

STRATEGI PEMBELAJARAN TIK OLEH E-KOMUNITAS TERHADAP PELAKU INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA

ICT LEARNING STRATEGY BY E-COMMUNITY FOR CREATIVE INDUSTRY PLAYERS IN YOGYAKARTA

Noor Indra Ardianto

Pusat Litbang Aptika IKP,
Badan Litbang SDM, Kementerian Komunikasi dan Informatika
email: indrawesome@gmail.com

(Naskah diterima tanggal 10 April 2012 dan disetujui untuk diterbitkan tanggal 16 Mei 2012)

Abstract

“As the rapid spread of Internet in Indonesia, proliferation of communities begin to show up in cyberspace. This is one form of actualization of the community as a form of internet use. The use of ICT inevitably also formed a distinct community among the creative industries, here we can see the e-communities comes into play. However, the development of ICT utilization has not been followed by a good learning about ICT itself, therefore instructional strategy for ICT education committed to the community is urgently needed, especially for the the creative industry players so that the education of ICT can be delivered more systematic, effective and efficient. Also the intended learning objectives can be achieved and new information provided from these e-communities can be absorbed well by the creative industries”

Key Words : e-Communities, Creative Industries, Instructional

Abstraksi

“Seiring pesatnya persebaran internet di Indonesia, marak bermunculan komunitas-komunitas di dunia maya. Hal ini merupakan salah satu bentuk aktualisasi dari masyarakat sebagai salah satu bentuk pemanfaatan internet. Pemanfaatan TIK mau tidak mau juga membentuk suatu komunitas tersendiri dikalangan industri kreatif, disini dapat kita lihat e-komunitas mulai berperan. Akan tetapi perkembangan

pemanfaatan TIK belum diikuti oleh pembelajaran yang baik mengenai TIK itu sendiri, oleh karena itu perlu kiranya suatu strategi pembelajaran TIK agar edukasi yang dilakukan kepada masyarakat khususnya pelaku Industri kreatif menjadi lebih sistematis, efektif dan efisien. Sehingga tujuan pembelajaran yang dimaksudkan dapat tercapai dan informasi baru yang diberikan dari e-komunitas tersebut dapat terserap dengan baik oleh para pelaku industri kreatif”

Kata Kunci : e-Komunitas, Industri Kreatif, Pembelajaran

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Terdapat asumsi bahwa peningkatan daya saing bangsa ditentukan oleh maju tidaknya sektor industri kreatif, karena sektor ini berperan vital dalam pertumbuhan ekonomi. Dimana pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini sebagian ditopang industri kreatif. Hal ini tentu berdampak pada kelangsungan perekonomian baik secara makro dan mikro Indonesia. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatannya. Di Indonesia kontribusi industri kreatif menunjukkan

peningkatan yang cukup signifikan. Pangsa pasarnya tahun 2007 mencapai kisaran Rp.19 Triliun. Pemerintah sendiri menargetkan kontribusi industri kreatif terhadap produk domestik bruto (PDB) pada tahun 2015 sekitar 8-9%. Subsektor industri kreatif di Indonesia meliputi industri Fesyen (43%), Handcraft (25%), Musik (5%), Periklanan (8%), Desain (6%). Subsektor lainnya 13% mencakup arsitektur, film, video, fotografi, komputer, piranti lunak, pasar barang seni, percetakan, permainan interaktif, riset dan pengembangan, seni pertunjukan, televisi dan radio¹. Meski demikian disamping potensinya yang cukup signifikan, dengan hadirnya teknologi internet di Indonesia, telah memicu bermunculnya e-komunitas industry kreatif di dunia maya. Perkembangan ini merupakan bentuk aktualisasi dari masyarakat cyber. Ini dapat kita lihat bahwa Indonesia merupakan pengguna terbesar jejaring sosial facebook dan twitter. Dari 30.000.000 orang pengguna internet di Indonesia sebanyak 87% mengunjungi jejaring sosial (FB dan twitter). Angka ini berdasarkan temuan Taylor Nelson Solfres (TNS) Digital Life, sebuah studi yang pernah dilakukan secara global di banyak negara untuk memahami sikap dan perilaku digital². Dari jejaring sosial dan forum-forum tersebut, kemudian berkembang menjadi komunitas tersendiri yang dikenal dengan e-komunitas (*e-community*). E-komunitas definisi,:

*E-community is a group of individuals who share a common interest via e-mail, blogs, instant messages, chat rooms or newsgroups. Members of a virtual community are self-subscribing*³.

Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa e-komunitas merupakan sekelompok orang yang memiliki kesamaan minat dan saling berhubungan serta memanfaatkan dunia maya (e-mail, blog, instant messenger maupun chat room serta newsgroup) untuk saling berhubungan ataupun dalam aktifitasnya. E-komunitas dalam perkembangannya mulai memunculkan potensi yang dapat bermanfaat bagi masyarakat secara umum. E-komunitas itu sendiri dapat berfungsi sebagai sarana pengembangan masyarakat yang bergerak pada industri kreatif. Industri kreatif di Indonesia perlu ditumbuhkembangkan sebagai industry alternative, maka dari itu edukasi kepada para pelaku industri kreatif menjadi sangat penting. Hal ini agar industri kreatif dapat berkembang secara dinamis, dengan memanfaatkan teknologi modern. Pemanfaatan TIK bagi industri kreatif bisa membentuk komunitas edukasi dikalangan industri kreatif. Edukasi tersebut menjadi lebih sistematis, efektif dan efisien, karena dilakukan oleh mereka. Dengan demikian tujuan pembelajaran yang diberikan oleh e-komunitas tersebut dapat terserap

dengan baik oleh para pelaku industri kreatif. Maka dari itu permasalahan bagaimana, dan apa strategi pembelajaran TIK di lingkungan industri kreatif dan kaitannya dengan e-Komunitas menjadi pembahasan utama dalam artikel ini.

Permasalahan Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan penelitian yang dimunculkan adalah, “bagaimanakah strategi pembelajaran TIK yang dilakukan oleh e-komunitas terhadap pelaku industri kreatif di kota Yogyakarta?”

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah, untuk menjelaskan dan mendapatkan informasi yang lengkap mengenai strategi pembelajaran TIK yang dilakukan oleh e-komunitas terhadap industry kreatif di kota Yogyakarta. Manfaat penelitian, sebagai informasi kajian akademik yang bisa digunakan sebagai bahan masukan bagi Dirjen Aptika Kementerian Kominfo, serta sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan bidang literasi TIK di komunitas masyarakat.

KAJIAN KERANGKA TEORI/KONSEP

Strategi Pembelajaran

Pengertian Pembelajaran : Belajar adalah proses perubahan perilaku berkat pengalaman dan latihan. Artinya, tujuan kegiatan adalah perubahan tingkah laku, baik yang menyangkut pengetahuan, keterampilan maupun sikap; bahkan meliputi aspek organisme atau pribadi⁴. Selain itu belajar dapat diartikan sebagai suatu proses, usaha yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan sebagai hasil pengalamannya sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya⁵. Berdasarkan pengertian diatas dapat dianalogikan bahwa belajar merupakan proses perubahan perilaku yang meliputi pengetahuan, keterampilan, maupun sikap yang dilakukan oleh seseorang secara sadar sebagai hasil pengalamannya sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya. Pembelajaran sendiri memiliki arti atau definisi yang tidak berbeda jauh dengan belajar, pembelajaran adalah suatu kombinasi yang tersusun meliputi unsur – unsur manusia, material, fasilitas, perlengkapan dan prosedur yang saling mempengaruhi untuk mencapai tujuan pembelajaran.⁶ Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa sesungguhnya pembelajaran adalah segala daya dan upaya yang dilakukan oleh seseorang, dalam hal ini pengajar kepada orang lain (pebelajar) agar terjadinya suatu proses pentransferan informasi yang terencana dan bertujuan.

Tabel 1
Taksonomi Kognitif Bloom

| Dimensi Pengetahuan | Dimensi Proses Kognitif |
|--|--|
| 1. Pengetahuan Faktual a. Pengetahuan ttg terminologi b. Pengetahuan ttg bagian detail dan unsur-unsur 2. Pengetahuan Konseptual a. Pengetahuan ttg klasifikasin dan kategori b. Pengetahuan ttg prinsip dan generalisasi c. Pengetahuan ttg teori, model & struktur 3. Pengetahuan Prosedural a. Pengetahuan ttg keterampilan khusus yg berhubungan dng suatu bidang tertentu dan pengetahuan algoritma b. Pengetahuan ttg teknik dan metode c. Pengetahuan ttg kriteria penggunaan suatu prosedur 4. Pengetahuan Metakognitif a. Pengetahuan strategik b. Pengetahuan ttg operasi kognitif c. Pengetahuan ttg diri sendiri | C.1. Mengingat (<i>Remember</i>) 1.1. Mengenali (<i>recognizing</i>) 1.2. Mengingat (<i>recalling</i>) C.2. Memahami (<i>Understand</i>) 1.3. Menafsirkan (<i>interpreting</i>) 1.4. Memberi contoh (<i>exemplifying</i>) 1.5. Meringkas (<i>summarizing</i>) 1.6. Menarik inferensi (<i>inferring</i>) 1.7. Membandingkan (<i>comparing</i>) 1.8. Menjelaskan (<i>explaining</i>) C.3. Mengaplikasikan (<i>Apply</i>) 1.9. Menjalankan (<i>executing</i>) 1.10. Mengimplementasikan (<i>implementing</i>) C.4. Menganalisis (<i>Analyze</i>) 1.11. Menguraikan (<i>differentiating</i>) 1.12. Mengorganisir (<i>organizing</i>) 1.13. Menemukan makna tersirat (<i>attributing</i>) C.5. Evaluasi (<i>Evaluate</i>) 1.14. Memeriksa (<i>checking</i>) 1.15. Mengkritik (<i>Critiquing</i>) C.6. Membuat (<i>Create</i>) 1.16. Merumuskan (<i>generating</i>) 1.17. Merencanakan (<i>planning</i>) 1.18. (Memproduksi (<i>producing</i>)) |

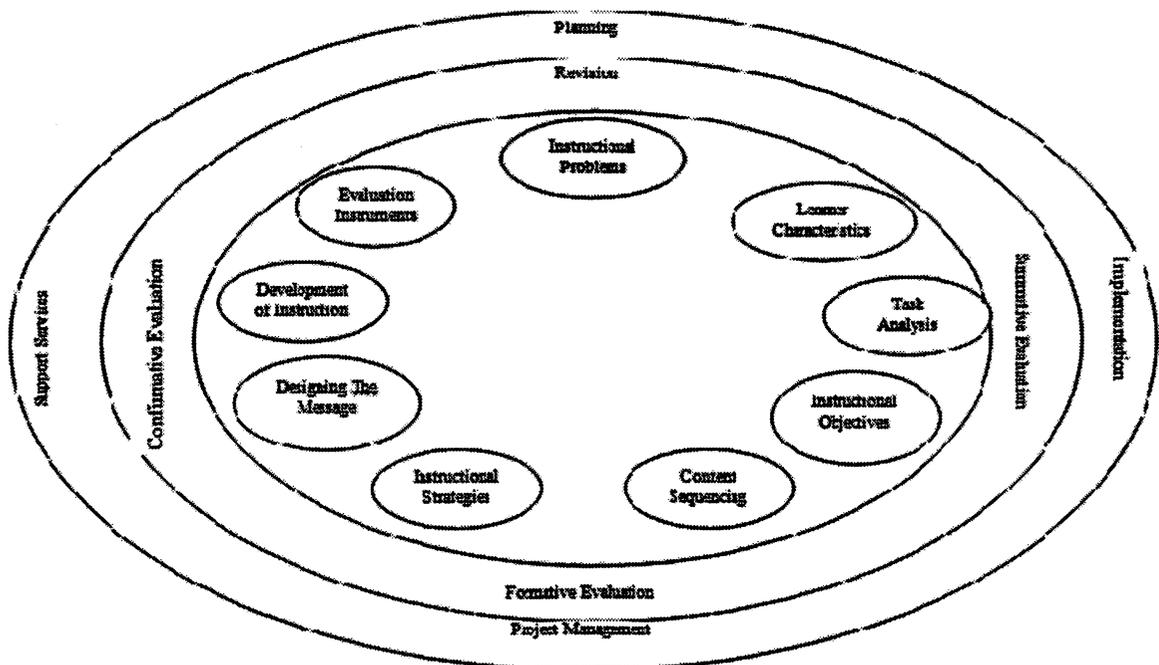
Dalam kegiatan pembelajaran terdapat tingkatan pemahaman, (taksonomi), taksonomi tujuan pembelajaran dalam kawasan kognitif menurut Bloom terdiri atas enam tingkatan yaitu (1) Pengetahuan, (2) Pemahaman, (3) Penerapan, (4) Analisis, (5) Sintesis, dan (6) Evaluasi¹. Sistem pembelajaran itu sendiri memiliki beberapa komponen, yaitu tujuan (yang akan dipelajari), metode, media, perlengkapan/peralatan, lingkungan/tempat belajar, dan orang yang belajar.² Suatu sistem pembelajaran terdiri atas satu paket komponen yang saling berhubungan dan bekerja bersama, efektif dan dapat diandalkan, dalam kerangka kerja tertentu untuk memfasilitasi aktifitas belajar yang diperlukan dalam rangka pencapaian suatu tujuan pembelajaran. Dari sekian banyak tipe sistem pembelajaran, pada dasarnya dapat kita kelompokkan menjadi beberapa kategori, yaitu sistem pembelajaran dikelas (langsung, tatap muka), sistem pembelajaran berbasis penyiaran (TV atau radio), paket sistem pembelajaran mandiri (belajar secara mandiri), pembelajaran berbasis jaringan/Web (intranet/internet), pembelajaran laboratorium, workshop, seminar, studi lapangan, pembelajaran berbasis komputer (*computer-based training/desktop multimedia*), serta telekonferensi. Dari penjabaran diatas bisa

kita simpulkan bahwa, pembelajaran merupakan suatu sistem tersendiri yang mempunyai komponen-komponen dan karakteristik tertentu. Komponen yang berada dalam suatu sistem pembelajaran biasanya terdiri dari tujuan, metode, media, peralatan, lingkungan, orang. Sedangkan karakteristik sistem pembelajaran terdiri atas arah pembelajaran, sinkronisasi, waktu, biaya, besar kelompok pembelajaran serta lokasi. Komponen dan karakteristik tadi merupakan suatu kombinasi sistem pembelajaran pada umumnya dan keberadaannya saling melengkapi.

Pengertian Strategi Pembelajaran: Strategi pembelajaran mempunyai banyak definisi, dalam lima kawasan teknologi pembelajaran yang terdiri dari kawasan disain, pengembangan, pemanfaatan, pengelolaan dan penilaian³, strategi pembelajaran masuk dalam kawasan disain bersama dengan desain sistem pembelajaran, desain pesan dan karakteristik pembelajar. Strategi pembelajaran itu sendiri adalah spesifikasi untuk menyeleksi serta mengurutkan peristiwa belajar atau kegiatan pembelajaran dalam suatu pelajaran. Model pembelajaran maupun strategi pembelajaran yang diperlukan untuk mengaplikasikannya berbeda-beda tergantung pada

situasi belajar, sifat materi dan jenis belajar yang diinginkan (Joyce dan Weil, 1972; Merrill, Tennyson dan Posey, 1992; Reigeluth, 1978a). Teori tentang strategi pembelajaran meliputi situasi belajar, seperti belajar induktif, serta komponen dari proses belajar/mengajar, seperti motivasi dan elaborasi (Reigeluth, 1978b)⁴. Menurut pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa strategi pembelajaran merupakan suatu usaha untuk memilah bahan ajar/informasi serta mengorganisasikan proses penyampaiannya kepada pebelajar. Menurut Kemp, strategi pembelajaran

adalah suatu kegiatan pembelajaran yang harus dikerjakan guru dan siswa agar tujuan pembelajaran dapat tercapai secara efektif dan efisien⁵, dalam suatu strategi pembelajaran dijabarkan urutan dan metode pembelajaran untuk mencapai tujuan tertentu. Penjabaran ini menyediakan tuntunan atau pedoman pada bagaimana mendisain urutan pembelajaran tertentu, dan urutan pembelajaran tersebut dapat digeneralisasikan pada beberapa strategi penyampaian yang berhubungan. Strategi tersebut secara ilustratif dapat dilihat dalam gambar berikut.



Gambar 1
Model Desain Instruksional Kemp (2007)

Sebagaimana disebutkan sebelumnya, belajar merupakan suatu proses aktif dimana si belajar dapat membangun hubungan yang bermakna di antara pengetahuan baru yang ia dapatkan dalam suatu proses pembelajaran dengan pengetahuan yang telah ia miliki sebelumnya. Strategi pembelajaran yang didesain atau dirancang dengan baik akan dapat memotivasi si belajar untuk secara aktif membuat hubungan antara pengetahuan yang telah ia miliki dengan pengetahuan yang baru ia dapatkan, (Witrock (1974, 1989), dkk (Jonassen, 1985; Grabowski, 1996)).¹ Dari pengertian di atas dapat kita pahami pula bahwa strategi pembelajaran juga merupakan siasat atau keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh pengajar untuk menciptakan suasana belajar mengajar yang sangat kondusif guna tercapainya tujuan belajar. Strategi akan menghubungkan sumber daya manusia dengan sumber daya lain dengan tantangan dan resiko yang dihadapi dari lingkungan luar. Dick & Carey memberikan definisi mengenai strategi pembelajaran

yang tidak hanya terbatas pada kegiatan, melainkan juga termasuk di dalamnya materi atau paket pengajaran. Suatu strategi pembelajaran terdiri atas semua komponen materi (paket) pembelajaran dan prosedur yang akan digunakan untuk membantu siswa untuk mencapai tujuan tertentu². Dari definisi-definisi di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa sesungguhnya strategi dalam suatu proses pembelajaran mempunyai peranan yang amat penting dalam mencapai suatu tujuan pembelajaran, karena strategi pembelajaran merupakan suatu perpaduan dari urutan kegiatan, cara pengorganisasian materi pelajaran dan siswa, peralatan dan bahan serta waktu yang digunakan dalam suatu proses pembelajaran demi mencapai tujuan instruksional yang telah ditentukan secara sistematis.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

Teknologi informasi adalah studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer,

untuk menyimpan, menganalisa, dan mendistribusikan apa saja termasuk kata-kata, bilangan dan gambar. Teknologi informasi mencakup perangkat keras, perangkat lunak untuk melaksanakan satu atau sejumlah tugas pemrosesan data seperti menangkap, mentransmisikan, menyimpan, mengambil dan memanipulasi atau menampilkan data. Selain itu, teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi computer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi.³

Teknologi Informasi dan Komunikasi mempunyai pengertian dari dua aspek, yaitu Teknologi Informasi dan Teknologi Komunikasi. Teknologi Informasi, mempunyai pengertian luas yang meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Teknologi Komunikasi mempunyai pengertian segala hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya. Karena itu, Teknologi Informasi dan Komunikasi adalah suatu padanan yang tidak terpisahkan yang mengandung pengertian luas tentang segala aspek yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, dan transfer/pemindahan informasi antar media menggunakan teknologi tertentu.⁴

Industri Kreatif

Pengertian Industri Kreatif : menurut Kementerian Perdagangan Indonesia, Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.⁵ Selain itu industri kreatif dapat didefinisikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan Industri Budaya (terutama di Eropa) atau juga Ekonomi Kreatif.⁶

Industri merupakan proses penciptaan barang dan jasa yang mempunyai nilai tambah (*value added*). Sedangkan kreatif berarti *create* yaitu proses menciptakan sesuatu. Industri Kreatif berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual. industri kreatif adalah bagian yang tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Subsektor industri kreatif di Indonesia meliputi industri Fesyen (43%), Handcraft (25%), Musik (5%), Periklanan (8%), Desain (6%). Subsektor lainnya 13% mencakup arsitektur, film, video, fotografi, komputer, piranti lunak, pasar barang seni, percetakan, permainan

interaktif, riset dan pengembangan, seni pertunjukkan, televisi dan radio⁷.

Dalam perkembangannya sektor industri kreatif diharapkan dapat mendukung program ekonomi keberlanjutan, yaitu kemampuan untuk dapat beradaptasi terhadap kondisi geografis dan tantangan ekonomi baru, yang pada akhirnya menghasilkan keberlanjutan pertumbuhan (*Sustainable growth*). Ekonomi kreatif yang di dalamnya terdapat industri-industri kreatif memiliki daya tawar yang tinggi di dalam ekonomi berkelanjutan, karena di dalam ekonomi kreatif ini tiap individunya memiliki modal kreativitas yang mereka gunakan untuk menciptakan inovasi-inovasi. Dalam model yang dibuat oleh Kementerian Perdagangan ini juga disebutkan bahwa masyarakat merupakan pondasi utama dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Masyarakat menjadi pondasi utama karena dalam sebuah ekonomi kreatif, hal yang menjadi dasar yang harus diperhatikan ialah kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh individu yang ada di dalam masyarakat.⁸

E-Komunitas

Menurut Howard Rheingold, komunitas virtual (e-Komunitas) adalah sebuah komunitas dimana orang berbagi kepentingan bersama, ide, dan perasaan melalui Internet atau jaringan lainnya di dunia maya. Dalam bukunya, Komunitas Virtual (Rheingold, 1993, hal. 4), ia mendefinisikan komunitas virtual sebagai “agregasi sosial yang muncul dari Internet ketika orang melakukan diskusi publik cukup lama dan dengan cukup perasaan manusia (*human feeling*) untuk membentuk suatu jejaring hubungan pribadi di dunia maya “ini, melalui komputer dan telekomunikasi tanpa memperhatikan letak geografis mereka.⁹ Dari definisi diatas dapat kita simpulkan bahwa e-komunitas merupakan suatu kelompok orang yang memiliki minat dan kepentingan sama yang berinteraksi dengan memanfaatkan fasilitas internet (melalui dunia maya), dimana porsi interaksi mereka di dunia maya lebih besar dibandingkan dengan interaksi dunia nyata dengan kelompoknya tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian studi kasus ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti ingin menggambarkan secara jelas tentang strategi pembelajaran TIK oleh e-komunitas terhadap pelaku industri kreatif di kota Yogyakarta. Hasil penelitian studi kasus ini tidak dapat digeneralisasikan ke tempat lain, sebab hasil penelitian hanya berlaku pada lokus yang bersangkutan. Dipilihnya kota Yogyakarta, sebagai lokus penelitian karena kota Yogyakarta disamping industri kreatifnya tumbuh dengan pesat juga perkembangan e-komunitasnya cukup signifikan.

Teknik Pengumpulan Data

Data kualitatif penelitian (data primer) dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan (*key informan*), dan observasi di lokasi penelitian. Informan dipilih secara purposive, berdasarkan informasi yang diperoleh sebelum dilakukan penelitian. Informan yang dipilih adalah mereka yang mempunyai kompetensi, dan pengetahuan tentang permasalahan yang sedang diteliti. Sedangkan observasi berupa kolektivitas data sekunder baik berasal dari perpustakaan, klipng media massa, dokumen lain yang erat kaitannya dengan permasalahan penelitian. Kedua data tersebut dipadukan untuk dicari titik temunya, sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik Analisis

Setelah memperoleh seluruh data yang dibutuhkan, maka kegiatan selanjutnya adalah melakukan klasifikasi data, mereduksi data, menyajikan dan menganalisis. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini diskriptif kualitatif, dimana dari catatan/transkrip penelitian yang didapat didiskripsikan, untuk menggambarkan kategorisasi agar dapat memperoleh suatu kesimpulan. Unit analisis, komunitas masyarakat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan tentang bagaimana strategi pembelajaran TIK pada industri UKM kreatif yang dilakukan oleh e-komunitas di kota Yogyakarta. Penyajian hasil penelitian ini dimulai dengan mendeskripsikan hasil temuan yang diperoleh kemudian dilanjutkan dengan analisis data, serta diakhiri dengan uraian tentang keterbatasan-keterbatasan dari penelitian ini. Para *founder* (informan) dalam forum e-komunitas di kota Yogyakarta yang dipilih sebagai sampel adalah dari komunitas *Yogyafree x-Code*, Kaskus Regional Yogyakarta, Virologi, Jogja IT serta HONF (*House of Natural Fiber*). Dalam penelitian ini juga dilakukan penyebaran kuesioner terhadap para founder maupun moderator forum e-komunitas tersebut yang pernah menjadi pemateri dalam rangka kegiatan edukasi kepada kalangan industri UKM kreatif di kota Yogyakarta. Kuesioner ini bertujuan untuk melihat bagaimana sistematika/urutan strategi pembelajaran yang digunakan dalam kegiatan edukasi tersebut. Data penelitian hasil observasi dan wawancara mendalam dapat diklasifikasikan sebagai berikut.

a) Potret Latar Belakang e-Komunitas di Yogyakarta

Tujuan dibentuknya komunitas *Yogyafree* adalah membangun kesadaran tentang pentingnya keamanan sistem komputer terhadap ancaman, misal: hacker (Kurniawan (Founder) & Pawiro (Moderator), 4/5-12). Sedangkan komunitas virologi awalnya untuk meneliti virus-virus komputer di Indonesia, karena kadang software virus berbayar, kita ingin punya yang gratis. Lalu kita buat lah anti virus gratis tersebut, kami yang mendesain programnya bekerja sama dengan komunitas dari Swedia yang mengembangkan engine-nya (Aat Shadewa, 6/5-12).

Komunitas Kaskus Regional Yogyakarta (Kaskus RY) bertujuan untuk mewadahi para anggota forum Kaskus yang berdomisili di kota Yogyakarta serta sebagai tempat penyaluran minat dari teman-teman anggota forum Kaskus domisili Yogyakarta tersebut (Syukron (moderator) & Bayu W Nugroho (Ketua), 4/5-12). Komunitas Jogja IT didirikan sebagai wadah atau paguyuban maupun sebagai sarana komunikasi antar komunitas-komunitas IT di Yogyakarta, kami terdiri dari berbagai macam latar belakang komunitas tetapi pada umumnya bergerak di bidang IT maupun yang memanfaatkan IT (Nurul Muslimin (Ung), 5/5-12). *House of Natural Fiber* (HONF) dibentuk awalnya untuk mewadahi anak-anak muda khususnya yang berada di kota Yogyakarta sebagai wadah aktualisasi kompetensinya masing-masing, kami anggota HONF berasal dari berbagai macam latar belakang, diantaranya IT, bio-teknologi, fashion, media-art, dan sebagainya. Kami banyak melakukan kegiatan yang melibatkan komunitas kreatif serupa dari manca negara (Venzha, 6/5-12).

b) Fenomena terhadap literasi TIK di kalangan pelaku industri kreatif di Yogyakarta

Kalo melek IT-nya di Jogja itu sangat melek, bedanya kalo di Jakarta atau Bandung mungkin mereka sudah dirangkul oleh pemerintah bahkan di biyai, dibuatkan inkubator. Sedangkan Kalo di Jogja ini masih terpecah-pecah. Padahal banyak industri kreatif yang sangat potensial di Jogja ini. Kendala mereka sih sebenarnya pada teknis dan bahasa, mereka biasanya meminta bantuan kepada pihak ketiga (Aat Shadewa, 6/5-12). Industri kreatif di Yogyakarta cukup berkembang, namun pemanfaatan TIK belum tampak nyata pada industri kreatif khususnya dalam bidang keamanan informasi (Kurniawan, 4/5-12).

Tingkat literasi IT pada kalangan industri kreatif di Yogyakarta pada dasarnya para pelaku industri kreatif itu sebagian besar memahami penggunaan dan pemanfaatan TIK, namun umumnya baru sampai

batasan browsing dan membuka internet. Kendala yang mereka hadapi memang persoalan bahasa dan juga apabila menghadapi *interface* website yang cukup rumit (Nurul Muslimin (Uung), 5/5-12). Literasi TIK di kalangan industri kreatif Jogja itu sudah cukup baik, akan tetapi memang masih kurang dukungan dari pemerintah sehingga banyak yang bergerak sendiri (Venzha, 6/5-12). Perkembangan TIK di kalangan industri kreatif Jogja cukup pesat, tetapi hal ini perlu pendampingan pemerintah (Syukron, 4/5-12).

c) Pola edukasi terhadap industri kreatif

Yogyafree x-Code :

Pola edukasi selama ini lebih banyak dengan posting di internet. Edukasi berdasarkan kebutuhan/permintaan saja. Baik yang diatas namakan perorangan maupun atas nama komunitas. Gathering bersifat situasional dan jarang dilakukan. Lebih sering di dunia maya. Pendanaan berasal dari anggota dan sponsor. Dalam melakukan edukasi kami memanfaatkan isu yang populer untuk mengamankan sistem selain itu juga yang penting dilakukan untuk *men-trigger interest*, yakni dengan menarik perhatian peserta untuk menyukai paparan. Tujuan materi edukasi yang dipelajari terutama mengenai sharing dari expert ke publik (Kurniawan (founder), 4/5-12). Pola edukasi dilakukan selama ini melalui tutorial di group/forum internet. Pendanaan berasal dari anggota dan sponsor. Model pembelajaran yang pernah digunakan meliputi lembaga pendidikan, kursus privat, dan gathering, konsultasi. Tema edukasi biasanya "*by request*" (Pawiro (moderator), 4/5-12)

Kaskus RY

Metode pembelajaran RY terwujud dalam kelompok-kelompok aktivitas/hoby tertentu. Masing-masing anggota kelompok dapat belajar dan berbagi ilmu. Pola interaksi tersebut dapat dilihat sebagai proses pembelajaran komunitas RY. Hal ini karena dalam komunitas RY sendiri banyak terdapat pelaku industri kreatif. Selain itu juga kami menerapkan suatu metode yang dinamakan "*verified seller*" bagi para anggota komunitas yang ingin melaksanakan usahanya melalui forum RY ini, hal ini dalam rangka memelihara kepercayaan dari para user itu sendiri. Selama ini Pendanaan berasal dari anggota dan sponsor/donatur (Syukron (moderator), 4/5-12).

Virologi

Kalau kita istilahnya langsung POC, jadi misalnya industri kreatif ini perlu IT security jadi IT security ini sebenarnya kan masalah *awareness* mengenai data-data yang krusial. Kebanyakan sih

konsultasi mengenai konfigurasi keamanan informasinya, kita beri solusi lubang-lubang kemanan informasi dan cara mengatasinya. Selain itu juga kita membuat acara-acara yang nyeleneh, misalnya dengan ada pada waktu itu seminar kita minta flashdisk dari peserta untuk diisikan data-sata kemudian kami infeksikan dengan virus, kemudian mereka bertanya bagaimana cara mengatasinya dari penjelasan yang kami berikan mereka kemudian paham dan meminta antivirus yang kami buat. Kebanyakan konsultasi selama ini sih bersifat online. Kecuali ada permintaan tertentu untuk datang ke lokasi untuk bertanya lebih lanjut.

Untuk kegiatan offline kami sudah terencana sebulan sekali, pendanaan dari kami sendiri. Website kami ada di virologi.net, respon dari komunitas kami cukup bagus. Kami tidak memeberikan edukasi khusus terhadap member komunitas kami (Aat Shadewa, 6/5-12).

Jogja IT

Karena kami lebih banyak berperan sebagai penyambung komunikasi dari teman-teman komunitas, pada dasarnya kami lebih sering mengadakan semacam kegiatan gathering atau kumpul-kumpul secara informal. Pelaku industri kreatif yang datang pun bisa dari mana saja tapi memang lebih banyak dari sektor handicraft, kegiatan rutin kami adakan satu bulan sekali yang bernama SundaySonten (Nurul Muslimin (Uung), 5/5-12).

HONF

Kegiatan edukasi kami banyak yang bersifat memberikan penyuluhan kepada para pelaku industri kreatif, selain itu juga kami banyak bekerjasama dengan institusi pendidikan dan juga pesantren. Sifat edukasi kami seputar media art serta bie teknologi, saat ini kami juga sedang mengerjakan suatu proyek mengenai energi alternatif yang bisa dihasilkan dari jerami (Venzha, 6/5-12).

d) Usulan pola edukasi yang efektif terhadap pelaku industri kreatif

Virologi :

Kalo strategi pada industri kreatif biasanya langsung sih mas, dari kebutuhan apa yang mereka inginkan. Berdasarkan kasus saja pada umumnya. Aplikasi mungkin diperlukan apalagi kalau di fasilitasi oleh pemerintah, yang penting sih eksekusinya cepat. Kendala mereka sih sebenarnya pada teknis dan bahasa, mereka biasanya meminta bantuan kepada pihak ketiga. Kalau model penyampaian lebih baik secara interaktif dengan

menggunakan bahasa yang merakyat. Karena kalau menggunakan bahasa teknis pasti mereka akan kesulitan. Kendala yang kami hadapai dalam edukasi itu penyebarannya, apalagi kami menggunakan dana sendiri jadi baru mampu diseputaran jogja saja. Peran pemerintah yang saya harapkan, harus bisa mendukung dan eksekusinya cepat dalam setiap kegiatan. Serta komunikasi atau sosialisasi apabila ada suatu kebijakan atau pun aplikasi yang bermanfaat bagi pengembangan e-komunitas maupun industri kreatif. Yang perlu dilihat itu kan mereka kebutuhannya apa, kemudian kendala dari segi bahasa dan teknis. Masih banyak hal-hal mendasar yang perlu mendapatkan fasilitasi bimbingan, kemudian yang paling pendnting itu terkontrol.

Yogyafree X-Code :

Strategi edukasi yang cocok untuk memberdayakan pemanfaatan TIK pada industri kreatif adalah melalui studi kasus di forum internet serta melalui perangkat lunak yang populer seperti aplikasi Android.. Harapan kami terhadap pemberdayaan e-komunitas adalah adanya wadah untuk berkumpul dan fasilitas yang memadai. Kendala yang dihadapi dalam melakukan edukasi kepada industri kreatif maupun masyarakat adalah dalam hal hosting dan belum tersedianya fasilitas pembelajaran yang memadai. Untuk pengembangan strategi pembelajaran TIK bagi kalangan industri UKM kreatif, maupun bagi e-komunitas sendiri diperlukan adanya wadah-wadah yang bersifat online untuk pembelajaran atau e-learning, misal seperti pada website www.ilmukomputer.com.

Jogja IT

Pola edukasi yang cocok saya pikir itu yang berdasarkan kebutuhan dari para pelaku industri

kreatif itu sendiri, selain itu walaupun mengadakan kegiatan edukasi lebih baik dengan cara yang informal saja dalam artian serius tapi santai. Saat ini pelaku industri kreatif menurut saya masih banyak yang menemani pertemuan offline semacam gathering apa lagi di Yogyakarta. Kalau bertemu langsung bisa ngobrol banyak.

Kaskus Regional Yogyakarta

Pengembangan strategi pembelajaran TIK bagi kalangan industri UKM kreatif, maupun bagi e-komunitas sendiri dapat dilakukan melalui seminar/ edukasi di sekolah-sekolah maupun bekerjasama dengan Pemerintah. Kendala yang dihadapi selama ini adalah orang-orang yang ahli pada bidang-bidang tertentu tidak selamanya bergabung dalam RY. Dengan kata lain sifat keanggotaan RY yang sukarela seringkali menimbulkan masalah kurangnya SDM ahli. Hal ini dapat menghambat perkembangan komunitas.

H.O.N.F

Menurut saya pola edukasi yang dapat dilaksanakan adalah melalui peran aktif pemerintah dalam mendukung industri kreatif itu sendiri, bentuknya bisa bermacam-macam melalui seminar maupun pelatihan-pelatihan. Akan tetapi semuanya itu harus disertai dengan pendampingan dan follow up jangan dilepas begitu saja.

Analisis Data

Dari data-data yang didapatkan melalui wawancara mendalam, dapat kita analisis pola edukasi TIK yang dilakukan oleh e-Komunitas kepada para pelaku industri kreatif di kota Yogyakarta melalui pengelompokan berdasarkan variabel wawancara yang telah disusun sebelumnya sebagai berikut :

| Variabel | Yogyafree | Virologi | Kaskus RY | Jogja IT | HONF |
|---|--|--|--|---|---|
| Potret Latar Belakang e-Komunitas di Yogyakarta | Membangun kesadaran tentang pentingnya keamanan sistem komputer terhadap ancaman, misal: hacker. (Kurniawan (Founder) & Pawiro (Moderator), 4/5-12) | Meneliti virus-virus komputer di indonesia, karena kadang software virus berbayar, kita ingin punya yang gratis. (Aat Shadewa, 6/5-12). | Mewadahi para anggota forum Kaskus yang berdomisili di kota Yogyakarta serta sebagai tempat penyaluran minat dari teman-teman anggota forum Kaskus domisili Yogyakarta tersebut. (Syukron (moderator) & Bayu W Nugroho (Ketua), 4/5-12) | Sebagai wadah atau paguyuban maupun sebagai sarana komunikasi antar komunitas-komunitas IT di Yogyakarta. (Nurul Muslimin (Uung), 5/5-12). | Dibentuk awalnya untuk mewadahi anak-anak muda khususnya yang berada di kota Yogyakarta sebagai wadah aktualisasi kompetensinya masing-masing. (Venzha, 6/5-12). |

| Variabel | Yogyafree | Virologi | Kaskus RY | Jogja IT | HONF |
|---|---|--|--|--|--|
| Pola edukasi yang dilakukan terhadap industri kreatif | <ul style="list-style-type: none"> • Pola edukasi selama ini lebih banyak dengan posting di internet. • Dalam melakukan edukasi kami memanfaatkan isu yang populer. • Tujuan materi edukasi yang dipelajari terutama mengenai sharing dari expert ke publik • Pola edukasi dilakukan selama ini melalui tutorial di group/forum internet. | <ul style="list-style-type: none"> • Kalau kita istilahnya melakukan edukasi langsung (sesuai permintaan) • Selain itu juga kita membuat acara-acara yang nyeleneh. • Kebanyakan konsultasi selama ini sih bersifat online. Kecuali ada permintaan tertentu untuk datang ke lokasi untuk bertanya lebih lanjut. | <ul style="list-style-type: none"> • Metode pembelajaran RY terwujud dalam kelompok-kelompok aktivitas/hoby tertentu. • Masing-masing anggota kelompok dapat belajar dan berbagi ilmu. Pola interaksi tersebut dapat dilihat sebagai proses pembelajaran komunitas RY. | <ul style="list-style-type: none"> • Kami lebih sering mengadakan semacam kegiatan gathering atau kumpul-kumpul secara informal. • Kami adakan satu bulan sekali yang bernama Sunday Sonten. | <ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan edukasi kami banyak yang bersifat memberikan penyuluhan kepada para pelaku industri kreatif. • Kami banyak bekerjasama dengan institusi pendidikan dan juga pesantren. Sifat edukasi kami seputar media art serta bio teknologi. |

Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa keterbatasan dapat diidentifikasi oleh peneliti, antara lain yaitu : (1). Keterbatasan waktu dan biaya sehingga penelitian hanya dilaksanakan pada kota Yogyakarta saja. (2). Tidak semua e-Komunitas dapat di temui, dikarenakan wadah/kelompok jaringan kelompok e-Komunitas yang belum ada di kota Yogyakarta. (3) Keterbatasan waktu sehingga observasi lapangan mengenai kegiatan edukasi tidak dapat dilakukan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi dan analisis data yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa secara umum pelaksanaan strategi pembelajaran TIK oleh e-Komunitas di kota Yogyakarta dirasa kurang maksimal serta tidak jauh berbeda dengan strategi pembelajaran pada umumnya, perbedaannya lebih kepada penggunaan metode pembelajaran dan alokasi waktu yang ada.

E-komunitas di kota Yogyakarta banyak melakukan kegiatan edukasi kepada masyarakat, banyak juga mereka diundang oleh sekolah, perguruan tinggi, maupun pesantren. Karena berdasarkan pergerakan sendiri banyak dari e-Komunitas yang terbentur masalah dana, hosting serta waktu. Pelaksanaan pembelajaran masih banyak yang berdasarkan permintaan saja, meskipun ada yang dilaksanakan karena kesadaran komunitasnya. Strategi Pembelajaran TIK pada industri kreatif yang dilakukan oleh e-Komunitas masih pada tingkatan pengetahuan (C1), meskipun dalam beberapa kasus

ditemukan sampai pada level pemahaman (C2)-*Bloom Taxonomy*. Hal ini dapat diidentifikasi penyebabnya salah satunya adalah karena kegiatan edukasi masih bersifat sporadis, selain itu juga bimbingan atau fasilitasi dari pemerintah yang dirasa sangat kurang (tidak disertai *follow up*).

Rekomendasi

Setelah mencermati kesimpulan dan implikasi dalam penelitian ini, maka secara umum penelitian ini menyarankan kepada pihak-pihak yang terkait agar dapat lebih memaksimalkan lagi pelaksanaan strategi pembelajaran baik oleh e-Komunitas maupun pada pelaku industri kreatif di kota Yogyakarta. Secara rinci peneliti ingin memberikan saran yang dirumuskan dan ditujukan kepada :

1. Bagi para penggiat e-Komunitas : Agar tidak antipati terhadap instansi pemerintah, karena walau bagaimanapun instansi pemerintah bertugas melakukan pembinaan terhadap masyarakat di kotanya. Agar lebih di pahami mengenai strategi pembelajaran yang digunakan dan dampaknya terhadap para peserta edukasi. Jaringan komunikasi antara sesama e-komunitas hendaknya lebih dijaga dan dipererat.

2. Bagi para pelaku industri kreatif : Hendaknya lebih giat meng-update informasi perkembangan terbaru. Penguasaan bahasa inggris untuk berhubungan dengan pihak asing maupun penggunaan *software* tertentu sangat penting untuk dilakukan. Koordinasi dengan dinas/instansi terkait harus tetap dilaksanakan agar apabila menemui masalah ada tempat "mengadu".

3. Bagi Ditjen Aptika, Direktorat Pernerdayaan Informatika :

- Strategi edukasi yang dapat digunakan untuk memberdayakan pemanfaatan TIK pada industri kreatif adalah melalui studi kasus di forum internet serta melalui perangkat lunak yang populer saat ini seperti aplikasi Android. *Gathering* atau seminar perlu dilakukan sesekali sebagai sarana networking.

- Diadakannya wadah untuk berkumpul dan fasilitas yang memadai seperti adanya wadah-wadah yang bersifat online untuk pembelajaran atau e-learning.

- Dibentuknya suatu *Learning Resource Center* (Pusat Sumber Belajar) bagi pemberdayaan industri kreatif khususnya dalam pemberdayaan TIK. Sehingga baik e-Komunitas maupun pelaku industri kreatif memiliki suatu tempat berkumpul.

- Pendampingan dari pemerintah sangat diperlukan bagi kegiatan edukasi bagi para pelaku industri kreatif (perlu ada bimbingan dalam jangka waktu tertentu).

- Rekomendasi perubahan struktur organisasi pada Direktorat Pernerdayaan Informatika, karena melihat perkembangan tingkat literasi TIK di masyarakat yang lebih banyak dimulai dari kelompok/komunitas tertentu.

Daftar Pustaka :

¹³ Abd. Gafur 1989, *Desain Instruksional*, Tiga Serangkai, Solo

²⁰ István Mezgár 2006. *Building Trust in Virtual Communities*, Encyclopedia of Virtual Communities and Technologies. 2006 : Idea Reference, USA.

¹² Kemp, et. al 2007, *Designing Effective Instruction*, United States of America : John Wiley & Sons, Inc

⁶ Oemar Hamalik 2003, *Kurikulum Dan Pembelajaran*, PT Bumi Aksara, Jakarta

⁴ Syaiful Bahri Djamarah & Aswan Zain 2002, *Strategi Belajar Mengajar*, Rineka Cipta, Jakarta.

⁵ Slamet 2003, *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, Rineka Cipta, Jakarta.

⁸ Sharon E. Smaldino, dkk 2005. *Instructional Technology and Media for Learning, Eighth*

Edition, Columbus, Ohio: Pearson Merrill Prentice Hall,

^{9, 20, 34} Seels, Barbara B. & Rita C. Richey 1994, *Teknologi Pembelajaran: Definisi dan Kawasannya*. Unit Jakarta, Percetakan Universitas Negeri Jakarta

Sumber Lain

¹⁵ NICT-HRD. Modul Pengenalan Teknologi Informasi dan Komunikasi. 2011 h. 10

¹⁹ Kementerian Perdagangan Indonesia. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Departemen Perdagangan RI: 2008
Internet:

¹ http://www.depdag.go.id/files/publikasi/link_khusus/2009/20090313Buku%201%20-%20RENCANA%20PENGEMBANGAN%20EKONOMI%20KREATIF%20INDONESIA%202009.pdf diunduh pada tanggal 18 Februari 2012

² <http://www.suarapembaruan.com/ekonomidanbisnis/indonesia-pengguna-fb-terbesar-kedua-di-dunia/7210> diunduh pada tanggal 20 Februari 2012

³ <http://encyclopedia2.thefreedictionary.com/E-community> diunduh pada tanggal 19 Februari 2012

⁷ http://file.upi.edu/Direktori/SPS/PRODI.PENDIDIKAN_IPA/197404171999032-ANA_RATNAWULAN/taksonomi_Bloom_revisi.pdf diunduh pada tanggal 31 Juli 2012

¹⁴ Media Jardiknas. Gambaran Umum Sstem Informasi dan Teknologi Informasi, 2007 (http://media.diknas.go.id/documen_ptdetails_o.php?key=d160833a76dca870f8e1 diunduh pada tanggal 25 Januari 2012). h.4

¹⁶ <http://www.indonesiakreatif.net/index.php/id/page/read/definisi-industri-kreatif> diunduh pada tanggal 20 Februari 2012

¹⁷ Hesmondhalgh, David (2002) *The Cultural Industries*, SAGE. Diunduh melalui http://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif pada tanggal 20 Februari 2012

¹⁸ http://www.depdag.go.id/files/publikasi/link_khusus/2009/20090313Buku%201%20-%20

RENCANA%20PENGEMBANGAN%20
EKONOMI %20KREATIF%20INDONESIA
%202009.pdf diunduh pada tanggal 18 Februari
2012

- ¹⁵ NICT-HRD. Modul Pengenalan Teknologi Informasi dan Komunikasi. 2011 h. 10
- ¹⁹ Kementerian Perdagangan Indonesia. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Departemen Perdagangan RI: 2008