

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia komunikasi global saat ini tengah berkembang pesat, sehingga memberikan kemudahan terhadap manusia dalam mengakses segala informasi yang dibutuhkan. Apabila masa lalu surat menjadi media utama dalam berkomunikasi jarak jauh, meskipun masih membutuhkan waktu sesuai dengan jarak yang ditempuh. Akan tetapi saat ini semuanya dapat dilakukan dengan cara yang begitu cepat dan mudah. Interaksi antar manusia menjadi suatu hal yang bebas dan tidak lagi terhambat jarak maupun waktu. Kemudahan tersebut merupakan dampak dari terciptanya sarana komunikasi berbasis internet.

Internet merupakan suatu jaringan komputer yang dapat menghubungkan berbagai situs yang telah ada diseluruh penjuru dunia. Keunggulan internet salah satunya memiliki sifat yang global atau dapat diakses oleh masyarakat dimanapun mereka berada. Informasi yang terjadi dibelahan bumi utara dapat diketahui oleh masyarakat dibelahan bumi selatan pada waktu yang tidak berbeda lama. Globalisasi menjadi salah satu dampak dari adanya jaringan internet, karena media massa ini menjadikan batas-batas Negara diseluruh dunia menjadi semu.

Indonesia yang berada pada tataran Negara berkembang tentunya sangat membutuhkan fasilitas media komunikasi massa berbasis internet ini. Selain

dapat memberikan informasi yang lebih terhadap masyarakat, keberadaan internet diharapkan mampu memberikan wawasan dan memunculkan ide-ide kreatif yang bersifat positif yang tentunya akan memberikan dampak bagi peningkatan SDM (Sumber Daya Manusia) masyarakat Indonesia. Selain memang faktor globalisasi yang menjadikan keberadaan internet ini menjadi penting.

Saat ini tidak jarang internet sangat mudah untuk diakses diberbagai tempat. Pusat perbelanjaan, kampus dan kantor telah banyak yang menyediakan fasilitas akses internet, selain tumbuhnya usaha Warung Internet (Warnet). Bahkan tidak jarang masyarakat memfasilitasi dirinya dengan perlengkapan yang dapat mempermudah mereka dalam mengases internet, seperti dengan menggunakan fasilitas modem maupun berlanggan pada salah satu penyedia jasa internet yang ada.

Akan tetapi berbagai kemudahan dalam mengakses internet tersebut hanya ditemui di wilayah perkotaan di Indonesia. Minimnya fasilitas penunjang membuat masyarakat yang tinggal di daerah kurang mendapatkan akses internet secara maksimal. Untuk sebagian orang yang tinggal di daerah internet merupakan hal yang cukup mewah. Meskipun internet sendiri telah dapat dinikmati melalui sarana *handphone*, akan tetapi dukungan fitur yang kurang dan pemakaian pulsa yang cukup mahal menjadi kendala yang masih sangat membatasi penggunaan internet bagi masyarakat yang tinggal di daerah.

“Wilayah Jatiroto yang wilayahnya berbukit-bukit dan pegunungan, jarak dari Wonogiri Kota sekitar 37 kilometer. Bagi, siswa yang tinggal di Wonogiri Kota internet sudah mengenalnya. Namun bagi siswa yang tinggal di wilayah Kecamatan Jatiroto, termasuk hal baru. Bahkan, siswa setingkat SMP, baru mengenal internet berkat mobil internet milik Kementerian Komunikasi dan Informatika” (Sumber : Joglo Semar, 7 : Kamis 24 Mei 2012).

Kutipan diatas menggambarkan fakta masih minimnya akses internet di beberapa daerah. Keadaan ini juga dikuatkan atas keterangan seorang siswi MTS GUPPI, Jatiroto, Wonogiri. yang menyatakan baru mengenal internet saat di MTs melalui program MPLIK ini. (Sumber : Joglo Semar, 7 : Kamis 24 Mei 2012). Melihat pengakuan tersebut terlihat bagaimana siswa yang telah duduk dibangku setingkat SMP (Sekolah Menengah Pertama) baru mengenal internet, padahal diberbagai wilayah anak usia Sekolah Dasar (SD) telah dapat menikmati fasilitas ini. Keadaan tersebut terjadi karena akses internet masih sulit dijangkau masyarakat yang tinggal didaerah.

Fakta minimnya akses internet di beberapa daerah, memberikan wacana kepada pemerintah untuk mengatasi masalah tersebut. Sehingga pemerintah melalui menteri Komunikasi dan Informatika mengeluarkan keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Pasal 5 Nomer 48/PER/M.KOMINFO/11/2009 tentang penyediaan Jasa Akses Internet Pada Wilayah pelayanan Universal Telekomunikasi Internet kecamatan. Telah diubah dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 19/M.KOMINFO/12/2010. Pemerintah memberikan bantuan kepada

masyarakat di kecamatan berupa sarana Mobil internet, yang kemudian dikenal dengan sebutan MPLIK (Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan).

(http://publikasi.kominfo.go.id/bistream/handle/54323613/213/permenkominfo_nmr_21pdf?sequence=1, diakses pada 12 Juni 2012, pukul 11.15 WIB)

Program MPLIK adalah tindak lanjut dari program PLIK (Pusat Layanan Internet Kecamatan) yang telah dilaksanakan disebagian wilayah Kabupaten Wonogiri. PLIK merupakan program yang menyediakan sarana internet bagi masyarakat dilingkup kecamatan. Akan tetapi PLIK ini ditempatkan di pusat kecamatan yang bersangkutan. Sehingga memberikan kendala bagi masyarakat yang tinggal jauh dari pusat kecamatan tersebut. Salah satu program PLIK yang ditemukan peneliti berada di Kecamatan Purwantoro, Wonogiri.

Keunggulan program MPLIK ini terletak pada pengemasan fasilitas yang dibutuhkan dalam satu mobil yang terdiri dari beberapa unit laptop, layar monitor dan sarana lain yang terhubung ke jaringan internet. Pengemasan ini bertujuan untuk menciptakan suatu program yang bersifat *mobile*, sehingga dapat menjangkau beberapa daerah guna memberikan fasilitas internet kepada masyarakat sekitar.

Penelitian ini akan dilaksanakan di wilayah Kecamatan Slogohimo, yang terdiri dari 15 desa dan 2 kelurahan. Kecamatan yang terletak dibagian timur Kabupaten Wonogiri ini masih terdapat beberapa wilayah yang minim akses internet. Selain itu program MPLIK di Kecamatan Slogohimo baru terealisasi pada 12 Januari 2012 dan merupakan kecamatan yang

mendapatkan fasilitas MPLIK lebih awal dibandingkan kecamatan-kecamatan lain. Keadaan ini memungkinkan ditemukan beberapa kendala atau kondisi yang berpengaruh dalam pelaksanaan dan konsistensi program MPLIK. Sehingga peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian di wilayah Kecamatan Slogohimo.

Faktor yang menjadikan penelitian ini penting untuk dilaksanakan, antara lain meninjau tentang manfaat keberadaan MPLIK di tengah masyarakat, kemudahan masyarakat dalam mengakses informasi yang diperlukan, menambah wawasan serta harapan munculnya gagasan positif dari masyarakat melalui media internet yang disalurkan melalui program MPLIK. Tentunya MPLIK ini menjadi akar dalam memasyarakatkan internet di Kecamatan Slogohimo pada khususnya dan seluruh wilayah Indonesia pada umumnya. Keadaan ini diharapkan akan menghilangkan kesenjangan sosial antara masyarakat kota dan desa khususnya dalam bidang pemanfaatan internet ini.

Alasan tersebut kemudian memperkuat dilakukannya penelitian ini, dimana nantinya peneliti akan mengamati bagaimana strategi program MPLIK dalam memberikan akses internet kepada masyarakat khususnya di Kecamatan Slogohimo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi terhadap kekurangan atau kendala dari program yang telah berjalan selama lima bulan ini. Sehingga keberadaan MPLIK akan lebih dapat dioptimalkan, mengingat bagaimana MPLIK ini akan memberikan suatu gambaran atau wawasan kepada masyarakat mengenai internet sendiri.

Peneliti akan memfokuskan penelitian ini kedalam kajian Komunikasi Pembangunan. Komunikasi pembangunan merupakan proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah, yang dalam keselarasannya dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat (Effendy, 2005:92). Tentunya keberadaan MPLIK ini mewakili pembangunan yang dimaksudkan dalam pengertian tersebut. Karena memang MPLIK merupakan suatu media untuk mendapatkan informasi (Pesan) khususnya melalui media internet yang akan memberikan wawasan kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini posisi peneliti hanya sebagai peneliti, dimana peneliti bukan merupakan pihak yang terkait dalam obyek yang dijadikan penelitian. Akan tetapi peneliti akan melakukan berbagai observasi dengan cara menjadi bagian sementara dari program MPLIK ini dalam melakukan tugasnya. Karena dengan begitu nantinya peneliti berharap akan mendapatkan data yang valid terkait dengan penelitian ini.

Penelitian berkaitan dengan strategi komunikasi pembangunan pernah dilaksanakan oleh Ginanjar Prakoso Utomo (2011). Judul yang diambil adalah “Strategi Komunikasi Pembangunan Pemkot Surakarta dalam Penataan Ruang Publik” (Analisis Diskriptif Kualitatif Pada Pra dan Pasca Relokasi Pasar Gading) menyimpulkan bahwa Pemerintah kota Surakarta menggunakan dua aspek untuk melakukan komunikasi dalam renovasi pasar Gading, yaitu aspek pendekatan dan aspek sumber daya.

Selain penelitian tersebut penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi ini pernah dilakukan oleh Gontom C. Kifli, dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Pembangunan Pertanian pada Komunitas Dayak di Kalimantan Selatan”. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa strategi pendekatan komunikasi yang dilakukan yaitu memposisikan tokoh adat sebagai *liaison person* atau penghubung, revitalisasi komunikasi massa melalui radio atau televisi dengan menggunakan atribut dayak, dan pendekatan komunikasi kelompok melalui komunikasi partisipatif di dalam dan luar komunitas dayak.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di wilayah kerja program MPLIK Kecamatan Slogohimo dengan judul “Strategi Komunikasi Pembangunan Program MPLIK (Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan) di Kecamatan Slogohimo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana strategi komunikasi Program MPLIK sebagai pusat layanan internet masyarakat di Kecamatan Slogohimo?”

C. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Komunikasi program MPLIK sebagai pusat layanan internet masyarakat di Kecamatan Slogohimo.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, informasi yang diperoleh diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam menambah pengetahuan teoritis pada ilmu pendidikan, khususnya bidang ilmu komunikasi terkait dengan kajian Komunikasi Pembangunan.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan dalam meningkatkan pelayanan program MPLIK khususnya di Kecamatan Slogohimo. Diharapkan juga dapat memberikan informasi yang berguna kepada pelaksana program MPLIK di wilayah lain.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang Komunikasi Pembangunan ini sebelumnya pernah dilakukan oleh Utomo (2011). Hasil dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut. Judul “Strategi Komunikasi Pembangunan Pemkot Surakarta dalam Penataan Ruang Publik (Analisis Diskriptif Kualitatif Pada Pra dan Pasca Relokasi Pasar Gading)”. Dilaksanakan pada tahun 2011, dengan lokasi penelitian di Pasar Gading, Surakarta. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Kualitatif. Penelitian yang dilakukan Utomo kemudian menyimpulkan bahwa pemerintah Kota Surakarta menggunakan dua aspek untuk melakukan komunikasi dalam renovasi Pasar Gading, dimana kedua aspek tersebut adalah aspek pendekatan dan aspek sumber daya.

Aspek pendekatan yang dimaksudkan adalah Pendekatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta dengan melakukan penentuan

sarana komunikasi yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu sasaran umum (*general objectives*), sasaran aksi (*action objectives*), sasaran komunikasi (*communication objectives*), dengan cara tersebut pemerintah kota Surakarta dapat mengetahui sasaran dari komunikasi yang mereka laksanakan.

Untuk aspek sumber daya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Sumber daya uang yang dalam pembangunan Pasar Gading, Pemerintah Kota Surakarta berasal dari APBN, APBD kota Surakarta dan APBD Jawa Tengah dan sumber daya manusia dan pemerintah bekerja sama dengan tiga kontraktor besar dari Kota Surakarta yaitu PT. RUDI PERSADA NUSANTARA, PT. TATA ANALISA MULTIMULYA, PT. INDO SURYA CONST. Total dari pengerjaan untuk pembangunan menghabiskan dana sebesar Rp. 7,071,928,000.00.

Tema Strategi Komunikasi Pembangunan juga pernah diangkat untuk penelitian yang dilakukan oleh Gontom C. Kifli, dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Pembangunan Pertanian pada Komunitas Dayak di Kalimantan Selatan”. Disimpulkan bahwa strategi pendekatan komunikasi yang sebaiknya dilakukan adalah pemberdayaan tokoh adat sebagai *liaison person* atau penghubung, revitalisasi komunikasi massa melalui radio atau televisi dengan menggunakan atribut dayak, dan pendekatan komunikasi kelompok melalui komunikasi partisipatif di dalam dan luar komunitas dayak.

Strategi Komunikasi Pembangunan menjadi tema yang sama antara peneliti terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Penelitian ini nantinya diharapkan menghasilkan data yang akan memberikan gambaran

dalam meningkatkan program yang akan atau telah dilaksanakan. Akan tetapi dari segi obyek penelitian, terdapat perbedaan dimana penelitian terdahulu meneliti masalah pembangunan pasar dan pertanian sedangkan peneliti melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi program MPLIK (Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan).

1. Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial, salah satu kalimat yang digunakan untuk menjabarkan beberapa kedudukan manusia. Hakikat tersebut sering dimaknai bahwa manusia tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain. Peran sosial tersebut tentunya akan terjalin ketika setiap individu berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain untuk menyampaikan tujuannya. Pengertian komunikasi tersebut tentunya dapat diartikan sebagai hubungan antar individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lain. Komunikasi menjadi suatu bidang yang biasa dilakukan dalam kehidupan masyarakat global. Sebagai contoh, seseorang dapat memenuhi kebutuhan pangan mereka setelah berhubungan dengan penjual makanan yang dibutuhkan. Apabila orang tersebut tidak berhubungan dengan penjual makanan tentunya kebutuhan pangan yang mereka butuhkan akan sulit untuk mereka penuhi.

Hal diatas menjadi satu contoh kecil bagaimana komunikasi berperan penting dalam kehidupan manusia secara luas. Meskipun masih banyak masyarakat yang tidak begitu memperhatikan bahwa apa yang mereka lakukan merupakan suatu proses komunikasi, karena memang

komunikasi lebih dikenal dimasyarakat sebagai suatu hubungan atau percicangan antar individu atau kelompok.

Banyak ahli komunikasi yang memaparkan definisi menurut pandangan dan bidang yang mereka tekuni. Peneliti mencoba mengutip beberapa definisi yang berhasil dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi. Frank Dance mengambil langkah besar dalam mendefinisikan komunikasi, dimana dia mengemukakan adanya tiga konseptual yang penting untuk mendefinisikan komunikasi.

- a. Dimensi yang pertama adalah tingkat pengamatan dan keringkasan. Komunikasi diartikan sebagai proses yang menghubungkan semua bagian-bagian yang terputus.
- b. Dimensi yang kedua adalah tujuan, contoh dari dimensi ini adalah situasi-situasi tersebut merupakan sebuah sumber yang mengirimkan sebuah pesan kepada penerima dengan tujuan tertentu untuk mempengaruhi perilaku penerima.
- c. Dimensi ketiga yang digunakan untuk membedakan definisi komunikasi adalah penilaian normative. Karena dalam dimensi ini definisi-definisi tentang komunikasi membicarakan keefektifan komunikasi tersebut (Littlejohn dan Foss, 2009 : 4).

Beberapa dimensi komunikasi diatas menjelaskan bahwa definisi dari komunikasi memiliki faktor yang begitu luas. Akan tetapi berbagai definisi yang ada tentunya menjadi sebuah pandangan baru tentang arti dari komunikasi yang ada.

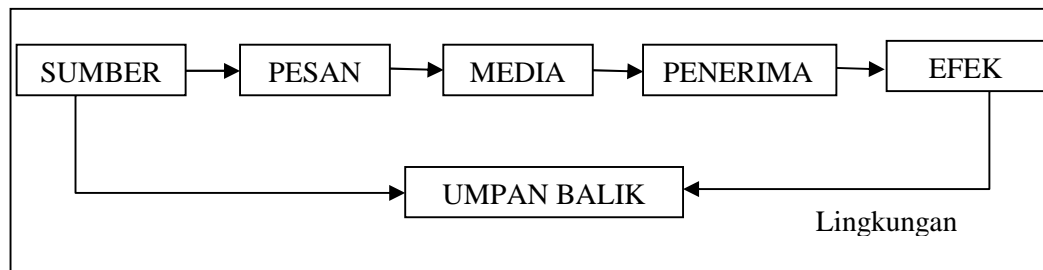
Definisi lain mengenai komunikasi juga dikemukakan oleh Rogers dan D.Lawrence Kincaid (1981). Definisi tersebut merupakan pengembangan definisi yang pernah disampaikan oleh Everett M.Rogers, yang menjelaskan bahwa :

“Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling penertian yang mendalam”(Rogers dan Kincaid dalam Cangara, 2006 : 19).

Beberapa definisi diatas menunjukkan bahwa komunikasi sebagai proses hubungan antara satu orang dengan dua orang atau lebih untuk menyampaikan informasi. Komunikasi juga lebih dikenal dengan proses pengiriman atau penerimaan pesan, dimana definisi tersebut memang menjadi tujuan dari komunikasi sendiri.

Peneliti melihat bahwa komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk membagikan informasi yang ada melalui berbagai media. Definisi tersebut merupakan suatu pengambilan kesimpulan dari apa yang telah berkembang pada kajian ilmu komunikasi saat ini. Peneliti hanya menambahkan peran media dalam penyampaian pesan tersebut. Karena memang pada masa ini banyak media yang berkembang dalam membantu penyampaian informasi yang ada.

Berbagai penjabaran definisi komunikasi diatas tidak terlepas dari unsur-unsur komunikasi yang saling berkaitan dalam prosesnya. Unsur-unsur tersebut dapat dijelaskan melalui gambar berikut ini :



Gambar 1.1: Unsur-Unsur Komunikasi

Sumber : pengantar ilmu komunikasi (Cangara, 2006:23)

Unsur-unsur diatas memiliki peran yang tidak dapat dipisahkan dalam proses komunikasi, peneliti akan menjabarkan unsur-unsur diatas mengutip dari Cangara (2006), dimana definisi unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut :

a. Sumber

Sumber dalam hal ini dapat diartikan sebagai pembuat pesan atau pengirim informasi. pada hal ini sumber yang berperan sebagai pemilik ide atau informasi yang akan disampaikan kepada penerima (Komunikan).

b. Pesan

Unsur ini merupakan sesuatu hal yang disampaikan oleh sumber. Pesan sendiri dapat berupa informasi formal maupun non formal.

c. Media

Hal ini merupakan alat atau sarana dalam memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media ini dapat dijadikan

sarana dalam penyampaian pesan setelah cara penyampaian pesan secara lisan atau langsung.

d. Penerima

Penerima merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Bentuk dari penerima sendiri bisa individu, kelompok, maupun negara.

e. Pengaruh atau efek

Unsur ini merupakan hal apa yang akan disimpulkan oleh masing-masing penerima pesan tentang pesan yang mereka terima.

f. Umpan Balik

Hal yang disampaikan oleh penerima tentang pesan yang mereka dapat kepada sumber. Atau pengaruh yang ditunjukkan oleh penerima setelah menerima pesan dari sumber.

g. Lingkungan

Lingkungan disini berperan kepada pengaruh jalannya unsur komunikasi.

Penjabaran unsur-unsur diatas dirasa perlu disampaikan oleh peneliti, mengingat obyek MPLIK merupakan suatu bagian dari unsur komunikasi yaitu media. Dalam hal ini peneliti melihat MPLIK sebagai media dalam penyampaian pesan kepada masyarakat, karena memang dari MPLIK ini masyarakat akan mendapatkan informasi lebih melalui sarana internet.

Internet sendiri merupakan suatu media yang berbasis kearah Komunikasi Massa. Akan tetapi pada penelitian ini peneliti hanya akan menggali strategi MPLIK sebagai penyedia internet masyarakat kecamatan dalam memperluas pemahaman masyarakat Indonesia terhadap internet.

2. Pembangunan dan Komunikasi Pembangunan

Pembangunan menurut Moeljarto dirumuskan sebagai proses perubahan yang terencana dari suatu situasi nasional yang satu ke sitausi nasional yang lain yang dinilai lebih tinggi. Dengan kata lain, pembangunan menyangkut proses perbaikan (Harun dan Ardianto, 2011:12).

Pengertian tentang pembangunan diatas terlihat bagaimana sebuah pembangunan merupakan suatu upaya dalam memberikan pandangan kedepan dalam skala nasional atau menyeluruh. Definisi lain menjelaskan bahwa pembangunan merupakan proses yang penekanannya pada keselarasan antara aspek kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah (Harun dan Ardianto, 2011:12).

Masa depan tentunya menjadi tujuan dari berlangsungnya proses pembangunan yang saat ini atau telah dilaksanakan. Hasil dari pembangunan tersebut diharapkan suatu perkembangan dan penciptaan suatu inovasi baru dalam masyarakat tentang bidang-bidang yang mempengaruhi kehidupan masyarakat itu sendiri.

Peneliti menyimpulkan bahwa pembangunan dapat dikatakan sebagai suatu proses yang bertujuan untuk memberikan suatu fasilitas kepada masyarakat dalam meningkatkan inovasi dan taraf hidup manusia didalam masyarakat itu sendiri.

Tujuan Komunikasi Pembangunan adalah untuk memajukan pembangunan. (Harun dan Ardianto, 2011:33). Kutipan awal tersebut definisi umum mengenai komunikasi pembangunan dapat dilihat bahwa komunikasi pembangunan merupakan suatu langkah atau proses yang melibatkan penyampaian pesan dari komunikator terhadap komunikan yang berisi tentang inovasi atau keadaan baru yang tujuannya memberikan pandangan baru kepada masyarakat yang sifatnya membangun.

Definisi diatas cukup untuk menjabarkan tentang makna dari Komunikasi Pembangunan itu sendiri. Meskipun dua faktor tersebut merupakan kajian yang berbeda akan tetapi dalam perjalanannya dijadikan satu lingkup yang saling membutuhkan. Komunikasi membutuhkan pembangunan untuk mengembangkan sistem atau media yang ada, sedangkan Pembangunan membutuhkan Komunikasi untuk menyampaikan tentang apa yang menjadi tujuan dari pembangunan yang akan dilaksanakan.

Salah satu contoh peran komunikasi pembangunan yang telah dilaksanakan adalah memanfaatkan media massa radio. Radio menjadi salah satu media yang berperan penting dalam implementasi Komunikasi

Pembangunan di Indonesia. Pada bulan September 1969 mulai dirintis acara siaran pedesaan bagi kelompok-kelompok pendengar di Radio Republik Indonesia (RRI). Siaran yang dikenal dengan sebutan siaran pedesaan ini lebih menekankan pada sisi penyuluhan pertanian.

Pada perjalanannya perkembangan forum Radio tani ini sangat pesat, pada bulan Juni 1973, studio-studio RRI dengan kapasitas output kurang lebih 1000 kw menyiarkan lebih dari 100 jam acara-acara siaran pedesaan setiap minggunya. Selain itu juga terdapat lebih dari 100 stasiun-stasiun radio pemerintah daerah, terutama di Jawa.

Berdirinya stasiun-stasiun radio diatas membuktikan bagaimana peran radio terutama dalam siaran pedesaan ini disambut baik dalam masyarakat pada saat itu. Terlihat dari bagaimana antusias pemerintah daerah dalam mendirikan stasiun-stasiun baru untuk menjangkau masyarakat yang tinggal di daerah, karena memang pada masa itu jangkauan gelombang radio yang dimanfaatkan tidak begitu luas (Eduard, 2005 : 119-123).

3. Perkembangan Teknologi Komunikasi

Perkembangan dapat diartikan sebagai sebuah kemajuan dalam suatu hal, yang dalam prosesnya menunjukkan suatu penyempurnaan dari apa yang sebelumnya telah tersedia. Dalam arti lain perkembangan merupakan suatu pencapaian postif pada suatu bidang tertentu.

Salah satu bidang yang mengalami peningkatan terjadi pada bidang teknologi, dimana setiap perubahannya menjanjikan kemudahan bagi

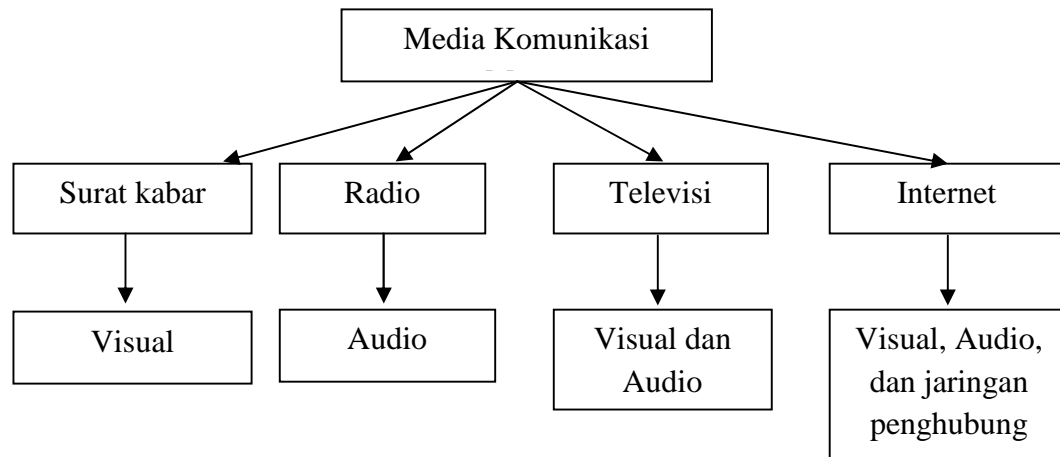
manusia. Teknologi dalam bidang komunikasi menjadi salah satu bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat global. Perkembangan teknologi komunikasi ini menurut Ploman (1981) ditandai dengan :

Pertama, tersediannya keluwesan dan kesempatan memilih diantara berbagai metode dan alat untuk melayani kebutuhan manusia dalam komunikasi. Bila pada masa lalu hanya ada alat peralatan “berat”, yang professional dan mahal, maka kini tersedia bermacam-macam sarana yang “ringan”, metode yang hanya memerlukan keterampilan minimal, serta murah. Dengan kata lain, kini kita bisa memilih sendiri tingkat teknologi yang kini kita perlukan. *Kedua*, kemungkinan mengkombinasikan teknologi, metode dan sistem-sistem yang berbeda dan terpisah selama ini. berbagai bentuk baru transfer komunikasi dan informasi telah dimungkinkan dengan pengkombinasian tersebut. *Ketiga*, kecenderungan kearah desentralisasi, individualisasi dalam konsep dan pemakaian teknologi komunikasi (dalam Nasution, 2004:1.14).

Penjabaran mengenai karakteristik Perkembangan Teknologi Komunikasi diatas dapat didefinisikan bahwa Perkembangan Teknologi Komunikasi merupakan suatu kemajuan dalam bidang komunikasi yang memungkinkan individu-individu untuk memilih media apa yang akan mereka gunakan, dari hal tersebut kemudian akan memungkinkan setiap individu untuk mengatur pesan apa yang akan mereka terima.

Media komunikasi selalu berkembang setiap masanya. Perkembangan tersebut terjadi sesuai dengan berbagai penemuan

khususnya dalam bidang teknologi. Berikut susunan perkembangan media komunikasi yang coba penulis klasifikasikan.



Gambar1.2 : Perkembangan Media Komunikasi Massa

Gambar diatas menunjukkan bagaimana perkembangan media komunikasi dari waktu ke waktu. Perkembangan diatas selalu menjadikan manusia semakin mudah dalam memenuhi segala kebutuhan komunikasi dan informasi yang mereka butuhkan. Berawal dari hanya sekedar membaca; mendengar; melihat, membaca dan mendengar; hingga saat ini manusia dapat berhubungan dan memilih informasi apa yang mereka inginkan tanpa batas jarak dan waktu.

4. Sejarah Perkembangan Teknologi Komunikasi Massa dan Perkembangannya di Wilayah Penelitian

a. Surat Kabar

Masa pertama perkembangan teknologi komunikasi massa diawali dengan munculnya surat kabar. Menurut sosiawan dalam

materi kuliah Perkembangan Teknologi Komunikasi ke-6 yang didapat peneliti menyebutkan bahwa, surat kabar diawali dengan *acta diurna*, dimana *acta diurna* ini berisi tentang keputusan-keputusan penting pemerintah Romawi pada zaman Julius Caesar sekitar tahun 59 sebelum masehi. Hal tersebut berimbas pada munculnya penyalin-penyalin pengumuman tersebut yang kemudian dikenal dengan sebutan "diurnalis" yang sekarang disebut Jurnalis. Dalam perkembangannya surat kabar modern dimulai pada tahun 1609, ditandai dengan terbitnya surat kabar yang bernama *Avisa, Relation, order Zeitung* yang dipimpin oleh Walfenbuntel di Kota Staatsburg (Jerman) (Sosiawan, 2005:7).

Surat kabar tentunya menjadi salah satu pelopor dalam terciptanya Komunikasi Massa. Dimana dalam definisinya Komunikasi Massa merupakan salah satu kajian komunikasi yang akan memberikan efek kepada khalayak luas. Dalam kehidupan komunikasi massa yang lebih condong kearah Komunikasi Massa Berbasis Internet ini, surat kabar masih begitu mudah untuk didapatkan. Harganya yang terjangkau dan dapat ditemukan diberbagai tempat menjadi alasan surat kabar masih menjadi salah satu media massa masyarakat khususnya di Indonesia.

Bahkan saat ini kita banyak menemukan surat kabar yang bersifat *on line* atau dapat diakses melalui jaringan internet. Hal ini memperlihatkan bagaimana surat kabar dapat mengikuti

perkembangan teknologi komunikasi dalam menyajikan informasi bagi masyarakat luas yang telah banyak mengenal internet.

Pada wilayah penelitian yang telah ditentukan, peneliti melihat ketersediaan surat kabar relatif mudah. Akan tetapi konsumsi surat kabar di dominasi oleh masyarakat golongan pekerja, terutama pegawai negeri sipil dan instansi-intansi swasta yang ada. Meskipun begitu konsumsi masyarakat sekitar terhadap surat kabar dapat dikatakan normal.

b. Radio

Media massa yang selanjutnya muncul adalah radio,yaitu Guglielmo Marconi yang dikenal sebagai penemu radio. Pada tahun 1899 Marconi dengan bantuan keuangan dan teknisi Inggris berhasil mentransmisikan lintas selat Inggris. Baru pada tahun 1903, Reginald Fessenden menemukan *liquid barretter*, perangkat audio yang memungkinkan penerimaan suara nirkabel (Baran, 2011 : 240).

Dalam perkembangannya terutama di era ini, Industri radio lebih tertarik menjadikan radio sebagai media massa yang mayoritas di isi acara hiburan, dan masyarakat khususnya di Indonesia banyak yang menyambut baik keadaan tersebut. Hal tersebut terlihat bagaimana mayoritas acara pada stasiun radio yang menyiarkan acara musik dengan durasi waktu yang lama dan dibagi menjadi berbagai segmetasi musik yang ada.

Fenomena tersebut terjadi karena memang sifat dari radio yang memiliki jangkauan yang cukup luas, dan memiliki khalayak yang berasal dari berbagai daerah. Dimana faktor tersebut sangat berbeda dengan keadaan surat kabar yang mana saat ini pada setiap daerah telah memiliki perusahaan surat kabar sendiri. Sedangkan jangkauan dari radio yang begitu luas menjadikan segmentasi pendengar radio memiliki karakteristik yang berbeda-beda dan menjadikan informasi yang bersifat formal tidak begitu diminati.

Selain faktor tersebut stasiun-stasiun radio hanya mendapatkan pemasukan dana dari iklan-iklan yang mereka siarkan. Sehingga menuntut mereka untuk menyiarkan acara yang dapat mengundang minat para pendengar. Berbeda dengan surat kabar yang masih dikenakan biaya saat harus mendapatkannya meskipun tidak begitu mahal, akan tetapi radio masih sangat minim pemasukan apalagi saat ini banyak media-media yang lebih menarik dari radio.

Tingkat penggunaan radio pada masyarakat di wilayah penelitian cukup tinggi. Hal tersebut terlihat dari kepemilikan masyarakat terhadap radio, setiap rumah telah banyak yang memiliki radio. Karena dari radio mereka akan dengan mudah mendapatkan hiburan berupa acara musik dan acara-acara lain untuk menemani aktifitas mereka sehari-hari. Selain itu banyak berdiri stasiun pemancar radio yang berada di sekitar wilayah penelitian. Dengan

begitu menunjukkan persebaran radio diwilayah penelitian cukup tinggi.

c. Televisi

Dari kutipan yang diambil dalam Sosiawan pada Perkembangan Teknologi Komunikasi kuliah ke-8, menurut McCabe televisi adalah suatu transmisi dan reproduksi gambar atau adegan orang atau obyek yang bergerak melalui alat yang dapat mengubah sinar lampu menjadi gelombang elektronik dan diubah lagi menjadi sinar yang dapat dilihat dari suatu jarak tertentu dari titik aslinya (dalam Sosiawan,2005:4).

Sedangkan dari sumber yang sama menurut Surat Keputusan Menteri Penerangan Republik Indonesia Nomor 54/B KEP/MEPEN/1971 Tentang Penyelenggaraan Siaran Televisi di Indonesia adalah :

”Yang dimaksud dengan siaran televisi ialah siaran-siaran dalam bentuk gambar dan suara yang dapat ditangkap (dilihat dan di dengarkan) oleh umum baik dengan sistem pemancar dalam gelombang-gelombang elektromagnetik, maupun lewat kabel-kabel (Television Cable)”(dalam Sosiawan,2005:4).

Kutipan definisi-definisi yang didapat peneliti diatas tentunya telah memberi gambaran tentang definisi televisi yang saat ini menjadi media massa yang telah menyebar diberbagai pelosok masyarakat. Televisi dapat dikatakan sebagai media massa yang paling menarik dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat global maupun dunia. Sifatnya yang dapat menyajikan gambar dan suara

seperti apa yang terjadi menjadikan televisi mudah dikenal oleh masyarakat.

Perkembangan televisi saat ini begitu pesat, selain revolusi televisi yang semakin modern, juga di dukung dengan berdirinya stasiun-stasiun televisi yang menyajikan acara-acara khusus dan beraneka ragam. Di Indonesia sendiri saat ini telah dikenal sepuluh stasiun swasta dan satu stasiun milik negara, selain itu stasiun-stasiun daerah juga telah mulai banyak ditemui diberbagai daerah meskipun jangkauannya tidak seluas televisi nasional.

Televisi menjadi media massa yang paling memasyarakat di wilayah peneliti. Sarana televisi sangat mudah ditemukan di setiap rumah dan tingkat konsumsi masyarakat dalam menonton televisi cukup tinggi. Karena televisi menjadi hiburan yang tersedia setiap harinya, mengingat wilayah penelitian jauh dari pusat kota sehingga hiburan di wilayah mereka tidak begitu banyak.

Bahkan saat ini dalam perkembangannya masyarakat sekitar mayoritas menggunakan sarana digital. Karena apabila menggunakan fasilitas antena UHF tayangan gambar televisi tidak begitu bagus karena kendala sinyal. Keadaan tersebut menjadikan televisi sebagai media yang sangat digemari masyarakat sekitar, karena meskipun sarana digital membutuhkan biaya yang cukup besar masyarakat sekitar tetap antusias dalam menggunakan fasilitas televisi.

d. Internet

Internet pertama kali dikembangkan oleh DARPA (*Defence of Advanced Research Project Agency*) Pentagon. Dimana DARPA ini merupakan badan riset departemen pertahanan Amerika Serikat. Tujuan utama dari penemuan internet ini adalah untuk mempertahankan kontinuitas jalur teknologi komunikasi informasi secara transparan dalam bentuk jaringan dengan berbagai variasi.

Selanjutnya internet dikembangkan oleh berbagai instansi, diantaranya *National Science Foundation* (NSF) yang membangun suatu jaringan dan memiliki kecepatan besar (*Backbone*) yang menghubungkan antar jaringan yang saling berjauhan untuk mengolah data informasi dalam bentuk antar jaringan (*network*) computer yang kemudian di namakan NSFNET. Perkembangan tersebut diikuti dengan berbagai pengembangan jaringan besar di negara lain. Pada tahun 1980 beberapa jaringan besar disatukan sehingga menjadi satu jaringan luas (*wide area network*). Berjalannya waktu jaringan-jaringan tersebut semakin bertambah banyak dan akhirnya di namakan internet *network* atau internet (materi kuliah Perkembangan Teknologi Komunikasi ke-10) (dalam Sosiawan,2005:2).

Saat ini semakin banyak jaringan-jaringan atau situs yang beredar luas, dan internet menjadi salah satu referensi utama masyarakat global dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka. Di

Indonesia sendiri telah begitu banyak masyarakat yang mengenal atau bahkan menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama mereka. Data berikut menunjukkan perkembangan Internet di Indonesia dari tahun 2000 dimana Internet mulai banyak dikenal di Indonesia dan dari tahun 2007 hingga tahun 2010.

Tabel 1.1: Data Peningkatan Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : <http://punyaku.web.id/data-statistik-pengguna-internet-di-indonesia-hingga-tahun-2010.html> (13 Oktober 2012, 19.45 WIB)

Tahun	Pengguna	Populasi	% peningkatan
2000	2.000.000	206.264.595	1,00%
2007	20.000.000	224.481.720	8,90%
2008	25.000.000	237.512.355	10,50%
2009	30.000.000	240.271.522	12,50%
2010	30.000.000	241.968.342	12,30%

Data diatas memperlihatkan bagaimana pengguna internet di Indonesia meningkat drastis pada kurun waktu 10 tahun. Pada tahun 2009 dan 2010 prosentase pengguna internet menurun karena pada saat itu terjadi peningkatan populasi masyarakat Indonesia.

Peneliti juga menemukan peningkatan jumlah pengguna internet dari sumber lain, dimana pada tahun 2011 dinyatakan pengguna internet telah mencapai 55.000.000 orang. Selain itu di sebutkan juga bahwa 29.000.000 orang menggunakan fasilitas *mobile* dalam mengakses internet (<http://dailysocial.net/post/survei-markplus-insight-pengguna-internet-di-indonesia-55-juta>. diakses pada 23 Agustus 2012, pukul 20.30 WIB).

Akan tetapi jumlah tersebut apabila dilihat dari pengakses internet di wilayah perkotaan dan pedesaan mengalami perbedaan yang sangat jauh. Dari data yang diperoleh peneliti menyebutkan bahwa dari populasi masyarakat Indonesia 23 % telah terpenetasi internet yang mayoritas berdomisili di area perkotaan. Sedangkan pada rural area hanya sekitar 4,1 % masyarakat yang tercatat sebagai pengguna internet (<http://dailysocial.net/post/survei-markplus-insight-pengguna-internet-di-indonesia-55-juta>. diakses pada 23 Agustus 2012, pukul 20.30 WIB).

Perbandingan pada data diatas menunjukkan bagaimana adanya kesenjangan yang begitu jauh antara masyarakat kota dan desa dalam memanfaatkan fasilitas internet. Meskipun dari data yang didapat jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Akan tetapi perbandingan di atas menunjukkan kesenjangan sosial antara masyarakat perkotaan dan masyarakat pedesaan (*rural area*).

Kendala-kendala akses internet di wilayah pedesaan tersebut saat ini telah diproses jalan keluarnya. Dimana pemerintah melalui kementerian Komunikasi dan Informatika menyebarkan MPLIK (Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan). Hal ini tidak lain bertujuan untuk memudahkan masyarakat pedesaan untuk mengakses internet. Selain itu dengan MPLIK ini tentunya diharapkan akan dapat menciptakan inovasi atau ide-ide baru dikalangan masyarakat Indonesia khususnya yang masih minim akses internet.

5. Strategi Komunikasi

Strategi dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan yang sistematis dan terencana, menggabungkan metode yang berbeda, dengan menggunakan teknik dan alat-alat untuk mencapai perubahan atau tujuan yang dimaksudkan untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia (Paolo dan Chris, 2004:8). Dalam bahasa kita sehari-hari strategi juga dapat dimaknai sebagai suatu langkah yang terstruktur dalam mencapai suatu tujuan yang ada.

Sedangkan dalam buku yang sama di jelaskan bahwa strategi komunikasi adalah :

“Communication strategy is a well-planned series of actions aimed at achieving certain objectives through the use of communication methods, techniques and approaches. (Serangkaian tindakan terencana yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu melalui penggunaan metode komunikasi, teknik dan pendekatannya)” (Paolo dan Chris, 2004:8).

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti melihat bahwa strategi komunikasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu dengan mengaplikasikan metode komunikasi. Strategi yang dilakukan dapat berupa teknik maupun pendekatan yang semuanya terkandung dalam kajian komunikasi saat ini. Selain itu dalam buku *The Foundations of Communication Strategi Design* Menjabarkan urutan dasar strategi komunikasi sebagai berikut :



Gambar 1.3. Basic Sequence of Communication Strategy Design

Sumber : The Foundations of Communication Strategi Design (Paolo dan Chris, 2004:9)

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan beberapa hal berikut :

- a. Step 1 : Meninjau proyek kerja, yaitu proyek yang sedang berlangsung dan menjadikan pokok masalah menjadi tujuan.
- b. Step 2 : Melakukan riset dalam lahan
- c. Step 3 :Menganalisis temuan riset lapangan dan mengidentifikasi masalah utama
- d. Step 4 : Mengidentifikasi dan meninjau gambar profil dari interaksi kelompok
- e. Step 5 : Mendefinisikan tujuan komunikasi dan solusi
- f. Step 6 : Menjadikan keadaan yang didapat dari isu-isu yang ada menjadi masalah utama dan tujuan
- g. Step 7 : Memilih Mode desain, tema diskusi dan desain pesan
- h. Step 8 :Mendefinisikan pendekatan dan metode komunikasi
- i. Step 9 : Pengenalan pendahuluan dari output, aktifitas dan input yang disyaratkan
- j. Step 10 : Meningkatkan desain, tema, dan pesan diskusi
- k. Step 11 : Memilih media dan menyelesaikan desain pesan
- l. Step12 : Memperbaiki dan mendefinisikan keseluruhan output pendekatan komunikasi

- m. Step13 : Memperbaiki dan menyelesaikan aktifitas untuk mencapai tujuan atau output yang diharapkan
- n. Step14 : Memperbaiki dan menyelesaikan masukan yang disyaratkan untuk dibawa ke aktivitas yang direncanakan
- o. Step 15 : Berkumpul dan mereview rencana kerja untuk tahap pelaksanaan
- p. Step 16 : Meningkatkan materi komunikasi
- q. Step 17 : Membawa tujuan, pre-test dan sub-rangkaian bahan
- r. Step 18 : Mengawasi produksi massa
- s. Step 19 : Melatih trainer berdasar isu-isu dan bahan-bahan yang relevan
- t. Step 20 : Mengawasi pelaksanaan aktivitas
- u. Step 21 : Mengawasi pemantauan dan evaluasi

Tahapan-tahapan diatas menunjukkan bagaimana alur yang seharusnya dilakukan dalam melakukan strategi komunikasi. Dimana dari tahapan-tahapan tersebut nantinya akan tersusun suatu kegiatan yang terencana sehingga tujuan yang diharapkan dapat dicapai.

Peneliti selanjutnya akan mengklasifikasikan beberapa tahap diatas menjadi empat tahap yang terdiri dari.

- 1) Tahap Persiapan. Pada tahap ini peneliti mengklasifikasikan step 1 – step 8, hal ini dilakukan karena dari step yang dipilih menunjukkan persiapan yang seharusnya dilakukan terlebih

dahulu sebelum melaksanakan suatu program, contoh peninjauan lokasi kerja dan menentukan masalah yang muncul.

- 2) Tahap organisasi. Step 9- step 11 dapat dimasukkan dalam klasifikasi tahap organisasi ini. Karena pada tahap ini mulai dikenalkan program kepada beberapa orang yang dapat dijadikan patner kerja salah satunya adalah media.
- 3) Tahap pelaksanaan. Klasifikasi pada tahap ini dimulai dari step 12 – step 16. Karena pada tahap ini beberapa kegiatan dilaksanakan dalam proses pelaksanaan program yang ada. Seperti memperbaiki aktifitas guna mencapai tujuan.
- 4) Tahap evaluasi. Klasifikasi akhri dari tahap ini terdiri dari step 17-step 21, karena dari step-step tersebut terlihat beberapa rangkaian evaluasi yang harus dilakukan.

Menurut effendy (1993) fungsi strategi ada dua, yaitu :

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informative, persuasive, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- 2) Menjebatani “*Cultural gap*” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkan media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Dua fungsi diatas terlihat bagaimana suatu strategi dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan program atau kegiatan yang dilaksanakan. Sehingga nantinya dari strategi tersebut akan dapat

memberikan manfaat dalam menghubungkan jarak yang ada dalam masing-masing budaya yang saling berhubungan, yang dapat menimbulkan kerusakan nilai dan norma yang telah berlaku.

Beberapa definisi atau fungsi tentang strategi diatas menunjukkan bagaimana suatu strategi dapat dijadikan tolak ukur kesuksesan suatu program. Hal ini berkaitan dengan obyek penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu keberadaan program MPLIK (Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan).

Selain program baru MPLIK sendiri juga memiliki peran dalam memberikan pandangan baru kepada masyarakat khususnya yang tinggal di daerah pedesaan dengan peran dari akses internet. Dengan demikian strategi-strategi yang berkaitan dengan perencanaan dan pelaksanaan program seharusnya ditata dengan seoptimal mungkin sehingga hasil yang didapatkan juga akan maksimal dikemudian hari.

6. MPLIK suatu kajian Difusi Inovasi

Difusi Inovasi, dapat dipahami sebagai suatu perubahan yang terjadi didalam masyarakat melalui inovasi-inovasi yang berkembang di masyarakat. studi difusi mengkaji pesan-pesan yang disampaikan itu menyangkut hal-hal yang dianggap baru maka dipihak penerima akan timbul suatu derajat resiko tertentu yang menyebabkan perilaku berbeda pada penerima pesan (Rogers dan Shoemaker (1971), dalam makalah Sitompul, 2002:4).

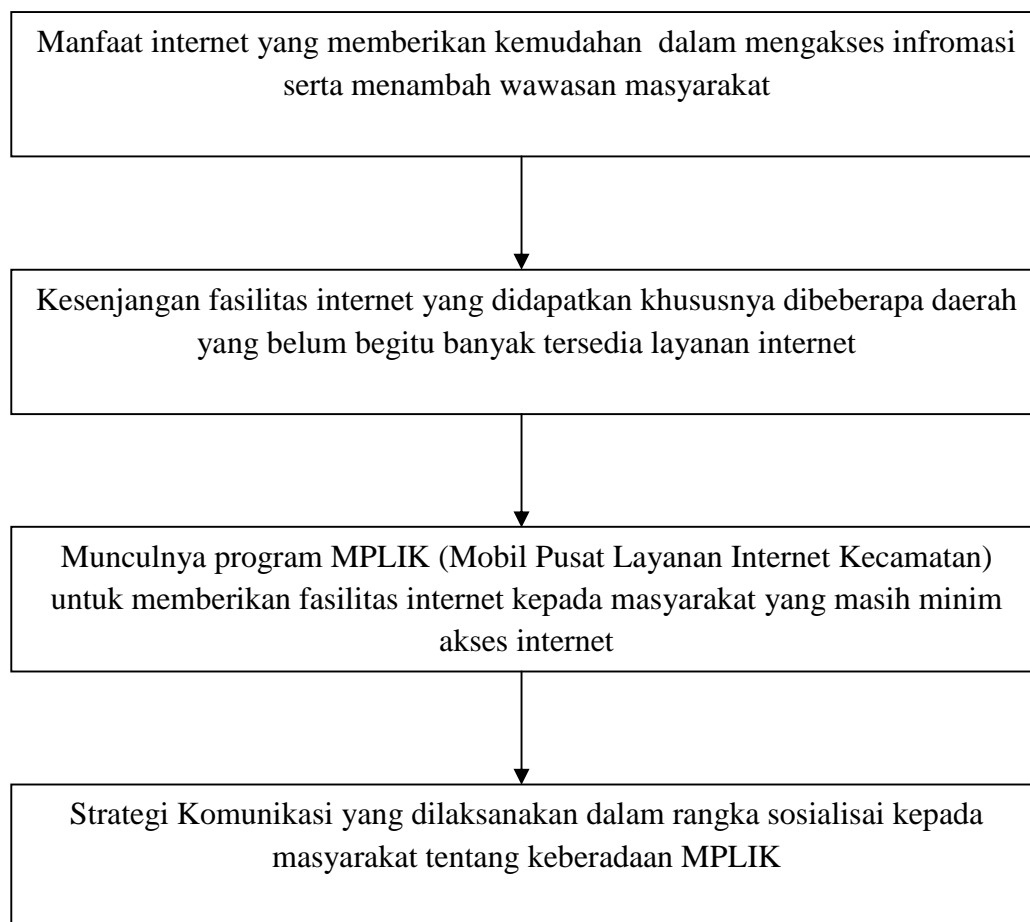
Inovasi dapat diartikan sebagai suatu ide atau gagasan baru yang muncul dari seseorang ataupun kelompok. Dimana inovasi tersebut nantinya akan memberikan pandangan dan manfaat baru bagi pengadopsi inovasi itu sendiri.

Dalam penelitian ini MPLIK menjadi salah satu bentuk implementasi difusi inovasi. Kemunculan MPLIK ini adalah untuk menjawab kebutuhan masyarakat dalam mengakses internet. Inovasi yang diterapkan dalam MPLIK ini berupa penyedia layanan internet dalam bentuk mobil yang tentunya bertujuan untuk menjangkau wilayah-wilayah terpencil disetiap daerah, sehingga nantinya akan memberikan kemudahan masyarakat dalam mengakses internet.

F. KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran merupakan suatu ringkasan tentang apa yang akan dilakukan oleh peneliti. Penulisan kerangka pemikiran diawali dengan manfaat suatu obyek, keadaan sebenarnya, masalah dan akhirnya akan menuju pada hal apa yang akan dilakukan untuk mengatasi masalah yang ada. Tahap akhir dari penyusunan kerangka pemikiran ini yang kemudia akan menjadi penelitian yang akan dilaksanakan.

Berbagai penjabaran tinjauan pustaka dan masalah yang telah disampaikan peneliti pada bab sebelumnya, maka kerangka pemikiran yang dapat peneliti susun adalah sebagai berikut.



Gambar 1.4. Kerangka pemikiran kesenjangan fasilitas internet dan program MPLIK

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, peneliti akan melihat strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak pengelola MPLIK dalam memberikan sosialisasi khususnya tentang internet melalui program MPLIK. Gambar di atas menunjukkan bagaimana manfaat positif dari internet belum dapat maksimal diperoleh oleh beberapa masyarakat karena keterbatasan fasilitas penunjang internet itu sendiri. Kemudian dari masalah tersebut muncul program MPLIK yang saat ini berjalan. Dalam hal ini peneliti ingin melihat strategi

komunikasi yang dilaksanakan pihak MPLIK dalam mensosialisasikan internet kepada masyarakat sekitar.

G. METODE PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian tentang Strategi Komunikasi Pembangunan Program MPLIK (Mobil Pusat Layanan Internet Kecamatan) di Kecamatan Slogohimo Tahun 2012 ini mengambil lokasi penelitian di Kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri. Kemudian waktu penelitian akan dilaksanakan pada pertengahan bulan September hingga Akhir Oktober 2012.

Alasan pemilihan kecamatan Slogohimo sebagai wilayah penelitian dikarenakan, wilayah Slogohimo merupakan wilayah yang telah mendapatkan bantuan MPLIK sejak awal tahun 2012. Selain itu di wilayah ini juga masih jarang ditemukan warnet (Warung Internet) sebagai salah satu penunjang masyarakat dalam mengakses internet.

Kemudian dilihat dari segi geografisnya, Kecamatan Slogohimo ini terdiri dari 17 desa yang mayoritas berada di wilayah pegunungan atau pelosok. Sehingga tentunya fasilitas semacam internet ini cukup susah untuk masuk menjamah masyarakat sekitar. Peneliti ingin melihat bagaimana MPLIK ini dalam memberikan fasilitas internet kepada masyarakat khususnya mereka yang memang berada di wilayah yang terpencil atau susah untuk dijangkau oleh fasilitas semacam internet ini.

2. Jenis Penelitian

Jenis riset yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah Deskriptif dimana jenis riset ini bertujuan membuat deskriptif secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Periset sudah mempunyai konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual. Riset ini menggambarkan realitas yang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyantono, 2010:69).

Selain akan mendeskriptifkan strategi program MPLIK dalam mengoptimalkan kerja MPLIK, peneliti juga akan mendeskriptifkan masalah atau kendala yang dihadapi pengelola dalam memasyarakatkan internet sebagai fasilitas yang disediakan. Peneliti juga akan memberikan gambaran wilayah, struktur dan kehidupan masyarakat di beberapa desa untuk memberikan pandangan tentang bagaimana keadaan masyarakat kecamatan Slogohimo secara luas.

Dari deskriptif tersebut peneliti berharap mendapatkan temuan dalam memberikan masukan kepada pengelola MPLIK untuk mengoptimalkan program dari pemerintah pusat untuk memasyarakatkan internet di kalangan masyarakat tingkat kecamatan khususnya di wilayah Slogohimo.

Kemudian untuk pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial

secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. (Herdiansyah, 2012:9)

3. Sumber Data

a. Informan

Peneliti akan melakukan penentuan informan dengan menggunakan teknik *Purposif Sampling* teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2010:158). Informan yang terpilih diharapkan dapat memberikan informasi terkait strategi program MPLIK dalam melakukan pengenalan dan pendekatan kepada masyarakat sehingga MPLIK dapat dimanfaatkan dengan maksimal.

Beberapa pihak yang peneliti akan jadikan informan antara lain:

- 1) Bapak Washadi Prayitno selaku pengelola cabang MPLIK di kecamatan Slogohimo. Bapak Washadi ini dijadikan informan utama oleh peneliti karena bapak Washadi ini yang bertanggung jawab atas berlangsungnya strategi dan program MPLIK di Kecamatan Slogohimo. Selain itu dari beliau akan didapatkan karakteristik masyarakat sebagai tujuan MPLIK.

- 2) Bapak Eko Setiawan selaku Driver dan Operator ke-2 setelah bapak Washadi. Keterlibatan beliau dalam mengelola MPLIK ini dirasa cukup kuat untuk dijadikan sebagai salah satu informan. Mengingat keterlibatannya ini akan memberikan berbagai informasi pelengkap dari informan pertama.
- 3) Bapak Joko Irianto selaku Kepala Bagian Dinas Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) Kabupaten Wonogiri. Beliau dipilih untuk dijadikan informan untuk memberikan pandangan MPLIK di seluruh wilayah Kabupaten Wonogiri. Selain itu untuk mengetahui strategi yang telah dilaksanakan oleh pihak Kominfo dalam membantu mensosialisasikan program MPLIK ini kepada masyarakat khususnya di Kabupaten Wonogiri.

b. Sumber Tertulis

Pada bagian ini sumber tertulis merupakan penguat dari sumber data sebelumnya. Kemudian dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi. (Moelong, 2011:159)

Sumber-sumber semacam ini akan penulis dapatkan dari pemberitaan media atau dokumen yang dimiliki pengelola MPLIK.

Sumber ini nantinya akan dijadikan bahan tambahan yang menguatkan data yang didapatkan peneliti.

c. Foto

Foto menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering digunakan untuk menelaah segi-segi subjektif dan hasilnya sering dianalisis secara induktif. Ada dua kategori foto yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif, yaitu foto yang dihasilkan orang dan foto yang dihasilkan oleh peneliti sendiri (Bogdan dan Biklen dalam Moelong 2011:160).

Pada sumber data ini peneliti akan menjadikan foto dokumentasi yang didapatkan peneliti sebagai sumber data selanjutnya. Dari foto ini diharapkan akan dapat memberikan gambaran pasti tentang kondisi keberadaan MPLIK di masing-masing wilayah yang dijadikan tujuan program ini.

Menurut berbagai sumber data yang dijabarkan diatas tentunya masing-masing sumber memiliki manfaat masing-masing, dimana diharapkan dari sumber data diatas akan mencakup seluruh data yang dibutuhkan oleh peneliti, sehingga nantinya akan di dapatkan hasil yang maksimal dan dapat dimanfaatkan sebagai sebuah acuan obyek penelitian dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara Mendalam (*Depth Interviews*)

Dalam metode ini peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden. Dengan metode ini memungkinkan peneliti mendapatkan alasan detail dari jawaban responden yang antara lain mencakup opininya, motivasinya, nilai-nilai ataupun pengalamannya (Kriyantono, 2010:64).

Beberapa pihak yang akan dijadikan informan telah dituliskan pada pembahasan sebelumnya, akan tetapi disini peneliti perlu untuk menyampaikan kembali tentang beberapa pihak yang akan dijadikan informan, diantaranya :

- 1) Bapak Washadi Prayitno sebagai operator utama MPLIK di kecamatan Slogohimo.
- 2) Bapak Eko Setiawan selaku driver dan operator II MPLIK di kecamatan Slogohimo.
- 3) Bapak Joko Irianto selaku kepala bagian dinas Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) Kabupaten Wonogiri

b. Metode Observasi

Pengamatan langsung terhadap obyek penelitian merupakan definisi dari metode observasi ini dimana disampaikan Kriyantono

bahwa metode observasi adalah metode dimana periset mengamati langsung obyek yang diteliti (Kriyantono, 2010:64).

tahap ini peneliti akan mengamati secara langsung tentang bagaimana situasi lapangan sebagai wilayah kerja MPLIK. Hal ini akan dilakukan peneliti dengan cara turut serta dalam jadwal keliling yang telah ditetapkan pengelola MPLIK, dimana jadwal tersebut terdiri dari tujuan baik desa maupun sekolah dan tempat-tempat strategis yang dapat dijadikan jangkauan masyarakat dalam mengakses internet melalui MPLIK.

c. Dokumentasi

Selain dari metode-metode diatas peneliti juga akan melengkapi teknik pengumpulan data ini dengan dokumentasi-dokumentasi yang didapatkan peneliti atau dari pihak-pihak tertentu yang terkait dengan obyek penelitian. Dokumentasi ini dapat berupa data, foto, atau hasil kliping pemberitaan surat kabar tentang obyek penelitian.

5. Validitas data

a. Trianggulasi

Trianggulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. (Moleong, 2011:330)

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan triangulasi sumber dimana dalam triangulasi ini peneliti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian (Patton dalam Moleong, 2011:330).

Menurut definisi diatas tentunya pemberitaan atau data dari pihak lain diluar pengelola MPLIK dapat dijadikan faktor validitas data yang dijabarkan peneliti. Peneliti membandingkan sumber yang diadapatkan melalui wawancara dengan informan dengan apa yang didapatkan dari data lain, seperti berita surat kabar atau data dari pihak lain yang bersangkutan dengan MPLIK ini sendiri. Apabila informasi dari informan dan data yang didapat sesuai maka informasi tersebut dapat dijadikan referensi peneliti sebagai data penelitian.

Selain itu sebaliknya, data yang didapatkan peneliti diharapkan sesuai dengan apa yang disampaikan informan tentang hal tersebut. dari sinilah nantinya validitas data yang diperoleh peneliti dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti terdiri dari dua kajian. Kajian tersebut nantinya akan terdiri dari observasi dan dokumentasi serta wawancara. Kedua kajian ini terdiri dari pemahaman atau teori yang berbeda.

Untuk analisis data yang disampaikan Miles dan Huberman, menegaskan bahwa analisis data itu dilakukan dengan mendasarkan diri pada penelitian lapangan, apakah : satu atau lebih dari satu situs. Jadi seorang peneliti sewaktu akan mengadakan analisis data harus menelaah terlebih dahulu apakah pengumpulan data yang telah dilakukannya satu situs atau dua situs atau lebih dari dua situs. Dari analisis tersebut nantinya akan dipetakan menjadi beberapa kategori (Moleong, 2011:308).

Menurut definisi diatas peneliti melihat bahwa situs yang dimaksud adalah data atau karakteristik data dari apa yang diteliti. Kemudian dari data tersebut nantinya akan didapatkan suatu kesimpulan terkait dengan obyek penelitian.

Analisis data ini pada intinya peneliti harus jeli dalam melihat situasi saat melakukan observasi atau dokumentasi. Dimana dari hal tersebut diharapkan akan menemukan suatu pandangan atau kesimpulan tentang obyek penelitian tersebut. Karena karakteristik dari obyek-obyek dalam penelitian memiliki keanekaragaman untuk itu peneliti harus dapat mengklasifikasikan obyek-obyek tersebut dalam satu kelompok besar. Hal tersebut dimaksudkan untuk mendapatkan data yang benar-benar valid.

Tahap analisis yang kedua peneliti menggunakan teknik analisis data dari Cresswell yang dikenal dengan tahapan proses analisis data *grounded theory*, tahapan analisis tersebut antara lain *open coding*, *axial*

coding, selective coding dan conditional matrix. Akan tetapi peneliti hanya menggunakan tiga tahap awal dalam teknik analisis ini karena dari ketiga tahapan tersebut sudah dapat disimpulkan informasi apa yang didapat oleh peneliti. Berikut peneliti sertakan definisi dari masing-masing tahapan analisis data diatas :

a. *Open Coding*

Pada tahapan ini peneliti menyusun informasi inisial kategori mengenai fenomena yang hendak diteliti dengan melakukan pemilahan informan (*segmentasi information*). Kemudian dalam setiap kategori peneliti mencari dan menemukan beberapa property atau sub-sub kategori dan memilah data untuk digolongkan ke dalam dimensi-dimensi (Herdiansyah, 2012 : 72).

b. *Axial Coding*

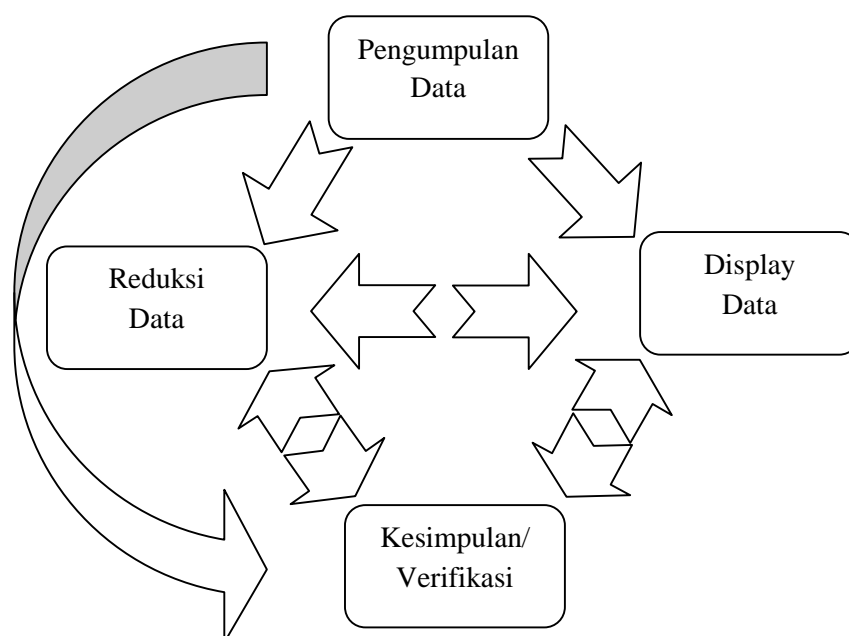
Menurut Koentjoro (2006), *axial coding* merupakan prosedur yang diarahkan untuk melihat keterkaitan antara kategori-kategori yang dihasilkan melalui *open coding* (dalam Herdiansyah, 2012 : 73).

c. *Selective Coding*

Pada tahap ini peneliti melakukan identifikasi alur cerita (*story line*) dan menulis cerita yang mengaitkan kategori-kategori dalam model *axial coding*. Pada tahap ini, dugaan atau

hipotesis dipresentasikan secara spesifik (Herdiansyah, 2012 : 74).

Untuk melengkapi analisis data dari Creswel diatas peneliti juga menjabarkan kompoenen-komponen dalam analisis data. Berikut komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman.



Gambar 1.5. Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif

Sumber : Miles dan Huberman (dalam Herdiansyah, 2012:164)

Gambar diatas menunjukkan bagaimana adanya hubungan antara beberapa komponen yang secara keseluruhan akan menghasilkan kesimpulan. Dari komponen-komponen diatas tentunya akan dapat memberikan gambaran bagaimana nantinya teknik analisis data yang

akan dilakukan oleh peneliti, dimana secara keseluruhan setelah data terkumpul peneliti akan melakukan tahap display dan reduksi data, yang pada tahap akhir akan disimpulkan tentang hasil penelitian yang telah didapat peneliti.

7. Kendala Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini peneliti mengalami sedikit kendala, yaitu :

1. Minimnya informasi tentang evaluasi program MPLIK dikarenakan program ini baru terealisasi khususnya di Kecamatan Slogohimo \pm 10 bulan. Sehingga beberapa data yang didapat peneliti khususnya dalam hal evaluasi ini terbatas dari informasi yang didapatkan dari informan.
2. Data-data terkait pengguna internet di Indonesia yang sulit untuk ditemukan. Sehingga peneliti harus mengolah data dari beberapa sumber yang telah ditemukan.