam tabel 3 di bawah ini.

**Tabel 3. Persepsi Masyarakat Kota Yogyakarta terhadap Penempatan Iklan Media Luar Ruang**

No	Penempatan	Frekuensi				
		Sangat Sering %	Sering %	Kadang-kadang %	Jarang %	Tidak Pernah %
1	Menghalangi pandangan		27	33	40	
2	Di tiang telpon/listrik dan rambu lalu lintas	27	10	45		18
3	Ditalikan dan dipakukan di pohon	54	36	10		



4	Ditancapkan di trotoar dan di taman		36	45	19	
5	Dipasang di jembatan	10	9	27	27	27

Sumber : Diolah dari tabulasi hasil analisa terhadap jawaban kuesioner responden

Tabel 3 menunjukkan penempatan iklan media luar ruang di wilayah Kota Yogyakarta yang didominasi banyaknya iklan yang sangat sering ditalikan dan dipakukan di pohon (54 %), kadang-kadang di tiang telpon, tiang listrik, rambu-rambu lalu lintas dan lampu penerang (45 %), dan ditancapkan di trotoar dan ditanam di taman kota (45 %).

#### Persepsi Masyarakat terhadap Kreativitas Iklan Media Luar Ruang

Iklan sebagai sarana promosi jika ditampilkan sebagai iklan media luar ruang harus ditampilkan dalam desain menarik, tipografi yang mudah dibaca meskipun dari jarak jauh. Daya tarik iklan terletak pada desain yang kreatif. Yogyakarta sebagai kota budaya menjadi gudangnya orang kreatif dan hal ini dibuktikan dengan desain

iklan media luar ruang yang mencerminkan kreativitas tersebut. Dominasi warna cerah atau cenderung menyolok dipadukan dengan permainan kata-kata yang unik dan menggelitik menandai tampilan kebanyakan iklan media luar ruang di Kota Yogyakarta terutama baliho, billboard dan spanduk. Isi pesan yang mudah diingat karena sederhana, unik dan smart memberikan kekuatan persuasi kepada calon konsumen untuk produk yang ditawarkan.

Kreativitas iklan dilihat dari desain, isi pesan, gambar atau ilustrasi, warna dan tipografi (bentuk huruf). Sementara isi pesan dilihat apakah pesannya unik, *smart* (cerdas), mengundang rasa ingin tahu atau membuat penasaran, sederhana atau justru vulgar. Persepsi masyarakat terhadap kreativitas dan isi pesan iklan ditampilkan pada tabel 4.

**Tabel 4. Persepsi Masyarakat Kota Yogyakarta terhadap Kreativitas Iklan Media Luar Ruang**

No	Kreativitas	Frekuensi				
		Sangat Sering %	Sering %	Kadang-kadang %	Jarang %	Tidak Pernah %
1	Desain	36	55		9	
2	Isi Pesan	19	18	54	9	
3	Gambar/ ilustrasi	27	45	19	9	
4	Warna	36	45	19		
5	Tipografi	63	9	18	10	

Sumber : Diolah dari tabulasi hasil analisa terhadap jawaban kuesioner responden

Tabel 4 menunjukkan bahwa kreativitas iklan media luar ruang sangat sering terletak pada tipografi, warna dan desain. Tipografi adalah seni tentang aturan atau tata cara penggunaan huruf, kata, paragraf pada ruang-ruang yang tersedia untuk menciptakan kesan-kesan tertentu sehingga dapat menolong para pembaca agar lebih nyaman dan maksimal dalam membaca. Penerapan tipografi dalam iklan media luar ruang sangat menentukan keterbacaan dan kesempatan untuk dilihat (*opportunity to see*) selain harus ditunjang juga oleh penempatannya.

Warna ikut menentukan daya tarik sebuah iklan, ada warna yang kontras dan warna lembut tetapi kebanyakan iklan media luar ruang akan lebih menonjolkan warna menyolok untuk efek penarik perhatian. Selain warna menyolok, pemilihan warna yang lembut atau hanya *black and white* mempunyai *stopping power* terutama jika kebanyakan iklan tampil warna-warni.

Desain adalah keseluruhan tampilan

iklan yang menitikberatkan pada komposisi warna dan *lay out*. Desain yang unik akan menarik perhatian. Sebaliknya desain yang biasa-biasa saja akan membosankan dan tidak akan dilirik kecuali pada spanduk dan umbul-umbul yang memang berfungsi sebagai pemberi informasi event atau lokasi kegiatan. Meskipun demikian, spanduk dan umbul-umbul juga harus mengutamakan warna yang *eye catching*.

Isi pesan iklan media luar ruang tidak bisa terlalu panjang karena kecepatan seseorang ketika melintasi iklan tidak akan mampu membaca semua pesan apalagi mengingatnya.. Lebih-lebih jika menggunakan kendaraan dalam kecepatan tinggi dan di sepanjang jalan melintasi banyak sekali baliho, billboard, umbul-umbul dan spanduk. Hanya ketika ada kesempatan berhenti di *traffic light* beberapa pesan iklan bisa dibaca. Di bawah ini adalah persepsi dari masyarakat Kota Yogyakarta terhadap isi pesan iklan media luar ruang.

**Tabel 5. Persepsi Masyarakat Kota Yogyakarta terhadap Isi Pesan Iklan Media Luar Ruang**

No	Isi Pesan	Frekuensi				
		Sangat Sering %	Sering %	Kadang-kadang %	Jarang %	Tidak Pernah %
1	Unik	19	27	36	18	
2	Smart / Cerdas		54	36	10	
3	Mengundang rasa ingin tahu		19	36	18	27
4	Sederhana	27		36	19	18
5	Vulgar	27	10	18	36	9

Sumber : Diolah dari tabulasi hasil analisa terhadap jawaban kuesioner responden

Terlihat bahwa kebanyakan isi pesan iklan media luar ruang sederhana

dan vulgar. Pesan yang sederhana akan mudah dimengerti siapa saja. Sementara

tujuan pesan-pesan yang terkesan vulgar adalah sebagai penarik perhatian sehingga orang yang membacanya akan merasa penasaran dan akan terus melanjutnya membaca sampai mendapatkan informasi yang lengkap. Iklan promosi paling banyak disukai dan akan dibaca sampai selesai terutama oleh kalangan perempuan. Selain itu iklan salon dan tempat pijat juga mencoba beriklan dengan cerdas, misalnya digunakan kata “Bengkel Cakep “ untuk *barber shop*. Sebuah tempat pijat mencoba menarik perhatian calon pelanggan dengan kalimat “ Superman saja perlu pijat.”

### **Kesimpulan**

Iklan media luar ruang bermacam-macam bentuknya, tetapi yang paling banyak terlihat di Kota Yogyakarta adalah poster, baliho dan *videotron*. Umbul-umbul dan spanduk juga cukup banyak karena pemasangannya berkaitan dengan *event* di Kota Yogyakarta yang sangat banyak. Jika diamati maka ditemukan banyak iklan media luar ruang yang menonjolkan warna menyolok dan isi pesan yang sederhana. Beberapa pesan iklan yang dinilai vulgar meskipun tujuannya sebagai penarik perhatian dan agar mudah diingat.

Iklan media luar ruang berperan penting bagi pendapatan daerah dari sektor pajak tetapi bisa merusak pemandangan dan keindahan kota karena menjadi sampah visual. Apalagi status Kota Yogyakarta berada di dalam kawasan daerah istimewa yang seharusnya mempertimbangkan estetika penataan kota dan melindungi bangunan bersejarah dari ekspansi iklan

luar ruang. Beberapa peraturan daerah telah dibuat untuk menertibkan pemasangan reklame, termasuk *billboard*, baliho, spanduk dan umbul-umbul. Beberapa lembaga pemerintah yang terlibat secara langsung dari perijinan, pendaftaran, pembayaran pajak, pemasangan dan pengawasannya adalah Dinas Pemukiman dan Prasarana Wilayah, Badan Lingkungan Hidup serta Dinas Pajak Daerah dan Pengelolaan Keuangan. Masing-masing mempunyai peran, wewenang dan tanggung jawab yang bertujuan menertibkan pemasangan iklan media luar ruang agar sesuai dengan rencana tata kota kemudian memastikan semua pemasang iklan mempunyai ijin dan membayar pajak.

Masyarakat Kota Yogyakarta mempunyai persepsi tersendiri terhadap penempatan dan kreativitas iklan media luar ruang yang dijumpainya sehari-hari di lingkungan tempat tinggalnya. Penempatannya dinilai masih banyak yang melanggar aturan dan masih dijumpai penggunaan kata-kata yang vulgar dalam pesan iklannya. Meskipun demikian kreativitas iklan dianggap cukup baik dari segi tipografi, warna dan desain.

### **Daftar Pustaka**

- Budiarjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Baack, D; Wilson, R and Till, B. 2008. *Creativity and Memory Effects*. Journal of Advertising, Vol. 37, No. 4, hal. 85- 94
- Jenkins, Frank. 1998. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen*

- Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Jakarta : Utama Grafiti
- Lane, Kevin. 2003. *Strategic Brand Management. Second Edition*. New York: Prentice Hall.
- Manulang, Sudy Ridwan. 2012. *Perencanaan Neon Sign Menggunakan Chasing*. Tugas Akhir Program D-IV. Departemen Teknik Instrumentasi Pabrik. Fakultas Teknik. Universitas Sumatra Utara. Medan. Repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/34430/3/Chapter%20II. Pdf. Diakses 27 Maret 2016
- Moleong, L. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- Rakhmat, Jalaludin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Shimp, A Terance. 2000. *Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga.
- Smith, Chen and Yang. 2008. *The Impact of Advertising Creativity on The Hierarchy of Effects*. Journal of Advertising , Vol. 37 No. 4, hal 47-61
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabets. Bandung : Alfabets
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sumber lain
- Kedaulatan Rakyat, 18 Maret 2015. *Yogyakarta Darurat Reklame Luar Ruang*
- Dewan Periklanan Indonesia. 2007. *Etika Pariwisata Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia)*. Jakarta.

# BUDAYA INFORMASI DALAM MEMANFAATKAN INTERNET PADA PELAJAR DI PROVINSI BALI TAHUN 2016

*Richard Togaranta Ginting, Made Kastawa*

*Program Studi D3 Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Udayana*

*Gedung C FISIP Universitas Udayana, Jalan PB. Sudirman, Denpasar*

*email: [richardtogaranta@unud.ac.id](mailto:richardtogaranta@unud.ac.id); [made.kastawa58@gmail.com](mailto:made.kastawa58@gmail.com)*

## *Abstract*

*This paper aims to find out the detail of information culture in utilizing the internet on students in Bali 2016. Type of research used in this paper is descriptive quantitative. This research tries to express and explain descriptively about information culture from searching, finding and exploiting information which they can through internet and needed by student, especially in supporting activity process of learning activity at school. The sampling technique was done by stratified random sampling. The number of samples studied amounted to approximately 100 respondents obtained from students in Bali. This is done to get more representative data.*

*An information culture is the behavior and tendency of a person in using and utilizing information to assist a person in completing his work, is an interesting phenomenon to be examined at this time. Specific targets of this research will later reveal the habits of students in Bali on utilizing the internet, it will help the school take appropriate policies to support teaching and learning activities in using of the internet in schools. Some of them include the addition of internet facilities, internet search socialization and internet usage control.*

*Keyword: information culture, internet, school library*

## **Latar Belakang**

Saat ini kita sedang berada di era digital yang memungkinkan seluruh aktivitas dan kegiatan kita harus berjalan efektif dan efisien. Tidak terkecuali dengan pelajar yang mengikuti kegiatan pembelajaran di sekolah. Untuk mendukung efektivitas dan efisiensi dalam memenuhi kebutuhan informasi, selain ke perpustakaan, pelajar kerap kali menggunakan fasilitas internet. Kebutuhan informasi pelajar dapat dilihat melalui pola tingkah laku dalam melakukan pencarian informasi. Pola tingkah laku ini yang akhirnya menjadi kebiasaan yang dilakukan terus menerus ini yang kemudian disebut sebagai sebuah budaya, yakni budaya informasi.

Budaya informasi pada pelajar saat

ini sangat menarik dan beragam. Apalagi bila hal ini dikaitkan dengan kepemilikan telepon pintar (*smartphone*) yang kerap kali menjadi kebutuhan pokok pelajar dewasa ini. Akses internet tidak hanya dapat diperoleh melalui aktivitas pada komputer konvensional dan komputer jinjing (*laptop*) yang tidak selalu efisien untuk dibawa kemana saja. Dengan menggunakan telepon genggam, pelajar dapat mengakses internet. Hal ini dikarenakan saat ini telepon genggam telah bertransformasi menjadi telepon pintar, yang mana memiliki fungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi melakukan panggilan dan pesan singkat tapi juga memiliki fungsi yang hampir sama

dengan komputer. Sehingga dari beberapa uraian di atas dapat diuraikan bahwa pelajar sangat mudah mendapatkan akses internet sekarang.

Pelajar memiliki akses internet yang memuat seluruh informasi tanpa batas. Dengan adanya situasi ini, tentu akan berpengaruh kepada kebiasaan pelajar dalam melakukan kegiatan pembelajaran untuk memenuhi kebutuhan informasi. Dengan kebiasaan dan ketergantungan ini tentu akan ada sebuah pola mengenai kebiasaan dalam mencari dan memanfaatkan informasi. Hal pertama yang menarik adalah media dan frekuensi penggunaan internet oleh pelajar. Dengan mengetahui media dan besar frekuensi pelajar melakukan akses internet, maka akan muncul sebuah kebiasaan atau budaya yang menjadi bagian aktivitas sehari-hari pelajar di sekolah. Selanjutnya, fitur-fitur yang digunakan pelajar dalam mengakses internet untuk kebutuhan pemenuhan informasi akan menjadi pola yang terstruktur. Pola yang terstruktur ini nantinya akan membantu dalam pengidentifikasian jenis-jenis informasi apa saja yang dibutuhkan oleh pelajar.

### **Internet**

Internet merupakan akronim dari *Interconnection Networking*. Internet berasal dari bahasa latin “inter” yang berarti antara dan “net” yang berarti jaringan. Secara kata perkata “internet” dapat diartikan sebagai jaringan antara atau penghubung, jadi dapat didefinisikan

bahwa internet merupakan hubungan antara berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya dimana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi yaitu protokol TCP/IP (*Transmission Control/Internet Protocol*) Supriyanto (2008:60). Dari pengertian ini dapat dilihat bahwa internet merupakan salah satu pemanfaatan kemajuan komunikasi yang membantu menghubungkan dan mengaitkan jaringan informasi di seluruh dunia. Pendapat lain mengenai defenisi internet dikemukakan oleh Harjono (2009:1), yang menyatakan bahwa:

Internet dapat diartikan kumpulan dari beberapa komputer, bahkan jutaan komputer di seluruh dunia yang saling berhubungan atau terkoneksi satu sama lainnya. Media yang digunakan bisa menggunakan kabel/serat optik, satelit atau melalui sambungan telepon.

Berdasarkan pendapat di atas dapat dilihat bahwa internet selain dari kumpulan beberapa komputer yang mencapai jutaan yang ada di seluruh dunia, semuanya juga terhubung dan terkoneksi untuk saling berbagi informasi.

Internet sebagai media informasi dapat menjadi sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran dan penyebaran informasi tanpa terhalang oleh jarak, perbedaan waktu dan juga faktor geografis bagi seseorang yang ingin mengakses informasi. Model koneksi

internet itu bisa dioperasikan pada komputer pribadi maupun jaringan LAN/WAN.

Defenisi LAN/WAN menurut Nugroho, (2008:44) antara lain : LAN (*Local Area Network*) suatu jaringan yang terbentuk dengan menghubungkan beberapa komputer yang berdekatan yang berada pada suatu ruang atau gedung yang terkoneksi ke *internet gateway*. WAN (*Wide Area Network*) adalah format jaringan dimana suatu komputer dihubungkan dengan yang lainnya melalui sambungan telepon. Data dikirim dan diterima oleh atau dari suatu komputer ke komputer lainnya lewat sambungan telepon maupun melalui sinyal ultramagnetik.

Internet adalah pusat informasi yang sangat lengkap, bahkan internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya), dikatakan demikian karena hampir semua hal yang kita butuhkan dapat kita temukan di internet. Internet memberikan banyak kemudahan dalam pemanfaatan setiap fasilitas yang disuguhkan untuk di akses pengguna. Fasilitas yang terdapat di internet cukup banyak jenis dan kegunaannya sehingga dapat memberikan dukungan bagi kegiatan belajar mengajar, kalangan media massa, praktisi bisnis, keperluan pemerintahan, dan para peneliti.

### **Kebutuhan Informasi**

Informasi merupakan kebutuhan yang vital bagi kehidupan manusia. Informasi akan memberikan wawasan dan pengetahuan bagi manusia. Pengertian informasi menurut George H. Bodnar,

(2000: 1), “Informasi adalah data yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat”. Dari defenisi di atas dapat dilihat bahwa informasi merupakan dasar untuk pengambilan keputusan guna menjalankan akan melakukan sesuatu. Defenisi lain mengenai nformasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang memiliki arti bagi si penerima dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang (Mc.Leod:2001). Sama halnya dengan pendapat sebelumnya yang menyatakan bahwa informasi adalah berguna dalam pengambilan keputusan, informasi juga merupakan data yang memiliki arti sangat berguna bagi penerimanya.

Kebutuhan informasi setiap orang berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh banyak hal, orang yang semakin haus akan informasi biasanya memiliki kebutuhan informasi yang tinggi. Kebutuhan informasi sendiri merupakan kebutuhan yang muncul karena naluri manusia itu sendiri untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Terdapat empat jenis kebutuhan terhadap informasi (Guha dalam Syafril, 2004):

1. *Current need approach*, yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu ada interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi.
2. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan

pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna.

3. *Exhaustic need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap.
4. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan.

Berdasarkan empat pendekatan di atas dapat dilihat yang pertama adalah manusia memiliki kebutuhan yang bersifat mutakhir, yang artinya bersifat kekinian atau up to date. Selain itu informasi yang didapatkan juga bersifat mendalam dan ringkas, artinya mudah dipahami, tidak perlu informasi yang panjang lebar namun tidak memiliki makna yang mendalam. Kaitannya dengan kebutuhan informasi pelajar, sama halnya dengan manusia pada umumnya, pelajar juga memiliki kebutuhan informasi yang bersifat mutakhir meskipun kebanyakan dari pelajar lebih menginginkan informasi yang ringkas.

Menurut Sulistiyo Basuki (2004: 396) kebutuhan informasi ditentukan oleh lima faktor:

1. Kisaran informasi yang tersedia;
2. Penggunaan informasi yang akan digunakan;
3. Latar belakang, motivasi, orientasi profesional, dan karakteristik masing-masing pemakai;
4. Sistem sosial, ekonomi, dan politik

tempat pemakai berada; dan

5. Konsekuensi penggunaan informasi.

Berdasarkan pendapat di atas dapat dilihat bahwa kisaran informasi yang tersedia maksudnya bahwa informasi yang diperoleh mempengaruhi kebutuhan informasinya sendiri. Penggunaan informasi yang akan digunakan juga akan mempengaruhi kebutuhan informasi seseorang, misalnya seorang pelajar akan menggunakan informasi yang dia dapatkan di internet sebagai bahan pendukung tugas di sekolah. Latar belakang dan karakteristik masing-masing pelajar juga mempengaruhi kebutuhan informasi mereka masing, misalnya pelajar kelas 10 tentunya memiliki kebutuhan informasi yang berbeda dengan kakak kelasnya di kelas 12. Begitu juga dengan sistem sosial, ekonomi dan politik seseorang akan mempengaruhi kebutuhan informasinya.

Konsekuensi untuk menggunakan informasi juga merupakan faktor akan kebutuhan informasi seseorang. Dengan resiko yang tinggi akan sebuah informasi rahasia yang harus dijaga kerap kali seseorang akan berpikir ulang untuk kebutuhan informasinya.

### **Pencarian Informasi**

Pencarian informasi adalah usaha yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan atau memperoleh informasi. Terdapat dua metode populer yang sering digunakan seseorang dalam mencari informasi adalah mencari (*searching*). berarti seseorang yang ingin mencari hal yang diinginkan secara terstruktur dan



menelusur (*browsing*) berarti pengguna melakukan eksplorasi secara acak (tidak terstruktur) terhadap sebuah informasi. Ketika seseorang kurang begitu tahu informasi mana yang cocok untuk kebutuhannya, dengan mengetahui kata kunci yang sesuai dengan informasi yang diinginkannya, ia bisa langsung mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Thomas (2004:65) mengutip teori Dervin berikut ini:

*"Information seeking is initiated when individual encounter gaps in their knowledge sufficient to impede, prevent, or stop their progress through time and space. These gaps may be perceived as dilemmas, confusions, or uncertainties of the sort that people face as a part of daily life. The "sense" or understading that they ultimate constract from the information they obtain provide the "bridges" that enable to proceed with their activities or decision making."*

Yang artinya dapat dirumuskan sebagai berikut: "Pencarian informasi diinisiasikan ketika individu menghadapi jarak dalam jumlah pengetahuan mereka yang menghalangi, mencegah, atau menghentikan pergerakan mereka sampai pada waktu dan ruang. Jarak ini mungkin saja dirasakan seperti dilema, kebingungan yang dihadapi orang-orang sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Kata "sense" memiliki pengertian bahwa mereka pada akhirnya dibangun dari informasi yang mereka peroleh yang menjembatani kemampuan mereka untuk diproses dengan aktivitas ataupun pengambilan keputusan." Pencarian informasi akan menjembatani seseorang untuk menemukan langkah dalam

pengambilan keputusan.

### **Budaya Informasi**

Budaya informasi merupakan perilaku dan kecenderungan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan informasi untuk membantu seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Beberapa pendapat dari beberapa ahli yang menyatakan tentang definisi budaya informasi. "*Information culture can be broadly, defined as the cultural consideration of information*" (Bauchspies, 2006). Selain itu, Ginman dalam Wang (2005:213) mendefinisikan budaya informasi sebagai: *Transformation of intellectual resources is maintained alongside the transformation of material resources. The primary resources for this type of transformation are varying kinds of knowledge and information. The output achieved is a processed intellectual product which is necessary for the material activities to function and develop positively.*

Pendapat lain dikemukakan oleh Marchand dalam Suroso (1996:1) adalah mencakup nilai-nilai, sikap dan perilaku yang mempengaruhi orang dalam perusahaan tersebut di dalam segenap cara pandang, mengumpulkan, mengorganisasi, memproses, menggunakan dan mengkomunikasikan informasi.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa budaya informasi adalah pola kecenderungan seseorang mulai dari mencari, menelusur dan memanfaatkan informasi untuk membantu dalam menyelesaikan pekerjaan atau tugas tertentu.

## Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif. Metode ini dilakukan yaitu dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya yang dituangkan dalam bentuk tabel dan narasi.

Lokasi penelitian ini adalah beberapa SMA yang di provinsi Bali, yakni SMA Harapan Denpasar, SMA Negeri 2 Mengwi, SMA Negeri 1 Kuta, SMA Negeri 3 Denpasar dan SMA Negeri 4 Denpasar.

Berdasarkan keterbatasan penelitian ditentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang berasal dari 20 siswa di 5 (lima) sekolah yang dipilih dan ditentukan.

## Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang dikumpulkan diperoleh data bahwa mengenai jenis kelamin dan usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

### Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	44	44 %
2.	Perempuan	56	56 %
	Total	100	100 %

Berdasarkan data yang diperoleh, klasifikasi usia responden adalah sebagai berikut:

### Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	< 15 tahun	20	20 %
2.	15 tahun	60	60 %
3.	16 tahun	10	10 %

4.	17 tahun	6	6 %
5.	> 17 tahun	4	4 %
Total		100	100 %

## Frekuensi Berkunjung ke Layanan Internet

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	1 kali	11	11 %
	2 kali	13	13 %
	3 kali	16	16 %
	4 kali	20	20 %
	> 4 kali	40	40 %
Jumlah		100	100 %

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden sebanyak 100 orang menghasilkan jawaban sebagai berikut sebanyak 11 responden (11 %) menyatakan jarang berkunjung ke layanan internet yaitu hanya sekali dalam seminggu. 13 responden (13%) menyatakan cukup sering berkunjung ke layanan internet yaitu sekitar 2 kali dalam seminggu, 16 responden (16%) menyatakan sering berkunjung ke layanan internet yaitu sebanyak 3 kali dalam seminggu, 20 responden (20 %) menyatakan sangat sering berkunjung ke layanan internet yaitu sebanyak 4 kali dalam seminggu dan yang terakhir 40 responden (40 %) menyatakan bahwa memiliki rutinitas ke layanan internet yaitu lebih dari 4 kali dalam seminggu.

Kesimpulan dari tabel diatas bahwa persentase tertinggi (40%) sebanyak 40 responden berkunjung ke layanan internet sebagai rutinitas atau lebih dari 4 kali seminggu dan persentase terendah (11%) sebanyak 11 responden yang sangat jarang

berkunjung ke layanan internet yakni satu kali dalam seminggu.

### Lama Waktu Memanfaatkan Layanan Internet

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
2.	1 jam	35	35 %
	2 jam	34	34 %
	3 jam	11	11 %
	4 jam	17	17 %
	> 4 jam	3	3 %
	Jumlah	100	100 %

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden sebanyak 100 orang menghasilkan jawaban sebagai berikut sebanyak 35 responden (35 %) menyatakan bahwa memanfaatkan layanan internet dengan lama waktu 1 jam, 34 responden (34%) menyatakan bahwa memanfaatkan layanan internet dengan lama waktu 2 jam. Selanjutnya, 11 responden (11 %) menyatakan bahwa memanfaatkan layanan internet dengan lama waktu 3 jam, 17 responden (17 %) menyatakan bahwa memanfaatkan layanan internet dengan lama waktu 4 jam dan yang terakhir 3 responden (3 %) menyatakan bahwa memanfaatkan layanan internet dengan lama waktu lebih dari 4 jam.

Kesimpulan dari tabel di atas bahwa persentase tertinggi (35%) sebanyak 35 menyatakan bahwa sebagian besar dari siswa memanfaatkan layanan internet dengan lama waktu 1 jam dan persentase terendah (3%) sebanyak 3 responden menyatakan bahwa memanfaatkan layanan internet dengan lama waktu lebih dari 4 jam.

### Frekuensi Memanfaatkan Koleksi Digital

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
3.	Sangat Sering	6	6 %
	Sering	10	10 %
	Kadang-kadang	17	17 %
	Jarang	42	42 %
	Tidak pernah	25	25 %
	Jumlah	100	100 %

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden sebanyak 100 orang menghasilkan jawaban sebagai berikut sebanyak 6 responden (6 %) menyatakan sangat sering memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) saat menggunakan layanan internet di perpustakaan sekolah. 10 responden (10%) menyatakan sering memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) saat menggunakan layanan internet di perpustakaan sekolah, 16 responden (16 %) menyatakan kadang-kadang memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) saat menggunakan layanan internet di perpustakaan sekolah, 42 responden (42 %) menyatakan jarang memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) saat menggunakan layanan internet di perpustakaan sekolah dan yang terakhir 25 responden (25 %) menyatakan tidak pernah memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) saat menggunakan layanan internet di perpustakaan sekolah.

Kesimpulan dari tabel diatas bahwa

persentase tertinggi (42%) sebanyak 42 responden menyatakan jarang memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) saat menggunakan layanan internet di perpustakaan sekolah dan persentase terendah (6%) sebanyak 6 responden menyatakan sangat sering memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) saat menggunakan layanan internet di perpustakaan sekolah.

#### Alasan Memanfaatkan Koleksi Digital (*ebook*)

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
4.	Diperintahkan oleh guru	17	17 %
	Berinisiatif sebagai referensi tugas	35	35 %
	Hanya dibaca meskipun tidak ada tugas	22	22 %
	Hanya disimpan sebagai koleksi	18	18 %
	Alasan lain	5	5 %
	Jumlah	100	100 %

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden sebanyak 100 orang menghasilkan jawaban sebagai berikut sebanyak 17 responden (17 %) menyatakan bahwa siswa memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) karena alasan diperintahkan guru. 35 responden (35%) menyatakan bahwa siswa memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) karena berinisiatif

sebagai referensi tugas, 22 responden (22 %) menyatakan bahwa siswa memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) karena alasan hanya dibaca meskipun tidak ada tugas, 18 responden (18 %) menyatakan bahwa siswa memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) karena alasan hanya disimpan saja sebagai koleksi dan yang terakhir 5 responden (5 %) menyatakan bahwa siswa memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) karena alasan lain.

Kesimpulan dari tabel diatas bahwa persentase tertinggi (35%) sebanyak 35 responden menyatakan bahwa siswa memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) karena berinisiatif sebagai referensi tugas dan persentase terendah (5%) sebanyak 5 responden menyatakan bahwa siswa memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) karena alasan lain.

#### Mesin Pencari (*Search Engine*)

##### Penelusuran

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
5.	Google	91	91 %
	Yahoo	9	9 %
	Ask	0	0 %
	Bing	0	0 %
	Mesin pencari lain	0	0 %
	Jumlah	100	100 %

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden sebanyak 100 orang menghasilkan jawaban sebagai berikut sebanyak 91 responden (91 %) menyatakan *google* sebagai mesin pencari (*searh engine*) yang digunakan

untuk mencari dan menemukan informasi untuk membantu kegiatan pembelajaran di sekolah. Selanjutnya, 9 responden (9%) menyatakan *yahoo* sebagai mesin pencari (*searh engine*) yang digunakan untuk mencari dan menemukan informasi untuk membantu kegiatan pembelajaran di sekolah., tidak ada responden (0 %) yang menyatakan *ask*, *bing* dan mesin pencari (*search engine*) lain sebagai mesin pencari (*searh engine*) yang digunakan untuk mencari dan menemukan informasi untuk membantu kegiatan pembelajaran di sekolah..

Kesimpulan dari tabel di atas bahwa persentase tertinggi (91%) sebanyak 91 responden menyatakan *google* sebagai mesin pencari (*searh engine*) yang digunakan untuk mencari dan menemukan informasi untuk membantu kegiatan pembelajaran di sekolah dan persentase terendah (0%) sebanyak 0 responden menyatakan *ask*, *bing* dan mesin pencari (*search engine*) lain sebagai mesin pencari (*searh engine*) yang digunakan untuk mencari dan menemukan informasi untuk membantu kegiatan pembelajaran di sekolah.

#### Cara Menelusur dan Mencari di Mesin Pencari (*Search Engine*)

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
6.	Langsung menetik judul yang ingin dicari	69	69 %

Merumuskan subjek dari informasi yang akan ditelusur	12	12 %
Bertanya kepada teman	8	8 %
Bertanya kepada pustakawan	7	7 %
Menggunakan cara lain	4	4 %
Jumlah	100	100 %

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden sebanyak 100 orang menghasilkan jbaran sebagai berikut sebanyak 69 responden (69 %) menyatakan langsung menetik judul yang ingin dicari ketika melakukan penelusuran dan pencarian di mesin pencari (*search engine*) untuk membantu dalam kegiatan pembelajaran di sekolah. Selanjutnya, 12 responden (12%) menyatakan akan merumuskan subjek dari informasi yang akan ditelusur ketika melakukan penelusuran dan pencarian di mesin pencari (*search engine*) untuk membantu dalam kegiatan pembelajaran di sekolah, 8 responden (8%) menyatakan langsung akan bertanya kepada teman ketika melakukan penelusuran dan pencarian di mesin pencari (*search engine*) untuk membantu dalam kegiatan pembelajaran di

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
7	Hanya membaca saja	32	32 %
	Membaca dan mengunduh tanpa disimpan	32	32 %
	Langsung disimpan di <i>flashdisk</i>	28	28 %
	Langsung dicetak ( <i>print</i> )	8	8 %
	Melakukan tindakan lain	0	0 %
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

sekolah, 7 responden (7%) menyatakan akan bertanya kepada pustakawan ketika melakukan penelusuran dan pencarian di mesin pencari (*search engine*) untuk membantu dalam kegiatan pembelajaran di sekolah dan yang terakhir 4 responden (4%) menyatakan alasan lain ketika melakukan penelusuran dan pencarian di mesin pencari (*search engine*) untuk membantu dalam kegiatan pembelajaran di sekolah.

Kesimpulan dari tabel di atas bahwa persentase tertinggi (69%) sebanyak 69 responden menyatakan langsung menetik judul yang ingin dicari ketika melakukan penelusuran dan pencarian di mesin pencari (*search engine*) untuk membantu dalam kegiatan pembelajaran di sekolah dan persentase terendah (4%) sebanyak 4

responden menyatakan alasan lain ketika melakukan penelusuran dan pencarian di mesin pencari (*search engine*) untuk membantu dalam kegiatan pembelajaran di sekolah.

### **Tindakan Pasca Mendapatkan Informasi di Layanan Internet**

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden sebanyak 100 orang menghasilkan jawaban sebagai berikut sebanyak 32 responden (32%) menyatakan hanya akan membaca saja ketika sudah menemukan informasi pada layanan internet. Selanjutnya, 32 responden (32%) menyatakan akan membaca dan mengunduh tapi tidak disimpan ketika sudah menemukan informasi pada layanan internet., 28 responden (28%) menyatakan akan menyimpan di *flashdisk* ketika sudah menemukan informasi pada layanan internet., 8 responden (8%) menyatakan langsung mencetak (*print*) ketika sudah menemukan informasi pada layanan internet dan yang terakhir 0 responden (0 %) menyatakan akan melakukan tindakan lain ketika sudah menemukan informasi pada layanan internet.

Kesimpulan dari tabel di atas bahwa persentase tertinggi 32 responden (32%) menyatakan hanya akan membaca saja ketika sudah menemukan informasi pada layanan internet. Selanjutnya, 32 responden (32%) menyatakan akan membaca dan mengunduh tapi tidak disimpan ketika sudah menemukan informasi pada layanan

internet dan persentase terendah (0%) sebanyak 0 responden menyatakan akan melakukan tindakan lain ketika sudah menemukan informasi pada layanan internet

#### Tindakan Jika Tidak Menemukan Informasi di Layanan Internet

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
8.	Beralih ke buku cetak	65	65 %
	Bertanya kepada teman	19	19 %
	Bertanya kepada pustakawan	6	6 %
	Meninggalkan perpustakaan	10	10 %
	Melakukan tindakan lain	0	0 %
Jumlah		100	100 %

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden sebanyak 100 orang menghasilkan jawaban sebagai berikut sebanyak 65 responden (65%) menyatakan akan beralih ke buku cetak jika tidak menemukan informasi saat menggunakan layanan internet. Selanjutnya, 19 responden (19%) menyatakan akan bertanya kepada teman jika tidak menemukan informasi saat menggunakan layanan internet, selain itu, 6 responden (6%) menyatakan akan bertanya kepada pustakawan jika tidak menemukan informasi saat menggunakan layanan internet, 10 responden (10 %) menyatakan

akan meninggalkan perpustakaan jika tidak menemukan informasi saat menggunakan layanan internet dan yang terakhir 0 responden (0 %) tidak mengungkapkan tindakan lain jika tidak menemukan informasi saat menggunakan layanan internet.

Kesimpulan dari tabel di atas bahwa persentase tertinggi 65 responden (65%) menyatakan akan beralih ke buku cetak jika tidak menemukan informasi saat menggunakan layanan internet dan persentase terendah 0 responden (0 %) tidak mengungkapkan tindakan lain jika tidak menemukan informasi saat menggunakan layanan internet.

#### Bantuan Pustakawan Dalam Memanfaatkan Layanan Internet

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
9.	Sangat setuju	12	12 %
	Setuju	68	68 %
	Ragu-ragu	20	20 %
	Tidak setuju	0	0 %
	Sangat tidak setuju	0	0 %
Jumlah		100	100 %

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden sebanyak 100 orang menghasilkan jawaban sebagai berikut sebanyak 12 responden (12 %) menyatakan sangat setuju bahwa pustakawan membantu siswa dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah. Selanjutnya,

68 responden (68%) menyatakan setuju bahwa pustakawan membantu siswa dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah, 20 responden (20%) menyatakan ragu-ragu bahwa pustakawan membantu siswa dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah, dan 0 responden (0%) menyatakan bahwa menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju bahwa pustakawan membantu siswa dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah.

Kesimpulan dari tabel di atas bahwa persentase tertinggi 68 responden (68%) menyatakan setuju bahwa pustakawan membantu siswa dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah dan persentase terendah (0%) sebanyak 0 responden 68 responden (68%) menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju bahwa pustakawan membantu siswa dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah.

### **Kepuasan Akan Bantuan Pustakawan**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
10	Sangat puas	34	34 %
	Puas	56	56 %
	Ragu-ragu	10	10 %
	Tidak puas	0	0 %
	Sangat tidak puas	0	0 %
Jumlah		100	100 %

Berdasarkan tabel di atas dengan total persentase 100% dan responden

sebanyak 100 orang menghasilkan jbaran sebagai berikut sebanyak 34 responden (34%) menyatakan sangat setuju bahwa siswa merasa puas atas bantuan pustakawan dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah. Selanjutnya, 56 responden (56%) menyatakan setuju bahwa siswa merasa puas atas bantuan pustakawan dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah, 10 responden (10%) menyatakan ragu-ragu bahwa siswa merasa puas atas bantuan pustakawan dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah, dan 0 responden (0%) menyatakan bahwa menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju siswa merasa puas atas bantuan pustakawan dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah.

Kesimpulan dari tabel di atas bahwa persentase tertinggi 56 responden (56%) menyatakan setuju bahwa siswa merasa puas atas bantuan pustakawan dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah dan persentase terendah dimana 0 responden (0%) menyatakan bahwa menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju siswa merasa puas atas bantuan pustakawan dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan olah data yang dilakukan diperoleh bahwa sebanyak 40 responden (40%) berkunjung ke layanan internet sebagai rutinitas atau lebih dari 4



kali seminggu. Sebagian besar dari siswa 35 responden (35%) memanfaatkan layanan internet dengan lama waktu 1 jam dan sebanyak 3 responden (3%) menyatakan bahwa memanfaatkan layanan internet dengan lama waktu lebih dari 4 jam.

Sebanyak 42 responden (42%) menyatakan jarang memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) saat menggunakan layanan internet di perpustakaan sekolah dan sebanyak 35 responden (35%) menyatakan bahwa siswa memanfaatkan koleksi digital (*ebook*) karena berinisiatif sebagai referensi tugas. Sebanyak 91 responden (91%) menyatakan *google* sebagai mesin pencari (*search engine*) yang digunakan untuk mencari dan menemukan informasi untuk membantu kegiatan pembelajaran di sekolah. Responden menyatakan langsung mengetik judul yang ingin dicari ketika melakukan penelusuran dan pencarian di mesin pencari (*search engine*) untuk membantu dalam kegiatan pembelajaran di sekolah (69 responden atau 69%). Selanjutnya ditemukan fakta 32 responden (32%) menyatakan hanya akan membaca saja ketika sudah menemukan informasi pada layanan internet. Selanjutnya, 32 responden (32%) menyatakan akan membaca dan mengunduh tapi tidak disimpan ketika sudah menemukan informasi pada layanan internet dan 65 responden (65%) menyatakan akan beralih ke buku cetak jika tidak menemukan informasi saat menggunakan layanan internet.

Sebagian besar responden, 68 responden (68%) menyatakan setuju

bahwa pustakawan membantu siswa dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah dan 56 responden (56%) menyatakan setuju bahwa siswa merasa puas atas bantuan pustakawan dalam memanfaatkan layanan internet yang ada di perpustakaan sekolah.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan, peneliti memiliki beberapa saran untuk siswa yang melakukan pencarian dan penelusuran informasi di internet, yakni:

1. Siswa harus bersikap bijaksana dalam melakukan pencarian dan penelusuran informasi yang ada di internet.
2. Guru dan orang tua harus lebih pro aktif dalam mengarahkan serta mengawasi siswa dalam melakukan kegiatan pencarian dan penelusuran informasi yang ada di internet.
3. Pihak sekolah dan pemerintah diharapkan mampu meningkatkan fasilitas internet untuk meningkatkan kualitas pelayanan internet khususnya di perpustakaan sekolah sehingga dapat secara optimal mendukung kegiatan pembelajaran di sekolah.

### Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brown, A.D. 1990. *Information, Communication and Cultural Organization. A Grounded Theory Approach*. PhD Thesis. Slieffield: University of Sheffield.
- Drabenstott, K.M. 2006. *Mail List Discussion- Information Culture: Concept and Application*. <http://www.si.umich.edu/cristaled/postings/V101.html> diakses 6 Februari 2016.
- Gendina. NI. 2004. *Information Literacy for Information Culture: Separation for unity. Russian Reseach Results*. <http://www.lila.ori!j!Vfiiia70/proiz04.html>: diakses 4 Februari 2016
- Ginman,A. 1987. *Information Culture and Bussines Performance*. IATUL Quarterly, Vol 2. N0.2. Pp 93-106.
- Gupta, Y. A and Chin, D.C.W. 1991. *An Empirical Examination of Information System Expenditure: a stage hypothesis using the information on proccesing and organizational life cycle approaches*. Journal of Information Science. Vol. 17, pp 17- 105.
- Nugroho Eko, 2008 *Sistem Informasi Manajemen: Konsep, Aplikasi, dan Perkembangannya*. Yogyakarta: Andi
- McLeod, Raymond Jr dan Schell, George. 2001. *Management Information System*. London: Prentice International Hall, Inc.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suroso, Arif Imam dan Aji Hermawan. 1998. *Manajemen Budaya Informasi*. Amal Agrimedia. Vol.4 No 3. ISSN: 0853-846-8.
- Wang, Mei -Yu. 2005. *The Impact of Information Culture on Managing Knowledge: A Double Case Study of Pharmaceutical Manufacturers in Taiwan*. Library Review. Vol. 55. No 3 pp 209-2 221.
- Widen-Wulf, Gunilla.2000. *Business Information Culture: A Qualitative Study of The Inibiniation Culture in the Finnish Insurance Industry*. Information Research.<http://informationr.net/ir/5-3/paper77.html>; diakses 4 Februari 2016.
- Yusuf, Pawit M.2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara