

ADOPSI DAN PEMANFAATAN TIK BAGI PENGRAJIN KERAMIK DAN GERABAH DI KASONGAN

Djoko Waluyo

Peneliti Madya Bidang Studi Komunikasi dan Media pada Pusat Litbang Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik, Badan Litbang SDM, Kementerian Komunikasi dan Informatika

ABSTRACT

This study aimed to determine the process of adoption and use of ICTs by the ceramics craftsmen and businessmen and also pottery at the Pottery Center in Kasongan, Bantul, Yogyakarta. This research use Qualitative approach with a constructivist paradigm. Research methodology is case study, with the assumption of ICT as a new media especially the Internet in the process of adoption of innovation it takes time to be utilized properly and effectively. Stages of adoption process started from the knowledge acquired informally on the internet, from face to face communication with people who understand the Internet, to the decision to use it was fully decided by the artisans themselves. The study's findings, such as, the use of ICT to access the Internet by the craftsmen is still very limited. The use of internet is usually for e-mail, browsing to find the design of ceramic art in a globalized world, as well as for promotion of ceramic art products. Kasongan ceramic products are mainly for export markets (U.S., Europe, Korea, Canada, Malaysia) and less for the domestic market (Jakarta, Denpasar, Malang). Routinely, Dinasperindagkop Kab. Bantul implement training programs in production engineering and design for the craftsmen to improve the quality of the ceramic products. Kasongan ceramics center area is growing through the concept of Gelem Kaji, which consists of 3 supporters in the surrounding area (center accessories, leather, pottery and stone sculpture) they all come together as a region center for a more comprehensive Kasongan ceramic products.

Keywords: ICT, Internet, regional development, craft industry center.

PENDAHULUAN

Latar belakang dan masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di dunia mengalami kemajuan yang pesat. Dewasa ini masyarakat dunia telah banyak yang memanfaatkan TIK, tidak terkecuali masyarakat Indonesia. Dalam konsep Masyarakat Informasi Global, pemanfaatan TIK merupakan peluang digital, disini fenomena atau masalah kesenjangan digital perlu dipahami sebagai suatu bentuk kesempatan yang harus dimanfaatkan masyarakat negara-negara dunia III untuk meningkatkan kesejahteraannya dengan menggunakan TIK dalam berbagai bidang kehidupan. Kesimpulannya, telah terjadi perubahan spesifik dalam cara berkomunikasi yang membentuk keberadaan manusia (dalam EM Griffin, 2003). Budaya masyarakat, dalam berteknologi sebagai alat untuk

mempermudah kegiatan manusia sehari-hari. Dalam konteks ini McLuhan menyebut sebagai *electronic age*, dengan perkembangan TIK yang cepat sampai terbentuklah jaringan media konvergensi, yang dikenal dengan media baru. Kehadiran TIK bersama Internet sebagai media baru, telah terjadi pula perubahan budaya dalam masyarakat global menuju pembentukan masyarakat informasi. Basis dari masyarakat informasi global bertumpu pada masyarakat yang berpengetahuan dengan memanfaatkan TIK.

Di sektor swasta, seperti para pengusaha dan pengrajin dalam kategori industri kecil dan menengah mulai memanfaatkan TIK untuk membantu proses produksi. Juga terlihat sebagai sarana promosi dan marketingnya melalui jaringan internet. Sekarang TIK sudah menjadi bagian penting untuk membantu kegiatan bisnis, promosi maupun marketing industri kecil dan menengah. Para pelaku bisnis dan kalangan industri kecil dan menengah mulai menyadari dan memahami arti pemanfaatan TIK dalam perjalanan bisnisnya. Kemungkinannya juga dapat dimaknai, dengan pemanfaatan TIK dapat menentukan kemajuan bagi bisnis pengrajin Kasongan. Makna dari sejarah perkembangan sosial media, bahwa pengrajin keramik dan gerabah juga mulai mengenal Internet untuk membantu aktivitas bisnis dan produksinya. Teori determinisme teknologi dari McLuhan telah berlaku dalam menelaah pemanfaatan TIK oleh para pengrajin keramik dan gerabah di Kasongan. Perkembangan pemanfaatan jaringan internet dalam konsep TIK memang menarik untuk dikaji lebih jauh, mengingat penggunaan TIK dikalangan pengrajin dan pengusaha dalam Sentra Industri Kerajinan Gerabah dan Keramik di Kasongan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta semakin meningkat. Pengenalan TIK, berikut Internet di lokasi penelitian ini baru sekitar tahun 2000-an. Maka pertanyaannya bagaimana proses pengenalan TIK dan pemanfaatannya untuk apa saja dalam produksi keramik dan gerabah? Apakah sudah ada ketergantungan pengrajin Kasongan terhadap TIK? Tentunya perlu dikaji lebih mendalam dalam sebuah penelitian.

Tujuan penelitian

Penelitian ini untuk mengidentifikasi bagaimanakah proses pengenalan dan pemanfaatan TIK pada industri keramik dan gerabah di Sentra Industri Kasongan, serta mengapa mereka memanfaatkan TIK tersebut?

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data versi Miles dan Huberman. Analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi (dalam Husaini Usman, 2008:85). Metode penelitian studi kasus digunakan karena penelitian ini mendalami proses pemanfaatan TIK dari kalangan pengusaha atau pengrajin keramik dan gerabah di Sentra Kasongan merupakan hal yang unik. Dalam arti pemanfaatan TIK yang merupakan teknologi baru telah dikenal oleh para pengrajin keramik dan gerabah. Studi kasus dapat diartikan sebagai penelitian empiris yang menggunakan lebih dari satu sumber informasi untuk menyelidiki suatu fenomena yang terjadi saat ini dalam konteks aslinya. Dan kasusnya dianggap unik (yaitu hal baru mengenai pengenalan dan pemanfaatan TIK terutama Internet), dibatasi oleh waktu dan tempat. Studi kasus

sebagai suatu metode penelitian memiliki sejumlah karakteristik, yaitu: (1) mendalam, eksplorasi sempit; (2) fokus pada peristiwa nyata dalam konteksnya masing-masing; (3) terikat oleh waktu dan tempat; (4) bisa mempelajari suatu peristiwa pada saat itu saja atau berkelanjutan, dengan masa lampau dan masa depan; (5) mendetil dan deskriptif; (6) pandangannya holistik, mengeksplorasi hubungan dan keterpautan; (7) fokus pada hal yang biasanya tidak dianggap terlalu penting, tapi juga hal yang penting dan yang unik; dan (8) berguna untuk membangun teori dan menguji teori (Firman Kurniawan, Materi Kuliah Penelitian Kualitatif, Program Sarjana Ekstensi, Dep. Ilmu Komunikasi FISIP UI, tanpa tahun). Dari batasan karakteristik terhadap metode penelitian studi kasus, maka telaah terhadap masalah ini menjadi tepat. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merupakan ide atau gagasan baru, terutama berkaitan dengan keputusannya untuk mengadopsinya. Sebagai hal yang baru tentunya harus melalui tahapan pengenalan untuk dapat diterima masyarakat, melalui komunikasi inovasi, dengan menggunakan teori difusi-inovasi.

Pendekatan Teoritis

Teori difusi-inovasi oleh Everett M. Rogers dan Floyd G. Shoemaker (1973), dengan asumsi bahwa sedikitnya ada 4 tahap dalam suatu proses difusi-inovasi, yaitu : (1) pengetahuan, kesadaran individu akan adanya inovasi dan adanya pemahaman tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi; (2) persuasi, individu membentuk/memiliki sikap yang menyetujui atau tidak menyetujui inovasi tersebut; (3) keputusan, individu terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi; dan (4) konfirmasi, individu akan mencari pendapat yang menguatkan keputusan yang telah diambilnya, namun dia dapat berubah dari keputusan yang telah diambil sebelumnya jika pesan-pesan mengenai inovasi yang diterimanya berlawanan satu dengan lainnya (dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, 1999: 192). Teori Difusi- Inovasi Everett M. Rogers ini dalam sejarahnya telah melakukan banyak kajian dari model studi adopsi dan inovasi (dalam Leta Rafael Levis, 1996: 25). Dalam konteks penelitian ini, maka para pengrajin Seni Keramik dan Gerabah di Kasongan telah mengadopsi atau memakai TIK untuk keperluan bisnis dan proses produknya. Apa pengertian adopsi inovasi ? Inovasi adalah gagasan, tindakan atau teknologi, termasuk barang yang dianggap baru oleh seseorang. Tidak menjadi soal sejauh dihubungkan dengan tingkahlaku manusia, apakah ide-ide itu betul-betul baru atau tidak jika diukur dengan selangwaktu sejak digunakannya atau ditemukannya pertama kali. Jadi jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang maka ide itu adalah inovasi bagi orang tersebut. Setiap ide pernah menjadi inovasi. Setiap inovasi pasti mempunyai komponen ide, tetapi banyak inovasi yang tidak mempunyai wujud fisik, misalnya ideologi. Inovasi yang mempunyai komponen ide dan komponen fisik misalnya traktor, pupuk, pestisida dan sebagainya. Inovasi yang hanya mempunyai komponen ide tidak dapat diadopsi secara fisik. Pengadopsiannya hanyalah berupa keputusan simbolis. Sedangkan inovasi yang mempunyai komponen ide dan fisik, pengadopsiannya diikuti dengan keputusan tindakan nyata. Adopsi merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seseorang terhadap suatu inovasi sejak mengenal, menaruh minat, menilai sampai menerapkan. Atau dengan kata lain, suatu inovasi yang diterima. Misalnya teknologi

baru tentang jenis pupuk dan cara memupuk, pestisida jenis unggul, cara menggunakannya, bibit unggul baru, kelebihan, tingkat produksi, umur produksi. Semuanya merupakan rangkaian dari proses adopsi.

Mardikanto (1982), seorang ilmuwan komunikasi dari Universitas Negeri Sebelas Maret, Surakarta, menyatakan bahwa adopsi dapat diartikan sebagai penerapan atau penggunaan sesuatu ide atau alat teknologi baru yang disampaikan berupa pesan komunikasi (lewat penyuluhan). Manifestasi dari bentuk adopsi ini dapat dilihat atau diamati melalui tingkah laku, metode maupun peralatan atau teknologi yang dipergunakan oleh para petani atau penerima pesan. Contoh Mardikanto pada kasus bidang pertanian. Sedangkan adaptasi merupakan proses penyesuaian mental terhadap penerapan dan atau penggunaan suatu inovasi. Secara ideal proses adopsi inovasi seharusnya didahului oleh proses adaptasi. Akan tetapi kenyataan di dalam praktek terutama yang berkaitan dengan perubahan sosial sering berlaku sebaliknya yaitu proses adopsi mendahului adaptasi. Difusi-inovasi sebagai sebuah teori komunikasi dapat dipakai untuk bidang pertanian dan bidang-bidang lain yang ada kaitannya dengan penggunaan atau pemanfaatan suatu alat teknologi. Dalam studi ini berkaitan dengan pemanfaatan TIK yang merupakan alat teknologi baru. Pemanfaatan ini tentunya dapat berguna untuk mendorong perkembangan masyarakat ke arah kemajuan yang berarti. Kemudian teori difusi-inovasi juga dapat dipakai untuk mengkaji masalah pemanfaatan TIK di kalangan pengrajin atau industri keramik dan gerabah Kasongan, Bantul. Peranan waktu didalam proses adopsi suatu alat baru merupakan faktor penting untuk dapat membedakan cepat atau lambatnya seseorang atau komunitas menerima suatu inovasi baru. Rogers dan Shoemaker (dalam Levis, 1996:41) membedakan kategori adopter (penerima adopsi) berdasarkan cepat-lambatnya penerima terhadap suatu inovasi.

Studi Pustaka

Sentra industri keramik Kasongan sudah banyak dijadikan obyek studi, kajian atau penelitian yang dilakukan peneliti dari berbagai universitas di Tanah Air. Beberapa studi, diantaranya, dari Pusat Penelitian Antar Universitas Mikroelektronika (PPAUME) ITB tahun 1999, disimpulkan, bahwa peran pemerintah sangat dibutuhkan untuk mendorong IKM memanfaatkan TI. Di Amerika Serikat pemerintah berusaha keras untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi IKM, diantaranya menetapkan kebijakan yang mempermudah IKM untuk menggunakan TI, menyediakan infrastruktur yang mudah terjangkau dengan kualitas yang baik, dan melakukan deregulasi Penelitian dari Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta, berkesimpulan bahwa pertumbuhan usaha pengrajin gerabah dan keramik di Kasongan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh ukuran usaha dalam hal ini jumlah tenaga kerja, umur unit usaha atau lamanya unit usaha telah beroperasi, legalitas badan/unit usaha, fasilitas kredit perbankan yang diperoleh unit/badan usaha, dan kegiatan internasionalisasi badan/unit usaha dengan melakukan aktivitas ekspor hasil produksinya. Disarankan, perlu dukungan dari aspek manajerial, keuangan, produksi dan pemasaran. Dukungan secara terintegrasi dari pemerintah, asosiasi pengusaha, perguruan tinggi, perbankan dan pihak lain yang terkait. Sementara itu, studi dari Program Studi ilmu Kedokteran Universitas Udayana, Denpasar, berjudul "Sistem Kerja dengan Pendekatan Ergonomi Total Mengurangi Keluhan

Muskuloskeletal, kelelahan dan beban kerja serta meningkatkan produktivitas pekerja industri gerabah di Kasongan, Bantul'. Hasil studi, antara lain, faktor kelelahan sering menimpa para pengrajin setelah mengerjakan produk-produk keramik dan gerabah. Yang paling baru studi dari Jurusan Seni Kriya, Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta (2009). Dari aspek sejarah Kasongan. Disimpulkan, (a) terdapat pengaruh internal, meliputi adanya perajin seni kerajinan keramik Kasongan sebagai tokoh pembaharu yang berperan aktif dalam pengembangan material, teknologi produksi dan desain; (b) adanya pengaruh eksternal yang meliputi keterlibatan desainer, pendidik, budayawan, pimpinan lembaga pemerintah maupun swasta, serta pebisnis yang datang dari dalam maupun manca negara.

Mereka itu mengantarkan perubahan yang signifikan terhadap perkembangan seni kerajinan keramik Kasongan; (c) terdapat perajin kreatif yang dapat mengembangkan seni kerajinan keramik dalam sebuah bisnis yang berskala internasional dan mampu menyesuaikan perkembangan pasar global. Hal ini terlihat pada keberadaan sanggar-sanggar keramik yang potensial di desa Kasongan; dan (d) sentuhan pariwisata yang membawa perkembangan perluasan pasar pada wilayah lokal, nasional, dan internasional. Hal ini menyentuh dan menjadi kebutuhan besar terjadinya perluasan pasar seni kerajinan keramik Kasongan ke tingkat global. Produk seni kerajinan keramik Kasongan telah menjadi komoditi ekspor dan bisnis seni kerajinan keramik. Kasongan telah menjadi salah satu wilayah sebagai bentuk kegiatan ekonomi kerakyatan di wilayah Bantul Yogyakarta. Dari perspektif sejarah, Kasongan telah menjadi bermakna dengan berkembangnya daerah ini sebagai Sentra industri Berdasarkan perspektif kajian pustaka yang telah dipaparkan di atas, tidak ada hasil penelitian atau studi yang khusus membahas bagaimana proses pengenalan para pengrajin seni keramik dengan TIK. Bagaimanakah mereka mulai memanfaatkan TIK untuk mengembangkan produk dan bisnisnya? Dan mengapa para pengrajin seni keramik memanfaatkan TIK terutama terhadap media baru berupa Internet, maka studi ini menjadi penting dan perlu dilakukan.

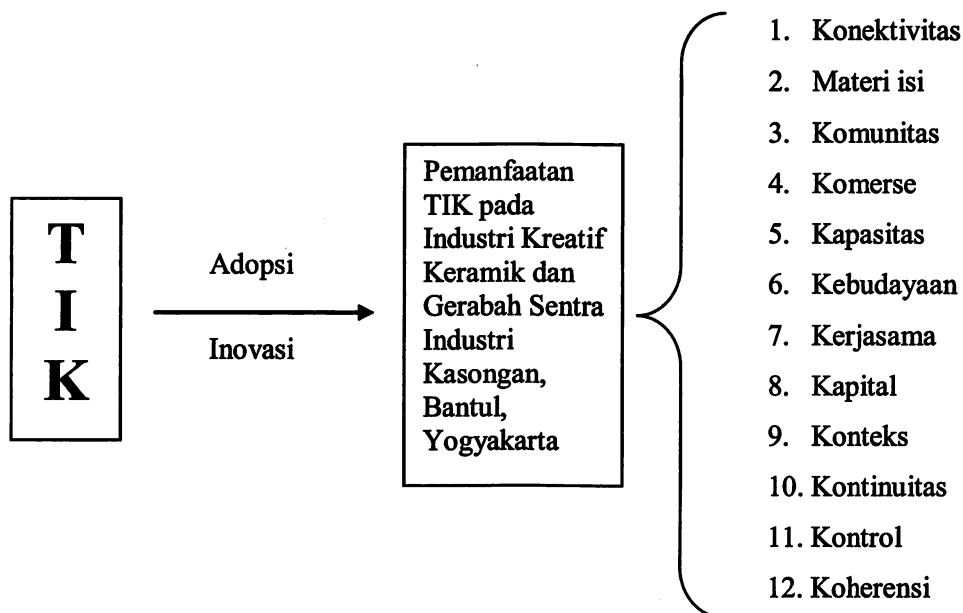
HASIL TEMUAN DAN ANALISIS

Fenomena perkembangan media baru, berupa teknologi informasi dan komunikasi (TIK), khususnya Internet, menjadi realitas yang menarik dan unik. Media baru Internet, dewasa ini makin meluas dikenal orang, dan pengenalannya telah melintasi batas-batas wilayah atau daerah tertentu. TIK berupa media baru Internet makin banyak dipakai masyarakat pedesaan, pinggiran kota besar, maupun daerah sentra industri kecil. Seperti para pengrajin seni keramik dan gerabah di daerah Kasongan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta, mulai mengenal TIK. Konsep internet dalam konteks studi ini dimasukkan dalam kategori TIK.

Kehadiran TIK berupa komputer maupun Internet, bagi para pengrajin dan pengusaha keramik dan gerabah di Kasongan belum berlangsung lama. Sejak internet mulai dapat diakses di kota Yogyakarta pada Desember 1996, baru ada 3 warnet yang melayani umum, yaitu Warnet Maga, Gama-net dan Pujayo.C@fe.Net (Sen, 2001: 232). Perkembangan yang cepat dari pertumbuhan pengguna internet (information superhighway) ini cukup menggembirakan. Namun pertumbuhan pengguna internet lebih banyak di kalangan

masyarakat perkotaan, belum meluas hingga ke pelosok desa atau daerah pinggiran kota maupun sentra industri. Kasongan yang merupakan satu desa di kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, terletak sekitar 8 kilometer ke arah barat daya dari pusat kota Yogyakarta. Desa penghasil kerajinan gerabah, yaitu perkakas rumah tangga atau perabotan dapur yang terbuat dari tanah liat atau tanah lempung, pada tahun 1970-an belum dikenal masyarakat luas. Tetapi dewasa ini produk-produk gerabah dan keramik Kasongan sudah banyak orang yang mengenalnya. Para pengrajin dan pengusaha Kasongan sudah mulai mengenal dan memanfaatkan TIK untuk proses produksi maupun pemasaran dan transaksi bisnisnya. Namun pertanyaan yang penting, bagaimanakah mereka dapat mengenal TIK sebagai pendukung kemajuan bisnisnya? Dalam studi ini, pertanyaan pokok penelitian “bagaimanakah proses pemanfaatan TIK pada industri keramik dan gerabah Sentra Industri Kasongan, dan mengapa mereka memanfaatkan TIK tersebut?”. Kemudian dari pertanyaan pokok ini, digali jawaban dari informan yang berkaitan dengan pertanyaan pokok tersebut. Pertanyaan-pertanyaan selanjutnya dari para informan, berpedoman pada 12 kategori/patokan, yang terdiri dari: (1) konektifitas, (2) Materi isi, (3) Komunitas, (4) Komerse, (5) Kapasitas, (6) Kebudayaan, (7) Kerjasama, (8) Kapital, (9) Konteks, (10) Kontinuitas, (11) Kontrol, dan (12) Koherensi. Dan isu yang dikembangkan berkaitan dengan materi pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan dalam instrument penelitian.

KERANGKA PENELITIAN



Pengenalan TIK

Perkembangan TIK yang pesat di dorong dengan tersedianya jaringan Internet yang mampu menjangkau pelosok desa. Ternyata TIK, seperti komputer dan Internet mulai digunakan di Sentra Kasongan mulai tahun 2000. “ Secara umum para pengusaha dan pengrajin di Kasongan sudah memakai TIK, seperti telepon, faximili maupun handphone. Dulu masih menggunakan telepon kabel (Telkom), sejak tahun 2000 mereka menggunakan Internet”, tutur informan 1. Komputer dan media baru seperti Internet, dalam proses pengenalannya dikalangan pengrajin seni keramik dan gerabah di Kasongan ini telah berlangsung dengan waktu yang relatif tidak terlalu lama. Proses penerapan teori difusi-inovasi, pengenalan media baru berupa Internet telah terjadi dalam waktu yang relatif cepat. Beberapa tahanan sebagai proses untuk adopsi TIK baru telah dilalui dengan sadar dan berproses.

Ada waktu yang dibutuhkan untuk pengenalan Internet khususnya. Tahap pengetahuan untuk memahami media baru, kemudian tahap persuasi yang membentuk sikap yang menyetujui adopsi, sampai pada keputusan untuk menggunakan Internet, telah diambil yang ditetapkan dengan segera. Kemudian dalam tahap konfirmasi, dimana pengrajin telah mencari pendapat orang-orang disekitarnya untuk menguatkan keputusannya yang telah mengadopsi Internet. Dengan demikian, konfirmasi ini juga dapat disebabkan melihat manfaat yang banyak dari Internet, yang ternyata betul-betul membantu proses pekerjaan sebagai pengrajin dan pengusaha keramik di Kasongan. Dengan demikian, proses pengenalan Internet juga tidak secara otomatis mau mengenal Internet, namun juga melalui tahapan seperti dijelaskan dalam teori adopsi-inovasi. Dari fenomena makin banyak orang yang menggunakan Internet dari berbagai kalangan masyarakat, fakta menunjukkan juga makin pesat pemakaian media baru di kalangan pengrajin seni keramik di Kasongan. “Pengrajin memakai TIK/computer, pesatnya sejak ada gempa tahun 2006 di Bantul-Yogyakarta. Dulu di area Kasongan hanya ada jaringan instalasi telepon kabel. Bila mau pasang telepon kabel (telepon rumah) daftar dulu dan satu tahun kemudian baru dapat berfungsi. Dan kemudian tahun 2004, mulai maraknya HP murah, maka internet dengan kartu pra bayar pakai modem agar dapat menggunakan Internet. Tahun 2008 pengrajin memakai internet dengan kartu pra bayar”, kata informan 1 lebih lanjut Biaya yang dikeluarkan untuk Internet, menurut Informan 1, untuk perusahaan besar hingga 300 ribu rupiah memakai Telkom-Speedy. Bisa juga per bulan hingga 600 ribu rupiah. Sementara untuk pengusaha menengah ke bawah atau pengrajin menggunakan Telkom-flexy dengan modem dan menghabiskan biaya 150 ribu rupiah tiap bulan. Kalau fasilitas flexy bisa pemakaian langganan harian, mingguan atau bulanan. Pemakaian internet bila dirasa perlu saja. Memang tiap hari tetapi durasi waktunya dari 1 jam hingga 2 jam. Komputer lebih banyak dimanfaatkan untuk mengetik, mencatat dan perhitungan saja di kantor dan di seluruh bagian perusahaan. Akses internet bila akan berhubungan dengan order saja. Dengan demikian, internet dimanfaatkan untuk hubungan dengan pembeli melalui e-mail.

Pemanfaatan internet sudah mulai disadari oleh para pengrajin keramik dan gerabah. Adopsi TIK, dalam hal ini Internet, telah melalui suatu perjalanan waktu yang bertahap, hanya saja tahapan itu telah dilalui dengan waktu yang relatif singkat. Hasil identifikasi terhadap pengenalan dan pemanfaatan Internet di kalangan pengrajin keramik dan gerabah Sentra Kasongan dapat dilihat dalam daftar ikhtisar di bawah ini.

Pemanfaatan TIK dan Internet
Oleh Pengrajin dan Pengusaha Seni Keramik dan Gerabah
di Kasongan

<p>I. Pemanfaatan TIK.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komputer digunakan untuk pengetikan surat di toko. 2. Komputer dipakai untuk data pengiriman barang produk seni keramik yang dibeli konsumen. 3. Pembuatan neraca keuangan perusahaan (dengan program excel). 4. Komputer dipakai untuk memperlancar kegiatan administrasi toko.
<p>II. Pemanfaatan Internet.</p>	<ol style="list-style-type: none"> a. Untuk e-mail mengirim informasi kepada konsumen atau pelanggan. b. Browsing mencari desain-desain seni keramik yang baru di dunia. c. Kirim e-mail sebagai promosi seni keramik produ-produk baru kepada konsumen/pelanggan tetap. d. Durasi mengakses Internet selama 2-3 jam dalam sehari. e. Waktu mengakses Internet, tidak tentu dalam sehari, kadang siang hari atau malam. Tapi waktu yang sering digunakan pada waktu malam hari. f. Biaya akses Internet tiap bulan berkisar Rp. 150 ribu hingga Rp. 300 ribu, pada pengrajin. kalau pengusaha bisa lebih besar lagi. g. Operator yang biasa diakses adalah Telkom Flexy dan StarOne dari Indosat. h. Sentra Seni Keramik Kasongan tidak mempunyai website sendiri. Masih dbantu dalam website: www.periindagkop.bantulkab.go.id dan www.bantulkab.go.id i. Pada wilayah Kasongan hanya ada 2 BTS di dusun Jeron Tabah yang lokaisnya di atas perbukitan. k. Tidak semua pengrajin mempunyai unit komputer di rumahnya. Tetapi kalau HP semuanya mempunyai. l. Di daerah Kasongan tidak tersedia telecenter.

Sumber data: Diolah dari hasil wawancara lapangan.

Sentra Industri Gerabah dan Kramik Kasongan

Desa Kasongan yang kini dikenal sebagai daerah Sentra Industri Keramik berdiri secara formal ketika diresmikannya lembaga Unit Pelayanan Teknis (UPT) Kasongan tahun 1979. UPT Kasongan ini berdiri melalui proyek Badan Pengembangan Industri Kecil (BIPIK) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Timbul Raharjo, 2009:45). Kegiatan di UPT Kasongan yang menjadi Sentra Keramik melakukan pelatihan pembuatan keramik dan gerabah, serta mengolah desain bagi seni keramik yang sedang disenangi pasar. Pelatihan ini telah diselenggarakan rutin tiap tahun menjadi program Disperindagkop Kabupaten Bantul. Tiap tahun dapat diselenggarakan 2 kali pelatihan. Pesertanya para pengrajin yang belum pernah mengikuti pelatihan dari anggota koperasi Kasongan maupun yang bukan anggota. Pimpinan atau Kepala UPT Kasongan saat ini adalah Dr. Timbul Raharjo, M.Hum, yang juga seorang staf pengajar pada Jurusan Seni Kriya, Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta. Pak Timbul juga terpilih sebagai Ketua Koperasi Setya Bhawana di Sentra Keramik Kasongan. Ia mempunyai perusahaan keramik yang cukup besar dan ternama di Kasongan ini, yaitu Timboel Keramik. Pangsa pasarnya ke luar negeri dan dalam negeri. Tapi banyak produknya yang diekspor. Jumlah pengrajin yang beraktivitas di Sentra Industri Keramik Kasongan, menurut data Dinas Perindagkop, Kabupaten Bantul, tercatat 38 kelompok pengrajin. Tiap kelompok beranggotakan sekitar 15 orang. Dengan demikian total pengrajin mencapai 570 orang. Namun ada juga pengrajin yang tidak tercatat oleh Dinas Perindagkop Kab. Bantul, dan mereka tetap berkarya dan menjual produk-produk keramik maupun gerabahnya di lokasi Sentra Kasongan. Untuk meningkatkan mutu atau kualitas produk keramik Sentra Kasongan, maka proses kreatif pada pengrajin masih terus berjalan dengan mempelajari kecenderungan pengaruh global atau eksternal agar dapat disukai oleh pasar luar negeri. Karena pada hakikatnya seni keramik merupakan suatu industri kreatif yang dapat mendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi kreatif masyarakat, khususnya para pengrajin, pengusaha dan masyarakat di wilayah Kasongan. Faktor kreativitas maupun inovasi menjadi landasan penting untuk dapat meningkatkan produk. Sebabnya dengan hasil kreativitas dan inovasi pengrajin, maka kualitas produk dapat terus ditingkatkan hingga mencapai hasil yang memuaskan. Dan dapat menghidupkan segi ekonomi dari perusahaan keramik dan gerabah di Sentra Kasongan.

Saat ini pemerintah sudah memandang cukup berhasil, dalam memetakan 14 subsektor industri kreatif, yaitu : (1) periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fesyen, (7) video, film, dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) televisi dan radio, dan (14) riset. Dengan demikian, kerajinan keramik dan gerabah dikembangkan sebagai bentuk industri kreatif yang dapat mendorong kemajuan ekonomi masyarakat. Sentra keramik di Kasongan merupakan format yang cukup baik sebagai bentuk industri kreatif terus menerus, yaitu sebagai aktivitas ekonomi dari seni kerajinan. Seni keramik dan gerabah termasuk kategori kerajinan yang sudah cukup tua umurnya. Artinya kerajinan keramik dari masa kerajaan China kuno sudah ada hingga perjalanan sejarah kini dan termasuk kerajinan keramik Kasongan yang punya ciri khas tersendiri, dengan seni tempel pada keramiknya. Produk keramik Kasongan mampu bersaing dengan produk keramik dari lain daerah di dalam negeri, dan juga luar negeri.

Produksi Keramik dan Konsumen

Produk keramik di Sentra Kasongan juga mengalami pasang-surut. Artinya ada kalanya produk meningkat, tetapi di waktu yang lain telah terjadi penurunan. Bulan Maret dan Desember merupakan masa penurunan produk. Faktor eksternal lebih banyak mempengaruhi pasang-surut produk-produk seni keramik Kasongan. Krisis ekonomi yang pernah dialami perekonomian nasional tahun 1997, sangat berdampak buruk bagi penjualan produk keramik. Kemudian krisis ekonomi dunia, seperti yang baru-baru ini di alami negara-negara besar, antara lain Amerika, juga dirasakan dampak penjualannya pada produk seni keramik Kasongan. *"Produk-produk kita tidak ada yang beli dari konsumen luar negeri"*, kata informan 4, seorang pengusaha menengah seni keramik di Kasongan.

Produk-produk seni keramik Kasongan telah banyak dibeli oleh peminat dari luar negeri, disamping juga dari dalam negeri. Pada umumnya, menurut hasil observasi, tanggapan konsumen cukup baik, hampir tidak ada komplain yang bisa mempengaruhi kondisi transaksi antara penjual dengan pembeli. Bahkan produk keramik Kasongan ini mampu bersaing dengan produk serupa dari daerah lain di dalam negeri. Namun juga dapat bersaing dengan produk keramik luar negeri. Terhadap model atau desain keramik, para pengrajin di Kasongan membuka peluang bahwa model keramik bisa bawa sendiri dari pembeli, seperti menyesuaikan dengan perkembangan model keramik di Amerika. Jadi pembeli bisa membawa contoh model keramik sendiri. Bisa juga produsen membuat desain sendiri yang kemudian produknya dilempar ke pasar. Jadi ini murni desain yang berasal dari produsen. Hal yang perlu diperhatikan adalah terutama dari desain pada bentuk dan warnanya. Dan trend perkembangan model atau desain keramik ini cepat berubah, paling lama 6 bulan, kemudian berrubah lagi. Dengan demikian, desain mengikuti trend pasar keramik yang cepat berubah. Dengan demikian, ada 2 cara sumber desain yang dikenal pengrajin di Kasongan, yaitu (1) desain yang bersumber dari luar (dari pembeli keramik yang membawa desain sendiri) dan (2) desain yang bersumber dari produsen sendiri. Ada ciri khas dari desain keramik Kasongan yaitu dengan finishing lukisan abstrak. Sementara ciri khas keramik Eropa mempunyai desain minimalis dengan lukisan kecil tidak ramai sekali. Dan warna ungu atau krem yang disenangi pasar di Amerika. Buyer/pembeli biasanya memilih bentuknya cocok di Amerika, tetapi warnanya dicocokkan. Jadi dua model tadi punya pasar sendiri-sendiri (warna ungu dan warna krem). Jadi inovasi desain disesuaikan dengan pergantian musim di Eropa atau Amerika (4 musim dalam setahun), tiap 3 bulan bisa berganti model, tetapi ada juga yang desain itu bisa bertahan selama setahun. Inovasi dari desain yang berorientasi pada pasar akan cepat laku.

Profil Perusahaan Timboel Keramik

Timboel Keramik didirikan oleh Timbul Raharjo pada 10 Agustus 1996. Lokasi perusahaannya di desa wisata Kasongan, Tirto, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, Yogyakarta. Saat ini bidang usahanya tidak hanya terbatas pada seni keramik Kasongan saja, namun juga pada kerajinan bambu, logam, lidi daun kelapa, dan lainnya. Sebanyak 80 % produknya untuk pemenuhan pasar ekspor. Pasar lokal terutama di Jakarta dan Bali hanya 20 %. Pada awal berdirinya Timboel Keramik hanya memiliki 2 orang karyawan, sekarang

ini telah memiliki karyawan tetap 150 orang dan sekitar 60 orang sub-kontrak/supplier. Dalam sejarah perkembangan seni keramik Kasongan, Timboel Keramik juga mengalami kemajuan yang pesat sebagai sebuah perusahaan keramik. Produk seni kerajinannya telah menyebar di seluruh penjuru dunia, antara lain, Australia, Kanada, Belanda, Italia, Prancis, Spanyol dan lain sebagainya. Perusahaan yang mampu menyerap 750 tenaga kerja ini, rata-rata memproduksi 15 container seni kerajinan keramik setiap bulannya untuk melayani para pembeli mancanegara. Menurut Pak Timbul Raharjo, persaingan dirasakan justru dari perusahaan milik orang asing, tetapi atas nama orang Indonesia. Mereka jelas punya keunggulan, dari segi jaringan pemasaran dan bahasa untuk transaksi dan promosi. Di mancanegara, produk sejenis ada di Meksiko. Tahun 1997, ia pernah mengembangkan desain yang asalnya dari Meksiko, yang dikenal sebagai Mexican style. Pengembangan desain gaya Meksiko ini kemudian pada tahun 1998 menjadi primadona yang banyak dibeli konsumen mancanegara. Dan dewasa ini, persaingan global muncul dari negara-negara yang memproduksi seni kerajinan dengan desain global dari China, India, Vietnam, dan Thailand. Pada sebuah International Exhibition Ambiente di Jerman tahun 2007, ia sempat mengamati perkembangan seni kerajinan keramik dari negara-negara tetangga itu. Memang Vietnam dalam exhibition itu sangat menonjol penampilannya. Desain demikian kreatif dengan memanfaatkan sumber daya para seniman untuk mencipta desain dan para pengusaha yang siap memback-up reproduksinya. Di Vietnam teknologinya lebih bagus. Sistem pembakarannya lebih tinggi dan volume tungku yang besar untuk pembakaran keramik. Pengusaha di Vietnam diuntungkan karena bekerja sama dengan Italia dan didukung penuh oleh pemerintah. Perusahaan Timboel Keramik telah mengekspor seni kerajinan keramik Kasongan dan handicraft ke beberapa negara, antara lain, Italia, Prancis, Belanda, Kanada, Spanyol, Australia, Korea dan Amerika. Dari negara-negara itu, Timboel Keramik sudah memiliki pelanggan tetap sekitar 50 perusahaan. Rata-rata ekspor seni kerajinan keramik antara 12-15 container/ bulan, bahkan pernah 20 container/bulan. Modal awal yang dimiliki Timbul hanya Rp 6.000.000,- hasil pinjaman dari kampus tempatnya mengajar. Uang itu digunakan untuk biaya kontrak toko seluas 3 x 6 meter persegi sebesar Rp 3.000.000,- dan sisanya dibelikan alat-alat produksi. Beruntung, ia memiliki modal lain berupa aset, yakni tanah warisan orangtuanya seluas 8.000 meter persegi. Sosok Timbul Raharjo dilahirkan tanggal 8 November 1969 di Kasongan. Ia lahir dan dibesarkan dalam lingkungan pengrajin seni keramik. Sejak kecil ia telah mengenal seni kerajinan keramik dari lingkungan tempat tinggalnya. Meskipun orangtuanya bukan pembuat gerabah, tetapi alam lingkungan pengrajin telah membuat Timbul Raharjo larut dalam atmosfer pembuatan seni keramik yang dikenalnya sejak lahir.***

Tanggapan Pemkab Bantul, Sumber dana dan Pengrajin.

Pembinaan reguler diberikan dari Kementerian Perindustrian kepada Dinas perindagkop Kabupaten Bantul berupa bimbingan kepada pengrajin di lokasi UPT Kasongan. Pembinaan ini berupa program pelatihan pemasaran dan disain keramik. Dilakukan pelatihan 2 kali dalam setahun bertempat di gedung UPT Kasongan. Pesertanya sekitar 25 orang dengan tenaga pelatihan dari dosen-dosen Memang UPT Kasongan belum mempunyai website sendiri. Website masih dibantu pemuatannya dalam website pemerintah kabupaten Bantul, yaitu : www.perindagkop.bantulkab.go.id dan

www.bantulkab.go.id, kemudian untuk email adalah: disperindagkop@bantulkab.go.id. Hasil observasi mencatat, lembaga koperasi yang didirikan tahun 1986 di lingkungan pengrajin Kasongan telah mampu menyediakan modal untuk anggotanya yang terdiri dari para pengrajin. Koperasi Setya Bhawana dengan ketua koperasi Dr. Timbul Raharjo, M.Hum telah banyak berbuat untuk membantu pengrajin maupun pengusaha yang ada di Sentra Keramik Kasongan.

Menurut informan 2, bahwa kegiatan koperasi sudah jalan. Usahanya simpan pinjam (seperti untuk modal usaha). Tidak ada penyertaan modal dari pemerintah. Rata-rata simpan pinjam koperasi untuk modal usaha sendiri. Dana dari pemerintah untuk modal simpan pinjam koperasi, yang harus mengembalikan. Dan peserta untuk mengikuti pelatihan teknis manajemen dan disain keramik yang setiap tahun menjadi program Disperindagkop Kab.Bantul, seleksi pesertanya pihak koperasi juga diikutsertakan untuk menyeleksi peserta pelatihan. Namun pesertanya juga bukan dari kalangan anggota koperasi saja namun juga dari luar koperasi yang berdomisili di wilayah Kasongan, Bantul.

Konteks Lokal dan Monev.

Sentra kerajinan keramik dan gerabah di Kasongan sudah menjadi bagian untuk ditingkatkan pembinaannya oleh Pemerintah Kabupaten Bantul. Menurut informan 3, pembinaan Sentra Kasongan “sasarannya untuk pemberdayaan dan peningkatan perekonomian rakyat IKM Sentra Kasongan, terutama para pengrajinnya. Dan juga akan meningkatkan pendapatan asli daerah Bantul dari sektor kerajinan”. Adapun hasil evaluasi Pemerintah Kabupaten Bantul, dilakukan peningkatan kualitas pengrajin/pengusaha keramik di Kasongan, yaitu untuk mendorong pengrajin dengan perbaikan fasilitas tempat parkir lokasi Sentra Kasongan agar menampung kendaraan banyak. Waktu liburan anak-anak sekolah juga berbeda sehingga sepanjang tahun kunjungan wisata ke Kasongan tidak pernah putus. Juga akan direalisasi berdirinya Museum Keramik Indonesia di Kasongan. Tadi usulan dari Sentra Kasongan ke Dinasperindagkop Kab. Bantul kemudian diambil alih di tingkat Pusat (Kementerian Perindustrian). Masih tingkat usulan. Pengagasnya Dr. Timbul Raharjo, M.Hum untuk Museum Keramik Indonesia.

Menurut informan 2, bahwa tanggapannya sangat baik. Senang pemerintah kabupaten Bantul. Dan cukup besar kontribusinya untuk menghasilkan PAD (Pendapatan asli daerah). Dan dari sektor pariwisata daerah, Sentra Industri Keramik dan Gerabah Kasongan sudah tercatat sebagai daerah tujuan wisata di Yogyakarta. Tiap akhir pekan daerah Kasongan ramai dikunjungi para wisatawan dari dalam negeri maupun luar negeri. Pengembangan Sentra Keramik Kasongan dalam konsep Kaji Gelem lebih didorong oleh faktor internal masyarakat sekitar Kasongan yang menginginkan daerah Kasongan daerah wisata dan mendorong ekonomi rakyat melalui kegiatan industri kreatif seni kerajinan. Lebih jauh penjelasan informan 2, berkaitan dengan segi sosial budaya dari pengembangan Kasongan dalam Kaji Gelem, yaitu : Dan dari segi sosial budaya maka keberadaan daerah Sentra Industri Keramik di Kasongan ini didukung oleh masyarakat sekitarnya. Dan pengembangan yang baik dengan konsep Kaji Gelem. Sangat baik. Dan untuk sumberdaya manusia dalam masyarakat itu memang mempunyai keterampilan yang cukup. Keterampilan secara alamiah yang merupakan penduduk yang lahir di situ. Serta penguasaan keterampilan

lebih lanjut dengan bekerja di tempat lain. Di dekat Candi Borobudur yaitu di Muntilan. Dulunya mereka pekerja di sana. Kemudian mendirikan perusahaan di Kasongan dengan produk-produk kerajinan keramik dan gerabah.

Konsep Kaji Gelem

Perkembangan daerah Kasongan sebagai Sentra Industri Keramik dan Gerabah mulai tumbuh sebagai suatu wilayah sentra yang lebih luas dengan melibatkan 3 desa disekitarnya. Pertumbuhan sentra kerajinan ini secara alami dalam konsep pengembangan KAJI GELEM. Konsep KAJI GELEM, yaitu suatu kawasan yang terdiri dari KA (Kasongan), JI (Jipangan), GE (Gendeng) dan LEM (Lemah dadi). Kawasan sentra industri dengan Kasongan sebagai sebuah pintu gerbang pasar. Daerah Jipangan sebagai sentra souvenir (gantungan kunci, boneka, dan sebagainya). Kemudian daerah sekitar Kasongan seperti Gendeng sebagai sentra kulit, wayang kulit, kipas. Kemudian Lemah dadi berkembang sebagai sentra patung cetak seperti batu (bahannya dari pasir semen kemudian dicetak). Secara alami telah terjadi perkembangan kawasan sentra kerajinan yang kemudian di dukung oleh Dinasperindagkop Kabupaten Bantul. Diharapkan sentra industri kerajinan yang masuk dalam kategori industri kreatif ini dapat mendorong pendapatan asli daerah (PAD) kabupaten Bantul. Perkembangan sentra ini dilakukan secara alami, artinya faktor internal masyarakat disekitarnya yang mendukung dan mengembangkannya. Kemudian didukung oleh Pemerintah Kabupaten Bantul. Dalam pengembangannya memang diarahkan untuk saling mendukung antar desa sebagai bagian dari sentra di Kasongan dalam konsep KAJI GELEM.***

Upaya pengembangan dari keberadaan Sentra Keramik Kasongan terus dilakukan Pemkab. Bantul. Dari segi produk keramik, maka dilakukan pelatihan disain dan pemasaran, sedangkan dari segi lingkungan daerah, juga dijalankan pengembangan wilayah sentra-sentra pendukung untuk memperluas jaringan dan keragaman produk dari Sentra Keramik Kasongan. Dengan dibukanya 3 daerah pendukung di sekitar wilayah Kasongan dalam konsep Kaji Gelem. Untuk masa depan, keberadaan Sentra Keramik Kasongan makin kuat dan eksis bahkan diperhitungkan dalam kontribusinya pemasukan PAD serta mendorong pertumbuhan industri kreatif sekaligus perekonomian rakyat.

PENUTUP

Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat dirumuskan dari pembahasan tersebut adalah sebagai berikut. Di wilayah Kasongan para pengrajin dan pengusaha sudah mengenal TIK, terutama dapat mengakses Internet untuk kemajuan bisnis seni keramik. Pengenalan para pengrajin terhadap Internet dimulai tahun 2000. Proses adopsi inovasi terhadap media baru Internet maupun TIK seperti komputer, telah berlangsung dalam proses waktu yang cepat, meskipun tidak dalam pengertian seketika. Proses memanfaatkan Internet dilakukan para pengrajin dengan pelatihan yang minim, pernah ada lembaga swasta turut melatih dan dari instansi pemerintah daerah namun tidak secara reguler. Artinya tidak

pernah ada sosialisasi untuk memanfaatkan TIK maupun Internet secara rutin. Lebih banyak pengetahuan terhadap Internet diperoleh dengan bertanya kepada orang yang mengerti tentang Internet. Kemudian yang terjadi adalah latihan perorangan secara informal untuk mengakses Internet dari karyawan pengrajin yang lebih muda, atau dari anak pengrajin yang berstatus mahasiswa. Kemudian sejak gempa bumi melanda Bantul tahun 2006, pemanfaatan Internet makin intensif. Para pengrajin maupun pengusaha seni keramik Kasongan memanfaatkan Internet masih sangat terbatas, yaitu untuk kirim dan menerima e-mail, browsing untuk mencari desain keramik baru di dunia global, serta promosi melalui e-mail. Keterbatasan pemanfaatan ini disebabkan tidak adanya sosialisasi. Bahkan promosi produk seni keramik lebih banyak dilakukan melalui berbagai pameran di berbagai kota, seperti Jakarta, Bandung, Denpasar, Yogyakarta, maupun pameran di luar negeri dengan sponsor dari departemen atau pemerintah.

Produk seni keramik Kasongan lebih banyak untuk pasar ekspor (80%), seperti ke Eropa, Amerika, Australia, Korea, Malaysia, dan hanya sebagian kecil untuk pasar dalam negeri (20%) yaitu Jakarta, Denpasar, dan Malang. Inovasi dan proses kreatif seni keramik tidak boleh berhenti, tetapi terus berlangsung dengan memanfaatkan Internet untuk mencari desain baru yang sedang trendy di pasar dunia atau di negara-negara lain, seperti Eropa dan Amerika. Proses kreatif seni keramik telah dimulai waktu dulu dengan kegiatan orang-orang kreatif pertama yang memberi ciri khas terhadap produk seni keramik Kasongan, seperti seni keramik dengan teknik tempel, desain kepala kijang, celengan, maupun wuwungan buntut bebek.

Kegiatan seni keramik merupakan suatu bentuk industri kreatif, yang telah diakui secara nasional dapat mendorong peningkatan ekonomi nasional, terutama ekonomi daerah maupun peningkatan kesejahteraan pengrajin dan pengusahanya. Baru kemudian, pada beberapa tahun ini, untuk meningkatkan kemampuan pengrajin secara rutin diadakan pelatihan teknik produksi dan desain seni keramik oleh Dinas Perindagkop Kabupaten Bantul. Kemudian untuk membantu pengrajin telah didirikan koperasi Setya Bhawana yang menyediakan secara bergiliran bantuan modal bagi pengrajin. Pengembangan daerah sentra keramik Kasongan ditambah 3 wilayah yang berdekatan dengan Kasongan dengan konsep KAJI GELEM, yaitu suatu kawasan yang terdiri dari KA (Kasongan), JI (Jipangan), GE (Gendeng) dan LEM (Lemah dadi). Kawasan sentra industri dengan Kasongan sebagai sebuah pintu gerbang pasar. Daerah Jipangan sebagai sentra souvenir (gantungan kunci, boneka, dan sebagainya). Kemudian daerah sekitar Kasongan seperti Gendeng sebagai sentra kulit, wayang kulit, kipas. Kemudian Lemah dadi berkembang sebagai sentra patung cetak seperti batu (bahannya dari pasir semen kemudian dicetak). Pengembangan ini atas dorongan dari dalam masyarakat sekitarnya sendiri. Pemerintah Kabupaten Bantul hanya memfasilitasi untuk menambah infrastruktur dan perbaikan jalan raya, tempat parkir, serta yang dirasakan perlu lagi. Dari wilayah Kasongan telah dapat diakses Internet oleh para pengrajin dengan menggunakan Telkom Speedy dan StarOne, meskipun durasi akses Internet juga masih memperhitungkan biayanya. Dengan demikian, proses adopsi inovasi Internet tidak mengalami hambatan yang berarti. Ada 2 BTS yang dibangun di wilayah Kasongan. Dan dirasakan cukup memadai.

Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan tersebut, laporan studi ini perlu mengemukakan saran-saran sebagai berikut. *Pertama*, kepada Pemerintah Kabupaten Bantul maupun Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta diharapkan dapat menjalankan program sosialisasi terhadap penggunaan Internet dan TIK dengan demikian diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatannya pada para pengrajin dan pengusaha seni keramik di Kasongan. Program sosialisasi dapat dikerjakan bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika, yang dapat dirancang secara rutin dan berkelanjutan. *Kedua*, kepada Koperasi Setya Bhawana agar dapat diprogramkan untuk para pengrajin yang belum memiliki unit komputer agar dapat diberikan kesempatan untuk membeli komputer melalui koperasi dengan cara pembayaran angsuran. Dengan demikian, tiap pengrajin akan dapat memiliki unit komputer untuk membantu elancaran bisnis seni keramik.***

DAFTAR PUSTAKA

- Griffin, EM , 2003, *A First Look At Communication Theory, Fifth Edition*, New York: McGraw-Hill.
- Kurniawan, Firman, *Materi Kuliah Penelivtian Kualitatif*, Program Sarjana Ekstensi, Dep.Ilmua Komunikasi FISIP UI, tanpa tahun.
- Levis, Leta Rafael, 1996, *Komunikasi Penyuluhan Pedesaan*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Mardikanto, T, 1982, *Pengantar Penyuluhan Pertanian*. Jakarta: LSP3.
- Noegroho, Agoeng, 2010, *Teknologi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Raharjo, Timbul, , 2008, *Seni Kerajinan Keramik Kasongan: Perjalanan Dari Dusun Gerabah Menjadi Sentra Seni Kerajinan Keramik yang Mendunia*. Ringkasan Disertasi, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Raharjo, Timbul, , Juni 2009, *Historisitas Desa Gerabah Kasongan*. Yogyakarta: Program Pascasarjana, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Raharjo, Timbul, , Juli 2009, *Globalisasi Seni Kerajinan Keramik Kasongan*. Yogyakarta: Program Pascasarjana, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, dkk, 1999, *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sen, Krishna dan David T.Hill, *Media, Budaya dan Politik di Indonesia*. Jakarta: Institut Studi Arus Indonesia dan PT Media Lintas Inti Nusantara. 2001.
- Tim Peneliti, 2008, *Dampak Regulasi di Bidang Komunikasi dan Informasi dan Implementasinya di Indonesia*. Jakarta: Pusat Litbang Aptel-SKDI, Badan Litbang SDM, Departemen Komunikasi dan Informatika.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar, 2008, *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Suratkabar :

Kompas, edisi tanggal 10 Agustus 2006.