

TINGKAT PEMANFAATAN WARUNG MASYARAKAT INFORMASI (STUDI DI KANTOR POS MAKASSAR II)

Paraden Lucas Sidauruk

Peneliti Madya

Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika

Jln. Medan Merdeka Barat No.9 Jakarta 10110 Telp./Fax. 021-3865168

e-mail : paraden.lucas.sidauruk@kominfo.go.id

Diterima: 14 Januari 2011; Disetujui: 2 Mei 2011

ABSTRACT

The central issue of this research is how far the utilization rates of Warmasif located at Makassar Post Office II? Research subjects are individuals who use the internet at Warmasif. Descriptive research method is used along with quantitative approach and surveys. Data is collected by questionnaires and in-depth interviews and also non-participatory observation. The results showed that Warmasif is used as a place to access services such as internet cafe. Respondents intend to visit Warmasif to communicate via social networking (Facebook, Twitter). Based on the calculation of percentages, the utilization rate of Warmasif reach 56.32%. In order to increase the utilization, Ministry of Communications and Information Technology is expected to extend the website domain at www.warmasif.co.id. and update the computer devices. Post Office and the Office of Communications and Information Technology Makassar need to disseminate the Warmasif to stakeholders and the public.

Keywords: Utilization rates, Warmasif

ABSTRAK

Masalah pokok penelitian ini adalah seberapa tinggi tingkat pemanfaatan Warmasif di Kantor Pos Makassar II. Subjek penelitian adalah individu yang menggunakan internet di Warmasif. Metode penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dilengkapi wawancara mendalam dan observasi tidak terlibat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warmasif dimanfaatkan sebagai tempat layanan mengakses internet seperti warnet. Tujuan utama responden ke Warmasif untuk berkomunikasi melalui jejaring sosial (Facebook, Twitter). Sedangkan, jenis informasi yang paling banyak dicari bukan informasi UKM, kesehatan, perpustakaan, melainkan informasi

lainnya di luar ketiga jenis informasi itu (66,6%).

Berdasarkan perhitungan persentase, tingkat pemanfaatan Warmasif setinggi 56,32 %. Untuk meningkatkannya, Kementerian Komunikasi dan Informatika diharapkan segera memperpanjang domain situs Warmasif www.warmasif.co.id. dan memperbaharui perangkat komputer-internet. Kantor Pos dan Dinas Komunikasi dan Informatika Makassar agar melakukan sosialisasi Warmasif kepada stakeholder dan masyarakat.

Kata Kunci : Tingkat Pemanfaatan, Warmasif

LATAR BELAKANG MASALAH

Komputer, internet, dan telepon seluler (ponsel) sebagai bagian dari teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dapat membantu perbaikan kualitas hidup manusia. Sebagai sarana penunjang, peralatan itu tentu bisa membawa kebaikan dan peningkatan yang besar bagi kesejahteraan manusia, apabila dimanfaatkan dengan benar dan produktif. Namun, jika dipakai untuk konsumtif sebagai unsur dari gaya hidup (*life style*) dan kesenangan juga tidak ditabukan. Penggunaan TIK semakin marak dengan tujuan yang beraneka ragam sudah merupakan kenyataan sehari-hari tidak hanya di perkotaan, tetapi juga di perdesaan. "Pengguna telepon seluler di Indonesia saat ini berjumlah 178 juta jiwa dan pengguna internet telah berkembang mencapai 45 juta orang" (Menteri Komunikasi dan Informatika Tifatul Sembiring dalam *Media Indonesia*, 31/1/2011)

Di kalangan pemerintahan, perusahaan swasta dan organisasi di

masyarakat, penggunaan TIK merupakan suatu keharusan sesuai dengan tuntutan era informasi. "Komputer sebagai sarana untuk akses Internet tidak hanya digunakan di kalangan bisnis dan perkantoran, akan tetapi sudah menjadi kebutuhan rumah tangga" (Riyanto Tossin dan Catur Meiwanto, 2002 : 2). TIK tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi banyak digunakan untuk membantu kelancaran tugas dan pekerjaan dalam suatu organisasi. "Peranan penting sistem informasi yang andal berlaku untuk manajemen pada umumnya tanpa membedakan apakah manajemen tersebut terdapat dalam birokrasi pemerintahan, organisasi bisnis, organisasi sosial, organisasi nirlaba, dan bahkan organisasi keagamaan sekalipun. (Siagian, 2003 : vi) Penggunaan TIK sebagai alat bantu untuk peningkatan kinerja organisasi dan individu sudah jamak pada semua aspek aktivitas manusia seperti di bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dan pertahanan dan keamanan.

Dalam usaha ekonomi, belanja melalui *online* mulai banyak dilakukan karena mampu mempercepat dan memperluas penjualan produk. Sebagai bagian dari sistem informasi manajemen, penggunaan TIK pada perusahaan modern telah terbukti mampu meningkatkan kinerjanya. Dunia perbankan misalnya, secara merata telah memakai TIK dalam pelayanan kepada nasabahnya melalui *e-banking* untuk transaksi keuangan. Menurut Andreas Timothy, “kemajuan teknologi memungkinkan ponsel bertransformasi dari sekedar alat komunikasi menjadi media layanan keuangan atau *mobile money*. Dengan konsep *branchless banking* (bank tanpa kantor cabang), untuk melakukan transaksi perbankan nasabah tak perlu repot ke kantor cabang” (*Media Indonesia*, 1/3/2011)

Sebaliknya, dalam UKM penerapan TIK belum segencar pada perbankan dan perusahaan besar. Penggunaan TIK pada UKM saat ini masih belum menggembirakan akibat kurangnya pemahaman terhadap pentingnya TIK sebagai sarana kerja yang efisien dan efektif. Jangkauan pemasaran konvensional amat terbatas, sedangkan iklan melalui internet cakupannya jauh lebih luas. Pemasaran yang bersifat fisik bisa menjangkau konsumen di satu kota atau daerah tertentu, sedangkan internet mampu tampil di pasar dunia maya. Selain itu, biaya

untuk iklan dan tenaga penjual (*sales*) produk di lapangan dapat dikurangi.

Dalam pelayanan kesehatan TIK sudah dipakai seperti untuk alamat situs dan *e-mail* kantor Dinas Kesehatan, Rumah Sakit pemerintah dan swasta. Penggunaan komputer dan internet dalam pengolahan dan penyimpanan data medik pasien (*medical record*) juga sudah tidak asing lagi. Namun, pelayanan informasi kesehatan secara *online* belum banyak dilakukan oleh unit kesehatan, dan masyarakat juga belum terbiasa mengakses informasi kesehatan.

Dalam pendidikan sudah lama diselenggarakan pendidikan dan pelatihan berbasis TIK, mata pelajaran TIK dalam kurikulum, penyebaran buku-buku pelajaran lewat sistem *online*, dan sebagainya. Universitas, Fakultas, sekolah tinggi dan akademi, serta lembaga pendidikan luar sekolah dan kursus-kursus yang mengajarkan TIK tumbuh dengan pesat. Semua aktivitas itu tentu berpengaruh positif terhadap perkembangan TIK di Tanah Air. Namun, perpustakaan sebagai salah satu sarana belajar-mengajar masih banyak dikelola secara manual. Penanganan perpustakaan dengan cara konvensional perlu diubah menjadi perpustakaan digital sesuai dengan tuntutan kemajuan TIK.

Menyikapi berbagai ketertinggalan TIK itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika membentuk Warung

Masyarakat Informasi (Warmasif). Akhir 2006 dibangun sepuluh Warmasif, yaitu di Medan, Tanggamus, Pekalongan, Singkawang, Palangkaraya, Makassar, Manado, Kupang, Ambon, dan Jayapura) Di tengah maraknya warnet, pemerintah menawarkan Warmasif yang sifatnya lebih mengutamakan layanan publik sebagai salah satu pilihan masyarakat dalam mengakses internet. Sepanjang tahun 2004-2009, pemerintah telah berupaya meningkatkan pemanfaatan dan pengembangan teknologi informasi dan komunikasi melalui penyediaan jasa akses internet di beberapa kecamatan di antaranya *Community Access Point (CAP)*, *Mobile CAP (MCAP)* dan warung masyarakat informasi. (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2010 : 9) Kebijakan dan program MCAP dan Warmasif dimaksudkan untuk memberi kemudahan kepada masyarakat guna mendapatkan informasi khususnya membuka peluang bagi para pelaku UKM, komunitas masyarakat kesehatan dan pengguna perpustakaan dalam memanfaatkan internet. Menurut Cahyana Ahmadjayadi¹⁾ tujuan warmasif “untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam pencarian dan penyebaran informasi, pengembangan usaha/perdagangan secara elektronik terutama untuk UKM, meningkatkan pendidikan masyarakat, layanan informasi kesehatan, dan mengurangi kesenjangan akses masyarakat terhadap

layanan informasi dalam rangka mewujudkan Masyarakat Informasi Indonesia”.

Sejauh ini tidak banyak data mengenai bagaimana tingkat pemanfaatan Warmasif. Hasil penelitian -salah satu bentuk CAP adalah Warmasif- menunjukkan bahwa “ pemanfaatan dan pemberdayaan CAP belum akan optimal sejauh masyarakat masih memposisikan CAP sebagai media hiburan, bukan sebagai media pendukung untuk kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi masyarakat” (Pusat Litbang Aptel, SKDI, 2008 :28-29) Dalam pada itu, “warmasif dikatakan berkembang apabila pengguna dari warmasif meningkat, konten yang ada di warmasif banyak diakses oleh pengguna dan dampak yang paling diharapkan adalah berubahnya pola pikir, tingkat pengetahuan masyarakat makin maju dan cara kerja yang lebih efektif sehingga perekonomian yang meningkat” (Sri Wahyuningsih, 2009 :127) Menurut Direktur E-Bisnis Departemen Komunikasi dan Informatika, Sri Cahaya Khoironi “dari 78 Warmasif yang ditempatkan di kota-kota besar Indonesia tidak sampai 10 yang benar-benar bermanfaat, karena berada di kota yang masih sulit ditemukan warung internet (warnet)”

Oleh karena itu, menarik untuk diteliti bagaimana tingkat pemanfaatan

Warmasif yang ditempatkan di Kantor Pos Makassar. Hal ini sejalan pula dengan harapan pemerintah di daerah yang memerlukan data “evaluasi terhadap peralatan, aplikasi, pengelolaan Warmasif sehingga Warmasif dapat termanfaatkan dengan baik dan pembangunan Warmasif di tahun mendatang akan lebih bermanfaat dan mencapai sasaran sesuai tujuan dibangunnya Warmasif.”⁴⁾

Rumusan Masalah

Masalah penelitian adalah “Seberapa tinggi tingkat pemanfaatan Warmasif di Kantor Pos Makassar II ?”

Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat pemanfaatan Warmasif di Kantor Pos Makassar. Hasil penelitian dapat dipergunakan sebagai masukan bagi Kementerian Komunikasi dan Informatika dan PT Pos Indonesia untuk meningkatkan kinerja Warmasif. Selain itu, hasilnya dapat juga digunakan sebagai tambahan referensi bagi praktisi dan akademisi komunikasi dan informatika.

Kerangka Pemikiran

Sebagai bagian dari TIK, internet terus diupayakan agar dapat digunakan seluruh masyarakat. Internet dapat diartikan sebagai kumpulan komputer besar di dunia

yang saling terhubung satu sama lain (Rijanto Tosin dan Catur Meiwanto, 2002 : 2) Tiap aplikasi yang terdapat di dalamnya dipakai sesuai dengan fungsinya masing-masing. Fungsi internet menurut Abdul Razaq dan Bachrul Ulum Ruly (2001 :4-6) adalah (a) sebagai alat komunikasi melalui e-mail (*electronic mail*) dengan mengirim pesan dan menerima pesan, dan bercakap-cakap (ngobrol) melalui *chatting*, (b) sebagai *resource sharing* untuk melihat informasi terbaru dari suatu perusahaan, memperoleh software-software terbaru secara gratis (*shareware*), melakukan promosi dan transaksi penjualan, (c) sebagai *resource discovery (navigator)* dapat mencari indeks dari suatu dokumen, dan melalui *browsing* untuk mencari file, dokumen atau informasi dan lain sebagainya, (d) sebagai komunitas, dapat berkomunikasi untuk saling bertukar informasi dan pendapat melalui forum internet. “Selain memberikan jenis informasi baru kepada klien, internet working membuka saluran komunikasi baru dan memberikan layanan baru. Pemerintah mendukung kreasi layanan baru internet dikombinasikan dengan akses informasi pemerintah. Perusahaan swasta, mewakili pemerintah, memberikan layanan baru sambil menciptakan lapangan kerja” (Don Tapscott, 2003 : 204-205).

Fungsi internet sangat penting dalam penyelenggaraan Warmasif. Dalam

Warmasif direncanakan ada tiga aplikasi layanan informasi di situs Warmasif, www.warmasif.co.id, yaitu (1) layanan informasi e-UKM (elektronik Usaha Kecil Menengah), (2) layanan informasi kesehatan *online*, (3) perpustakaan digital. (Depkominfo, Warmasif, Pos Indonesia) Tiap aplikasi berkaitan dengan komunitasnya masing-masing. Komunitas pelaku usaha UKM berkepentingan dengan adanya layanan informasi e-UKM; komunitas petugas dan pengguna fasilitas kesehatan berhubungan dengan layanan kesehatan *online*; dan komunitas dosen, mahasiswa, guru, pelajar, peneliti, kaum terpelajar dan warga masyarakat yang gemar membaca buku berkaitan dengan perpustakaan digital. Selain aplikasi itu, internet di Warmasif berfungsi sebagaimana layaknya suatu internet.

Perkembangan suatu Warmasif dapat dilihat dari seberapa jauh pemanfaatannya oleh masyarakat (sekitar). Hal ini berkaitan dengan frekuensi dan durasi penggunaan internet dan proses pelayanan di Warmasif. Dengan demikian, apa yang diharapkan pengunjung dapat terpenuhi sehingga menimbulkan kepuasan. Kehadiran pengunjung di *outlet* Warmasif Kantor Pos mengindikasikan adanya keinginan untuk menggunakan internet yang tersedia di Warmasif. Sebab itu, pengertian pengunjung dapat dianggap sama dengan pengguna internet.

Dalam kaitannya dengan proses pelayanan informasi, Sondang P. Siagian (2003 : 98) mengatakan “suatu sistem pengolahan data secara elektronik terdiri dari paling sedikit lima komponen, yaitu sumber daya manusia, prosedur, infrastruktur fisik, perangkat keras, dan perangkat lunak” Kementerian Komunikasi dan Informatika memberikan perangkat komputer dan internet, PT Pos Indonesia, dalam hal ini Kantor Pos II Makassar sebagai pengelola Warmasif menyediakan prasarana dan sarana kerja nonTIK (gedung, meja, kursi, ruangan) dan operator serta membuat mekanisme/prosedur pelayanan Warmasif. Operator yang melayani Warmasif merupakan unsur utama dalam memberikan pelayanan prima kepada setiap pengguna. “Pelayanan prima oleh pihak perusahaan terhadap pelanggan, baik itu yang ditujukan untuk pelanggan intern maupun pelanggan ekstern mempunyai peran penting dalam bisnis karena kelangsungan perusahaan sangat tergantung dari loyalitas para pelanggan” (Atep Adya Barata, 2003:32)

Kepuasan akan timbul apabila apa yang diharapkan oleh pengguna layanan dapat terpenuhi dengan menggunakan internet di Warmasif. “Pelanggan akan sangat puas kalau apa yang dialami lebih baik dari yang diharapkan dan akan kecewa kalau terjadi sebaliknya. Pengukuran mutu di dalam perusahaan jasa mungkin

lebih baik diukur dengan menggunakan persepsi pelanggan tentang jasa yang diterima (memuaskan atau mengecewakan, juga termasuk lamanya waktu pelayanan" (J.Supranto, 1997 :v dan 6)

Karakteristik dan pendapat pengguna Warmasif penting diketahui berdasarkan usia, pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran per bulannya. Pengakses internet mempunyai motif, minat, kebutuhan dan harapan yang beraneka ragam. Para pengguna yang berasal dari komunitas atau dari masyarakat umum akan memilih secara aktif layanan informasi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkannya. Pemanfaatan internet di Warmasif juga ditentukan oleh kebutuhan dan motif penggunaanya.

Menurut teori *Uses and Gratification* (Penggunaan dan Kepuasan) yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Michel Gurevitch, Hadassa Hass (1973), sebagaimana dikutip Hamidi (2007 :77) mengasumsikan bahwa "*orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan yang dapat dipenuhi dengan (salah satu caranya) menggunakan (berlangganan, membaca, menonton atau mendengarkan) media massa*". Lebih lanjut Hamidi menulis pada halaman yang sama bahwa tindakan memilih media atau pesan apa digunakan karena mengharapkan kepuasan untuk memenuhi keinginannya. Orang sebenarnya aktif

membuat pilihan sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. "Khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu" (Rachmat Kriyantono, 2010 :208)

Walaupun teori tersebut pada mulanya dimaksudkan sebagai kajian untuk media massa (cetak dan elektronik), secara esensial hal itu bisa juga dipakai pada penelitian media baru atau internet. Menurut Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr (2007 : 364) bahwa "Internet dan World Wide Web memberikan lebih banyak pilihan kepada pengguna. Pendekatan manfaat dan gratifikasi pada akhirnya mempunyai beberapa hal yang bisa diungkapkan soal para pengguna media baru"

Definisi Operasional

Indikator tingkat pemanfaatan Warmasif meliputi (1) frekuensi kunjungan/penggunaan, (2) proses pelayanan, (3) kepuasan pelayanan Warmasif.

Frekuensi kunjungan/penggunaan adalah seberapa seringnya pengunjung mendatangi Warmasif untuk menggunakan internet.

Proses pelayanan Warmasif meliputi pelayanan operator Warmasif, mekanisme/prosedur pelayanan, dan kondisi komputer-internet.

Operator adalah "orang yang

bertugas menjaga, melayani, dan menjalankan suatu peralatan, mesin, telepon, radio, dsb. (Departemen Pendidikan Nasional, 2008 : 985) Operator Warmasif adalah seseorang yang ditunjuk oleh Kepala Kantor Pos Makassar II untuk menjaga, melayani, dan menjalankan usaha Warmasif.

Mekanisme/prosedur adalah tata cara penggunaan komputer-internet yang disediakan operator di Warmasif.

Sarana kerja TIK adalah satu paket perangkat keras yang diberikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika terdiri dari (1) satu server, (2) empat Personal Computer, (3) satu printer, (4) satu camera digital serta tiga aplikasi, yaitu e-UKM, Informasi Kesehatan, dan Perpustakaan digital serta beberapa konten lainnya, e-book dan teknologi tepat guna.

Komputer-internet adalah *Personal Computer* yang *link* dengan internet.

Ruangan Warmasif adalah ruangan (*out let*) di dalam gedung Kantor Pos II Makassar yang digunakan untuk Warmasif.

Karakteristik khas CAP adalah adanya sebuah ruangan fisik yang mempunyai akses ke sarana teknologi informasi dan komunikasi.

Warmasif (Warung Masyarakat Informasi) adalah suatu model pengembangan *Community Access Point* (CAP) yang merupakan sebuah *outlet* di mana masyarakat yang berada

di suatu wilayah dapat melakukan komunikasi, akses informasi global, pemasaran melalui internet, transaksi *online* dan akses perpustakaan digital. Warmasif ditempatkan di Unit Bisnis Kantor Pos dan dikelola oleh Kantor Pos.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode survei. "Studi deskriptif bertujuan untuk menguraikan tentang sifat-sifat (karakteristik) dari suatu keadaan (keadaan prasarana, konsumen, pasar) (J. Supranto, 1993 :38) Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan dilengkapi wawancara mendalam dan observasi tidak terlibat. Narasumber tercantum dalam Daftar Pustaka. "Untuk memperkuat dan mengecek validitas data hasil kuesioner tersebut, maka dapat dilengkapi dengan observasi atau wawancara kepada responden yang telah memberikan angket tersebut, atau orang lain yang memahami terhadap masalah yang diteliti" (Sugiyono, 2010 :27) Guna mendapatkan gambaran teknis profil Warmasif pimpinan Kantor Pos sebagai pengelola diminta mengisi Daftar Isian.

Sampel dipilih berdasarkan *Quota Sampling* dari pengguna internet yang menggunakan internet di Warmasif dalam jangka waktu tertentu. Jumlah responden ditetapkan sebanyak 42

orang dari pengguna internet selama enam hari penelitian (26-7-2010 sampai dengan 1-8-2010) ditambah 37 hari kerja (2-8-2010 sampai 18-9-2010). Pengumpulan data tambahan dibantu oleh operator dan peneliti Balai Besar Penelitian Komunikasi dan Informatika Makassar.

Observasi dilakukan terhadap proses pelayanan informasi yang dilaksanakan oleh operator pelayanan Warmasif, pengunjung/ pengguna dan memperhatikan kondisi prasarana dan sarana kerja TIK dan non TIK yang digunakan Warmasif di Kantor Pos Makassar II. "Observasi suatu lingkungan sosial atau unit organisasi akan menambah dimensi-dimensi baru untuk pemahaman konteks maupun fenomena yang akan diteliti" (Robert K.Yin, 2002 :113).

Penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar. Lokasi penelitian dipilih secara purposif dengan alasan bahwa Warmasif Makassar merupakan salah satu dari sepuluh Warmasif yang dibentuk pertama kali tahun 2006. Di samping itu, kota ini merupakan pusat pertumbuhan ekonomi, pelayanan kesehatan, dan pendidikan di wilayah timur Indonesia.

Skala pengukuran variabel penelitian menggunakan Skala Likert dengan gradasi dari positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2000 : 74) pada empat titik. Empat kategori itu (1)

sangat memuaskan (75-100%), (2) memuaskan (>50-75%), (3) tidak memuaskan (>25-50%), (4) sangat tidak memuaskan (0-25%). "*Although a five-point continuum is most common, a three-, four-, or six-point continuum is occasionally used*" (Pauline V. Young, 1975 :359)

Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif kuantitatif yang menggunakan Tabel Silang dan perhitungan persentase. Analisis persentase tersebut tidak dimaksudkan untuk mencari korelasi, tetapi bertujuan hanya untuk mendeskripsikan data melalui persentase. (Husein Umar, 1999 :125) Unit analisis adalah individu yang menggunakan internet di Warmasif. Seleksi data dilakukan terhadap hasil wawancara dan observasi, dokumentasi.

GAMBARAN UMUM KOTA MAKASSAR

Geografi

Kota Makassar berada pada koordinat 119⁰ BT dan 5,8⁰ LS dengan ketinggian bervariasi antara 1-25 meter di atas permukaan laut dan merupakan daerah pantai yang datar dengan kemiringan 0-5⁰ ke arah barat. Luas wilayah kota Makassar kurang lebih 175,77 Km² daratan dan termasuk 11 pulau di selat Makassar ditambah luas wilayah perairan kurang lebih 100 Km².⁷

Demografi

Dalam *Buku Saku Pemerintah Kota Makassar* jumlah penduduk Kota Makassar tahun 2004 tercatat sebanyak 1.179.023 jiwa yang terdiri dari 582.382 laki-laki dan 596.641 perempuan. Ditinjau dari aspek pendidikan, angka melek huruf anak usia 10 tahun ke atas sebesar 95,66 persen, meningkat pada tahun 2005 menjadi 96,0 persen. Umumnya SLTP dan SMU telah memiliki gedung sendiri, namun sarananya belum memadai khususnya buku. Sarana perpustakaan sekolah dan laboratorium pendidikan belum terpenuhi secara keseluruhan. Dalam kesehatan tahun 2005 jumlah Rumah Sakit Umum 14 buah, Rumah Sakit Khusus 2 buah, Rumah Sakit Bersalin 15 buah, Puskesmas Perawatan 7 buah, Puskesmas Non Perawatan 28 buah, Puskesmas Pembantu 37 buah, Puskesmas Keliling 23 buah. Namun, masih terdapat masalah seperti jumlah penyebaran tenaga kesehatan yang tidak sebanding dan belum merata, status gizi masyarakat, jumlah konsumsi pangan yang berubah, sistem rujukan pelayanan yang tidak ditunjang sarana transportasi, komunikasi dan laboratorium, sanitasi/ lingkungan serta prasarana kesehatan.

Pada tahun 2009 persentase sektor perdagangan (28,70 %) merupakan yang tertinggi kontribusinya terhadap perekonomian Kota Makassar. Sektor lain yang juga cukup besar persenta-

senya ialah industri pengolahan (20,74%), jasa-jasa (15,88%), angkutan dan komunikasi (13,93%), Bank dan Lembaga Keuangan (10,17%).

INTERNET DAN HOTSPOT

Jaringan internet nirkabel tersedia di sekitar Pantai Losari dengan radius jangkauan 1.200 meter. Konsep *cyber city* akan terjangkau layanan internet nirkabel melalui pola *Metropolitan Area Network*. Rata-rata frekuensi akses internet di Makassar sebanyak 17 kali per bulan, atau di atas rata-rata nasional 16 kali. Layanan dengan kecepatan 5 MBPS *downlink* secara gratis, tahap awalnya akan disediakan di Lapangan Karebosi dan Pantai Losari. Hotspot terdapat di tempat-tempat strategis seperti di Hotel, Mall atau lokasi perbelanjaan, kampus, dan kedai atau warung kopi. Untuk mendukung kemajuan TIK itu disiapkan 20 ribu satuan sambungan layanan (SSL) telepon speedy untuk layanan internet selama 2008. Jumlah pelanggan speedy sekitar 216 ribu SST, 2.300 SST diantaranya menggunakan speedy dan sekitar 3.000 SST lainnya menggunakan layanan Telkomnet instan. Hotspot yang memanfaatkan teknologi wireless fidelity (WiFi) terdapat di hotel, mal, rumah makan, warung kopi (warkop). Di kampus Universitas Hasanuddin Makassar juga terdapat hotspot untuk dosen dan mahasiswanya. Kecepatan akses di sejumlah hot spot di Makassar

mulai dari 256 kbps hingga 512 kbps dengan memanfaatkan teknologi Speedy berbasis AstiNet. Beberapa operator selular menyediakannya seperti Telkom, Indosat dan Telkomsel.

Pemerintahan dan MCAP

Secara administratif Pemerintah Kota Makassar meliputi 14 kecamatan, 143 kelurahan, 971 RW dan 4.789 RT. Struktur organisasi terdiri dari Sekretariat Kota, 17 Dinas, 5 Kantor dan 5 Badan di bawah Walikota dan Wakil Walikota Makassar

Jumlah penduduk tahun 2010 sebanyak 1.371.904 jiwa di malam hari dan hampir 1,6 juta jiwa pada siang hari. Visi 2009-2014 “terwujudnya Makassar Kota Dunia Berlandas Kearifan Lokal” (H. Ilham Arief Sirajuddin, 2010 : 4) Pemerintah Kota Makassar berusaha menjadikan Makassar sebagai *cyber city*. Oleh sebab itu, Dinas Komunikasi dan Informatika bertugas merumuskan, membina, dan mengendalikan kebijakan di bidang komunikasi dan informasi, meliputi pengembangan informasi, aplikasi dan telematika, pendayagunaan media, pemberdayaan kelembagaan serta pos dan telekomunikasi.

Untuk meningkatkan literasi TIK masyarakat, Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerja sama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam program *Mobile Community Access Point* (MCAP) dan Mobil Unit.

Menurut *Pria Jatiwibawa*, MCAP diterima tahun 2007 dan selama tahun 2008-2010 telah beroperasi 15 kali sebulan. MCAP mengunjungi sekolah-sekolah, Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kelurahan, dan Pantai Losari. Selain MCAP diterima juga generator 4000 watt, 1 AC 1 PK, 2 telepon umum, 2 printer terdiri dari biasa dan 1 faksimile, 4 komputer (PC) yang *link* ke jaringan internet, 1 server. Dalam perkembangannya, petugas khusus MCAP melengkapinya dengan 1 set perpustakaan dan 1 TV ukuran 21 inci. Tahun 2010 Dinas Kominfo juga mendapatkan satu mobil operasional (Mobil Unit) merk Panther untuk pelayanan informasi ke masyarakat (*public address*). Mobil ini dilengkapi dengan generator, pengeras suara, CD, layar.

Untuk mendorong penggunaan TIK di kalangan wartawan dan masyarakat umum, Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika di Jalan AP Petarani nomor 62 Makassar menyediakan satu ruangan *Media Center* yang dilengkapi dengan komputer dan internet. Fasilitas TIK ini dimanfaatkan wartawan dan masyarakat pada jam kerja. Di depan ruangan tamu kantor diletakkan satu unit layar sentuh (*touch screen*) yang bisa digunakan pengunjung mendapatkan informasi hal ihwal Kota Makassar. Selain itu, satu unit layar sentuh juga ditempatkan di Bandara Hasanuddin, dan di Balai Kota Makassar.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Warmasif Kantor Pos II Makassar 90000

Gedung Kantor Pos Makassar terletak di Jalan Slamet Riyadi Nomor 10, Kelurahan Bulogadin, Kecamatan Ujung Pandang, telepon 0411-323180. Kantor Pos menyediakan jasa pelayanan pos melalui sembilan loket di dalam gedung, yaitu (1) loket 1 dan 2 untuk layanan Pajak Online, (2) loket 3 untuk pembayaran rekening telepon, listrik, PDAM, Telkomsel, Indosat, Indovision, kartu kredit, angsuran Adira, Summit oto Finance, FIF, BAF, (3) loket 4 untuk menerima setoran EB Oto Pos Share-E, Tafakul simpos, (4) loket 5 untuk layanan Giro online, Western Union (pengiriman uang), Wesel Pos. SOPP, (6) loket 6 untuk layanan Western online, Wesel Pos, Prangko, Meterai, Benda-benda pos, (7) loket 7 untuk layanan Kilat khusus, (8) loket 8 untuk layanan Pos Express, (9) loket 9 untuk layanan Express Mail Service (EMS), paket pos, prangko, meterai dan benda-benda pos. Di dalam gedung juga terdapat 3 *outlet* selain Warmasif yang memasarkan produk unggulan madu dan sepeda motor dengan sistem penjualan angsuran. Di halaman gedung terdapat Anjungan ATM Batara BTN, City Financial, dan 1998 loket kotak surat.

Gedung Kantor Pos Makassar

berdekatan dengan perkantoran dan lokasi rumah-rumah makan. Kondisi gedung ternyata masih baik, tetapi kadang-kadang listriknya mengalami pemadaman. Gedung ini mempunyai tempat parkir yang luas dan mesjid yang cukup besar. Warmasif menempati satu ruangan seluas 12 m² (3x4 m) di dalam gedung secara cuma-cuma. Ruangannya terbuka berupa *outlet* dengan fasilitas kipas angin besar di plafon gedung. Alamat e-mail Warmasif tercatat 900warmasif@PCI dan situs www.Warmasif.co.id. Nama Domain ini telah habis masa berlakunya dan belum diperpanjang oleh pemakai/pengelola nama Domain. Tenggang waktu tersambung habis. Server di www.warmasif.co.id, terlalu lama tidak menjawab. (<http://www.warmasif.co.id>, 10/12/2010, dan www.warmasif.co.id, 17/2/2011)

Warmasif mulai melayani pengunjung tahun 2007 dengan jam kerja seperti Kantor Pos Makassar, yaitu hari Senin sampai dengan Jumat mulai pukul 09.00 hingga 16.00 Wita dan Sabtu sampai siang hari. Setiap hari jumlah pengunjung atau pengguna internet antara tiga orang sampai sebelas orang dengan durasi penggunaan internet rata-rata antara satu jam sampai dua jam. Akan tetapi, seusai makan siang banyak pengguna memakai internet sekitar 30 menit. Tujuan kunjungan untuk menggunakan internet seperti *e-mail* dan *web* dll.

Kunjungan biasanya dilakukan sendiri bukan berkelompok. Jenis layanan yang terdapat di Warmasif bisa jadi berpengaruh terhadap besarnya pengunjung. Warmasif tidak menyediakan bisnis penyewaan komputer (*rental*) seperti yang di beberapa warnet terutama di sekitar Perguruan Tinggi. Selama ini semua pengunjung yang datang di Warmasif bertujuan untuk menggunakan internet, bukan untuk menyewa komputer. Seperti di warnet, prosedur atau mekanismenya dapat langsung menggunakan internet setelah memberitahu kepada operator Warmasif. Tarif pemakaian komputer atau internet dikenakan sebesar Rp 3.000,- per jam. Lama penggunaan internet dibatasi 8 jam per hari sesuai dengan jam buka pelayanan Warmasif. Dalam melaksanakan pelayanannya, operator hanya berpedoman pada instruksi yang diberikan oleh pimpinan Kantor Pos.

Sarana kerja TIK yang diterima dari Depkominfo tahun 2007 terdiri dari satu server, 4 komputer merk Warnes 4 unit pentium 4, Printer merk Canon 1 unit, Camera digital merk Kodak 1 unit. Semua peralatan itu diterima dalam kondisi baik dan di-*install* atau dipasang oleh vendor dari Jakarta. Aplikasi e-UKM, layanan informai kesehatan *online*, dan perpustakaan digital tidak ada dalam konten komputer-internet Warmasif. Pelaku usaha (UKM), petugas kesehatan,

guru/mahasiswa tidak ada yang datang untuk meminta bantuan operator berkaitan dengan aplikasi itu. Begitu juga tidak pernah dilakukan perawatan (*maintenance*) perangkat tersebut. Sekarang perangkat keras yang terdapat di Warmasif adalah 1 server, 4 komputer warnes, printer Canon 1 unit dan scan 1 unit, kamera digital merk Kodak 1 unit. Dua unit komputer-internet dalam kondisi baik, sedangkan satu unit rusak dan satu unit lambat *loading*-nya.

Hampir tiga tahun Warmasif dikelola langsung oleh seorang karyawan Kantor Pos Makassar. Karena alasan biaya, pada tahun 2010 karyawan itu diganti dengan seorang tenaga *outsourcing* dari masyarakat umum dengan sistem kontrak kerja tiga bulan. Operator yang melayani Warmasif sekarang seorang gadis muda dengan masa kerja tiga bulan dengan pendidikan SMA lulusan tahun 2009 jurusan IPA dari SMA Katolik Cendrawasih Makassar. Pengetahuan dan ketrampilan internet yang dimilikinya diperoleh dari proses belajar sendiri dan ia belum pernah mengikuti pelatihan komputer atau internet. Selama ini tidak ada insentif yang diterimanya di luar uang honor bulanan. Tugas operator tidak hanya menjaga Warmasif, menghitung dan menerima uang pembayaran pemakaian internet, tetapi juga sewaktu-waktu membantu pengguna dalam mengoperasikan

internet. Setiap hari operator membuat laporan harian berisi neraca pendapatan harian Warmasif Pos, namun tidak pernah diadakan rapat evaluasi pelaksanaan Warmasif.

Walaupun pembentukan Warmasif merupakan kesepakatan Kementerian Komunikasi dan Informatika, PT Pos Indonesia, dan wakil Pemerintah Daerah, di Makassar kerja sama tiga instansi itu belum optimal. Hubungan kerja Warmasif dengan Kantor Pos baru sebatas penyediaan tempat dan operator, sedangkan Kementerian Komunikasi dan Informatika memberikan perangkat komputer dan internet. Sejauh ini belum ada hubungan kerjasama yang jelas antara Kantor Pos sebagai pengelola Warmasif dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Makassar. Demikian pula tidak terjalin hubungan pengelola Warmasif dengan komunitas pelaku UKM, Dinas Kesehatan/Puskesmas, Rumah Sakit, Perguruan Tinggi atau sekolah di sekitar Warmasif. Kantor Pos tidak pernah mengadakan sosialisasi mengenai Warmasif kepada masyarakat atau instansi pemerintah di Makassar. Menurut *A. Muktadir Tayeb*, Kantor Pos sangat menyambut baik Warmasif karena diberi kesempatan ikut serta dalam pengembangan dan percepatan teknologi informasi (TI) ke masyarakat dan terlibat melayani

masyarakat khususnya dengan TI. Warmasif bukan sekedar suatu program, tetapi bagian dari upaya mencerdaskan bangsa. Warmasif diharapkan sebagai gerakan nasional sehingga masyarakat disadarkan dan yang tidak punya TI bisa menikmati TI yang ditempatkan di Kantor Pos Makassar.

Identitas Responden

Responden yang merupakan pengguna internet 42 orang terdiri dari 57,1 % pria dan 42,9 % wanita. Mayoritas pengguna (85,7 %) berstatus tidak menikah dan 14,3 % menikah. Apabila dilihat dari suku bangsanya, 38,1 % berasal dari suku Makassar, 26,2 % Bugis, 16,7 % Toraja, 9,5 % Mandar dan suku lainnya 9,5 %. Identitas responden dari aspek usia, pendidikan, pekerjaan dan jumlah pengeluaran bulanan dapat dilihat pada Tabel Silang 3-6. Sebanyak 61,9 % responden berusia 19-25 tahun dan 26-32 tahun 21,4 % seperti pada Tabel 3. Tercatat 57,1% tamatan SLTA sederajat dan 31 % lulusan Diploma/ Sarmud tercantum pada Tabel 4. Setengah dari jumlah responden bekerja sebagai karyawan swasta, dan 45,2 % sebagai mahasiswa dan pelajar, seperti pada Tabel 5. Dalam Tabel 6 terdapat 50% responden pengeluarannya per bulan antara Rp 1 juta-Rp 3 juta, dan 42,9 % kurang dari Rp 1 juta.

Kepemilikan sarana teknologi informasi komunikasi menunjukkan 64,3%

responden mempunyai komputer/notebook/netbook yang *link* dengan jaringan internet. Sedangkan responden yang memiliki telepon seluler atau Handphone (HP) yang bisa mengakses internet tercatat 35,7 %.

Frekuensi Kunjungan/Penggunaan

Kedatangan pengunjung ke Warmasif tidak sedikit untuk mengisi waktu sambil berurusan dengan jasa layanan pos. Salah satu seperti yang dialami anak atau cucu pendamping pensiunan PNS, yang mengunjungi *out let* Warmasif untuk berinternet. Jumlah pengunjung Warmasif cukup banyak pada setiap minggu pertama pembayaran uang pensiun. Faktor lokasi perkantoran, pusat perdagangan dan rumah makan yang tidak jauh dari Warmasif merupakan daya tarik untuk berkunjung ke Warmasif. Setelah makan siang tidak sedikit, karyawan yang singgah di Warmasif. Bagi pengunjung yang demikian, durasi pemakaian internetnya rata-rata di bawah 30 menit. Tipe pengguna internet ini cukup banyak dibandingkan dengan yang sengaja datang ke Warmasif.

Sedangkan, pengguna Warmasif beralih ke jasa layanan di loket Kantor Pos relatif sedikit. Semakin banyak orang yang datang di Kantor Pos, maka peluang untuk berkunjung di Warmasif juga semakin besar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ternyata tidak ada seorang pun

responden yang mengunjungi warmasif secara periodik, 5-6 hari, 3-4 hari, 1-2 hari dalam satu minggu. Seluruh responden (100%) mengunjungi Warmasif dalam waktu tidak tentu, artinya kunjungan bisa setiap waktu. Selama penelitian, pengguna internet hanya 2-3 orang dalam sehari, bahkan tanggal 26 Juli 2010 siang hanya satu orang, 27 Juli 2010 dikunjungi 2 orang (laki-laki dan wanita).

Seringnya kunjungan ini bisa berkaitan dengan sumber informasi dan sosialisasi Warmasif. Kebanyakan (92,9%) responden mengetahui adanya Warmasif dari petugas Kantor Pos ketika berada di gedung Kantor Pos untuk suatu urusan jasa layanan pos dan kepentingan lainnya. Sebagian kecil responden memperoleh informasi Warmasif dari internet (4,8%) dan media massa (2,4%) Sejalan dengan itu, sosialisasi (kesepakatan) tentang Warmasif yang pernah diikuti PT Pos Indonesia di Jakarta tidak dilanjutkan lagi di Makassar. Sosialisasi seharusnya disampaikan kepada pejabat pemerintah terkait, pengusaha UKM, komunitas kesehatan, dosen/mahasiswa. A. Muktadir Tayeb, "Kantor Pos sebatas menyediakan tempat, belum jelas mensosialisasikannya, apakah Kominfo dan Pemda yang mensosialisasikan karena melekat dan lebih luas. Siapa yang mensosialisasikan harus jelas ada, harus ada lembaga"

Padahal sosialisasi penting untuk meningkatkan jumlah pengunjung Warmasif. "Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat sehingga pemanfaatan warmasif tidak berjalan dengan optimal" (Fitri) Oleh karena sosialisasi tidak dilakukan sebagai-mana mestinya, maka pengetahuan pejabat instansi pemerintah di daerah dan tokoh masyarakat tentang Warmasif amat minim. "Ini baru saya dengar, selama ini tidak tersosialisasi tidak populer belum lihat Warmasif ini miskomunikasi. Apa bentuk dan bagaimana implementasinya belum mengetahui persis" (HM Rachmat Riza) Hal sama juga dikemukakan oleh Muhammad Nur, "saya sangat setuju atas terbentuknya Warmasif, meskipun saya baru mendengar istilah Warmasif"

Dalam pada itu, faktor kedekatan jarak tempat tinggal responden dengan Warmasif ternyata tidak banyak pengaruhnya terhadap kunjungan. Sebagian besar (66,7%) responden jarak tempat tinggalnya dengan lokasi Warmasif lebih dari 1 Km, dan sebanyak 21,4 % antara $\frac{1}{2}$ Km-1 Km, serta 11,9 % kurang dari $\frac{1}{2}$ Km. Menurut seorang responden, Rusli, alasan menggunakan internet di Warmasif karena tempat kerjanya dekat dengan lokasi Warmasif dan bisa sambil relaks. Walaupun di kantornya tersedia komputer dan internet, menggunakan internet di Warmasif merupakan bagian dari istirahat makan siang.

Proses Pelayanan Warmasif

Sebagai suatu usaha bisnis di Kantor Pos, Warmasif memerlukan adanya operator yang ramah, tersedianya sarana kerja yang baik (termasuk komputer-internet), mekanisme atau prosedur layanan yang cepat, sederhana, murah. Apabila unsur-unsur layanan informasi itu dapat dipenuhi, maka pengguna jasa layanan mendapatkan sebagian kepuasan dari proses pelayanan di Warmasif.

Temuan penelitian memperlihatkan ternyata ketiga unsur itu belum optimal di mata responden. Pelayanan operator Warmasif dinilai memuaskan (95,2 %), dan sangat memuaskan (2,4%), tetapi masih ada jawaban tidak memuaskan (2,4%). Keramahan dan kecantikan operator -gadis berusia muda- bisa jadi merupakan faktor penarik pengunjung untuk datang ke Warmasif khususnya seusai jam istirahat makan siang. Operator senantiasa bersedia membantu apabila diminta pengguna internet. Namun, adanya jawaban responden yang merasa kurang memuaskan, tentu perlu dicermati sebagai bahan evaluasi bagi operator dan pengelola Warmasif. Salah satunya dengan memperhatikan pendapatan atau upah yang diperoleh dari usaha Warmasif. Pengeluaran bulannya kurang dari Rp 1 juta menunjukkan bahwa ia membutuhkan honor sekitar jumlah itu. Sementara itu, operator

dituntut untuk berpenampilan menarik dan berkinerja yang baik.

Unsur kedua yang tidak kalah penting untuk mewujudkan suatu pelayanan prima Warmasif adalah tersedianya sarana kerja TIK dan non TIK terutama komputer-internet yang baik sehingga memuaskan pemakainya. Walaupun Warmasif tidak berorientasi pada keuntungan semata, pengelolaannya harus dilakukan layaknya sebagai usaha bisnis sehingga kondisi dan kemampuan internetnya memuaskan penggunaanya. Keluhan atau protes dari pengguna muncul dari masalah kondisi internet yang kurang baik. Menurut Utari operator Warmasif, *"yang banyak datang tgl 1-2 tiap bulan para anak cucu pensiunan yang mengambil pensiun di Kantor Pos lebih kurang 10-11 orang, tapi karena lalot ujung-ujung marah"* Lalot singkatan dari lama loading atau akses internetnya lambat sekali sehingga menjengkelkan pemakainya.

Berdasarkan observasi di ruangan Warmasif tampak dari empat komputer hanya dua unit komputer dalam kondisi baik, satu unit komputer lalot, dan satu unit lagi

rusak. Komputer yang dapat dipergunakan oleh pengunjung hanya satu unit, sedangkan satu unit lagi dipakai operator untuk memonitor lama pemakaian dan pembayaran oleh pemakai internet. Oleh karena itu, dapat dipahami apabila lebih dari separuh (54,8%) responden menyatakan bahwa kondisi komputer-internet dalam keadaan tidak baik. (Tabel 1).

Kondisi komputer-internet ini semakin buruk karena tidak pernah dilakukan perawatannya (*maintenance*) sejak tahun 2007 karena alasan biaya. Menurut, A. Muktadir Tayeb, *"Cost belum seimbang dengan pendapatan, masih jauh sekali. Kantor Pos merelakan space 4x3m secara gratis, pegawai murni Pos, listrik, kipas angin. Warmasif lebih dominan social benefit, fungsi sosial bisa terwujud sebagai sarana berkumpulnya masyarakat, dan menawarkan produk-produk kantor pos lainnya"*.

Besarnya biaya yang ditanggung selama ini untuk operasional Warmasif tentu akan semakin besar jika menambah ongkos perawatan komputer-internet. Alasan pembiayaan itu yang menyebabkan mengapa pegawai Kantor Pos yang semula ditempatkan sebagai operator Warmasif diganti pada awal tahun 2010 dengan tenaga *outsourcing*.

Di samping unsur-unsur itu,

Tabel 1 : Kondisi Komputer-Internet di Warmasif

No	Kondisi Komputer-Internet	Frekuensi	%
1	Baik	19	45,2
2	Tidak Baik	23	54,8
	Jumlah	42	100

mekanisme atau prosedur pelayanan yang diterapkan di Warmasif sudah memenuhi prinsip kesederhanaan dan kemudahan. Tiap pengunjung yang bermaksud menggunakan internet tidak perlu mengisi buku tamu terlebih dahulu seperti di *Media Center* Dinas Komunikasi dan Informatika Makassar. Selama internet tidak dipakai pengunjung, maka siapa pun bisa langsung menggunakannya setelah menghubungi operator. Apabila pengguna memerlukan bantuan untuk mengoperasikan komputer-internet, operator dapat membantunya tanpa biaya tambahan. Di samping itu, besarnya tarif penggunaan internet di Warmasif Rp 3000,- per jam tidak pernah menimbulkan keluhan dari pengunjung karena “tarif di warnet juga berkisar antara Rp. 3000,- sampai dengan Rp 3.500,-. Oleh karena itu, dapat dimengerti apabila prosedur/ mekanisme penggunaan internet dianggap lebih memuaskan seperti di warnet. Kebanyakan (97,6%) responden mengaku prosedur pelayanan Warmasif cukup memuaskan, dan 2,4 % menyatakan memuaskan sekali. Penilaian positif ini merupakan faktor pendorong bagi peningkatan kinerja Warmasif.

Tingkat Kepuasan Pelayanan Warmasif

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelayanan Warmasif adalah berhubungan dengan motif, tujuan

atau harapan penggunaannya. Kedatangan pengunjung di Warmasif ternyata bukan untuk mencoba memasarkan produk melalui aplikasi e-UKM atau membuka aplikasi kesehatan *online* dan perpustakaan digital, melainkan hanya menggunakan internet. Tujuan responden mengakses internet di Warmasif tercatat 52,4 % untuk berkomunikasi melalui jejaring sosial (*Facebook, Twitter, Friendster*) seperti dapat dibaca pada Tabel 2. Penggunaan internet berdasarkan tujuan responden, 35,7 % untuk tujuan mencari/mendapatkan

Tabel 2: Tujuan Responden Mengakses Internet di Warmasif

No	Tujuan Mengakses Internet	Frekuensi	%
1	Mencari informasi (<i>browsing</i>)	15	35,7
2	Berkomunikasi (<i>e-mail</i> dan <i>chatting</i>)	5	11,9
3	Untuk jejaring sosial (<i>Facebook, Twitter, dll</i>)	22	52,4
	Jumlah	42	100

informasi (*browsing*), 11,9 % berkomunikasi (*e-mail* dan *chatting*), dan tidak ada responden untuk *game online*.

Fenomena besarnya minat pengguna memanfaatkan internet di Warmasif untuk ber-*Facebook* dan ber-*Twitter* tampaknya merebak di masyarakat perkotaan. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa sebagian besar (61,9%) pengguna internet berusia muda antara 19-25 tahun berpendapat sangat memuaskan (4,8%) dan memuaskan (57,1%)

seperti pada Tabel 3. Mayoritas (92,9%) pengguna internet di bawah 32 tahun hanya 7,1% di atas 33-39 tahun. Hal ini memperkuat dugaan bahwa kehidupan kaum muda amat familiar dengan *gadget*, ponsel, komputer dan internet. Peralatan teknologi informasi dan komunikasi sudah merupakan bagian dari keseharian remaja di perkotaan. Mereka dapat

Tabel 3: Tingkat Kepuasan Pelayanan Warmasif menurut Usia (tahun)

Usia	< 18	19-25	26-32	33-39	Jumlah
Tingkat Kepuasan					
1. Sangat memuaskan	-	4,8	-	-	4,8
2. Memuaskan	9,5	57,1	21,4	7,1	95,2
Jumlah	9,5	61,9	21,4	7,1	100

N=42

Tabel 4: Tingkat Kepuasan Pelayanan Warmasif menurut Pendidikan

Pendidikan	SLTP	SLTA	D3	S1	S2	Jumlah
Tingkat Kepuasan						
1. Sangat memuaskan	-	-	-	4,8	-	4,8
2. Memuaskan	4,8	57,1	31	-	2,4	95,2
Jumlah	4,8	57,1	31	4,8	2,4	100

N=42

Tabel 5: Tingkat Kepuasan Pelayanan Warmasif menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Karyawan Swasta	Dosen /Guru	Mhs/ Pelajar	Lain	Jml
Tingkat Kepuasan					
1. Sangat memuaskan	2,4	-	-	-	2,4
2. Memuaskan	47,6	2,4	45,2	2,4	95,2
Jumlah	50	2,4	45,2	2,4	100

N=42

mengapresiasi kehadiran internet di Warmasif. Itulah sebabnya mengapa dari responden tidak ada yang menyatakan pelayanan Warmasif tidak atau sangat tidak memuaskan.

Mencermati tingkat pendidikan ternyata lebih separuh (61,9%) penggunaanya tamatan SLTA setingkat (57,1%) dan SLTP (4,8 %). Hal ini berarti penggunaan internet lebih

marak di kalangan SLTA ke bawah daripada lulusan berpendidikan akademik (31%) dan Perguruan Tinggi (7,2%). Jadi, terbukti bahwa banyaknya pengguna internet pada SLTA ke bawah sejalan dengan apa yang dialami oleh responden berusia muda.

Jenis pekerjaan responden juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelayanan Warmasif. Setengah dari responden berasal dari karyawan swasta yang bekerja di sekitar lokasi Warmasif berpendapat positif terhadap kehadiran Warmasif, yaitu sangat memuaskan (2,4%) dan memuaskan (47,6%). Menjelang berakhirnya jam istirahat kantor beberapa orang di antara karyawan mengunjungi Warmasif. Kunjungan dilakukan karyawan sesuai makan

Tabel 6 : Tingkat Kepuasan Pelayanan Warmasif menurut Pengeluaran per Bulan

(dalam juta rupiah)

Pengeluaran	<Rp 1 jt	Rp 1 jt - Rp 3 jt	Rp 3 jt - Rp 5 jt	Jumlah
Tingkat Kepuasan				
1. Sangat memuaskan	4,8	-	-	4,8
2. Memuaskan	38,1	50	7,1	95,2
Jumlah	42,9	50	7,1	100

N=42

siang atau sembahyang di mesjid yang terdapat di halaman Kantor Pos. Letak Warmasif di gedung Kantor Pos banyak dilalui orang yang melintas ke rumah makan dan ke tempat kerjanya.

Mahasiswa dan pelajar cukup persentasenya (45,2%) yang meny-

takan Warmasif memuaskan. Besarnya persentase ini memperkuat dugaan bahwa pengguna internet kebanyakan adalah kalangan muda (71,4 %) dengan pendidikan SLTA/SLTP (61,9%) dan mahasiswa/pelajar (45,2%). Profesi dosen atau guru tampaknya minim menggunakan internet di Warmasif karena sebagian kampus telah mendapat fasilitas *hotspot* gratis.

Jumlah pengeluaran responden per bulan secara sederhana dapat dibagi tiga seperti pada Tabel 6. Tampak bahwa setengah (50%) pengguna Warmasif mempunyai pengeluaran antara Rp 1 juta hingga Rp 3 juta per bulan berpendapat memuaskan. Pengguna internet dengan pengeluaran kurang dari Rp 1 juta per bulan ini menganggap bahwa keberadaan Warmasif memuaskan (38,1%) dan sangat memuaskan (4,8%). Bagi pengguna internet yang besar pengeluarannya kurang dari Rp 1 juta per bulan memiliki komputer pribadi dan ponsel berakses internet masih merupakan barang mahal. Sebaliknya bagi pengguna berpengeluaran tinggi (7,1%) berpendapat sangat memuaskan karena umumnya mereka sudah memiliki komputer dan telepon genggam berakses ke internet.

Kepuasan pelayanan Warmasif itu, dapat juga dilihat dari konten yang dicari pada internet. Informasi apa yang sesungguhnya dibutuhkan responden sehingga dapat memberi

Tabel 7 : Jenis Informasi yang Paling Sering Dicari Di Internet Warmasif

No	Jenis Informasi	Frekuensi	Persen
1	Informasi UKM	2	4,8
2	Informasi Kesehatan	4	9,5
3	Informasi Perpustakaan	8	19
4	Informasi lainnya	28	66,6
	Jumlah	42	100

kepuasan tercermin dari informasi yang paling banyak dicarinya. Ternyata informasi yang paling banyak dicari oleh responden bukanlah jenis informasi UKM, kesehatan, perpustakaan, melainkan informasi lainnya di luar ketiga jenis informasi itu (66,6%) seperti pada Tabel 7. Dengan perkataan lain, informasi UKM, kesehatan dan perpustakaan belum merupakan informasi favorit bagi pencari informasi di dunia internet. Hal ini berbeda dengan salah satu tujuan pembentukan Warmasif yang memberi perhatian khusus kepada pelaku UKM, kesehatan dan perpustakaan.

Di mata responden Warmasif digunakan sebatas untuk mengakses internet seperti halnya warnet. Tarifnya juga relatif sama dengan warnet, perbedaannya hanya dalam penempatan atau lokasinya. Pengunjung Warmasif tidak mengetahui adanya program pemerintah membuat aplikasi untuk pelaku UKM, komunitas kesehatan, dan perpustakaan digital. Operator juga tidak pernah menyampaikan informasi itu kepada pengguna karena aplikasinya memang belum berjalan. Hal ini berarti bahwa pemanfaatan Warmasif

dari segi program pemerintah untuk membantu pelaku UKM, petugas kesehatan dan pemakai perpustakaan digital tidak tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Aplikasi yang dicanangkan pemerintah untuk membantu pelaku UKM, petugas atau komunitas kesehatan, dan perpustakaan ternyata tidak bisa diakses karena tidak tersedia. Ironinya, situs Warmasif www.warmasif.co.id juga sudah tidak bisa diakses karena nama domainnya telah habis masa berlakunya, tetapi tidak diperpanjang oleh pengelolanya kepada PANDI (Pengelola Nama Domain Internet) (<http://www.warmasif.co.id/>, tgl 12/10/2010) Jadi, untuk tujuan mengakses aplikasi e-UKM, layanan informasi *online*, dan perpustakaan digital sejauh ini tidak dapat dimanfaatkan/diakses karena ketiga aplikasi itu tidak ada dalam situs Warmasif yang sudah habis tenggang waktunya.

Di samping masalah itu, secara eksternal para pelaku UKM dan petugas kesehatan dan perpustakaan digital tidak pernah mengunjungi Warmasif. Demikian pula tidak adanya kerjasama dengan instansi terkait untuk menyampaikan data dan produk kepada Warmasif. Menurut A. Muktadir Tayeb, “ketika Dinas Perindustrian, Dinas Kesehatan, dan Perpustakaan Daerah dihubungi oleh Kantor Pos, data tidak diberikan koordinasi sumber data, Kantor Pos

meng-entry, siapa menangani UKM, Kesehatan, Diknas, belum optimal. Warmasif belum milik bersama seakan-akan hanya Kantor Pos” Tiap instansi pemerintah di daerah yang

Tabel 8 : Data Hasil Penelitian Tingkat Pemanfaatan Warmasif

Jenis Kel	No Res	Skor Untuk Item Nomor								Skor Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	
pria	1	1	1	2	1	3	3	3	3	17
	2	1	1	2	1	2	3	3	3	16
	3	1	1	4	1	2	3	3	3	18
	4	1	1	3	1	2	3	3	3	17
	5	1	1	2	2	2	3	3	3	17
	6	1	1	3	3	2	3	3	3	19
	7	1	1	4	2	3	3	3	3	20
	8	1	1	2	1	3	3	3	3	17
	9	1	1	4	2	3	3	3	3	20
	10	1	1	2	1	2	4	4	3	18
	11	1	1	4	1	3	3	3	3	19
	12	1	1	2	1	2	3	3	3	16
	13	1	1	2	1	3	3	3	3	17
	14	1	1	4	3	3	3	3	3	21
	15	1	1	3	1	2	3	3	3	17
	16	1	1	2	1	3	3	3	3	17
	17	1	1	4	1	3	3	3	3	19
	18	1	1	4	2	2	3	3	3	19
	19	1	1	2	2	2	3	3	3	17
	20	1	1	3	4	2	3	3	3	20
	21	1	1	4	1	2	3	3	3	18
	22	1	1	2	1	3	3	3	3	17
wanita	23	1	1	2	1	2	3	3	3	16
	24	3	1	3	1	3	3	3	3	20
	25	1	1	2	2	3	3	3	3	18
	26	1	1	4	1	2	3	3	3	18
	27	1	1	2	1	3	3	3	3	17
	28	1	1	4	3	2	3	3	3	20
	29	1	1	2	1	2	3	3	3	16
	30	1	1	4	1	2	3	3	3	18
	31	1	1	2	1	2	3	3	3	16
	32	1	1	2	1	3	3	3	3	17
	33	1	1	4	1	3	3	3	3	19
	34	1	1	2	2	2	3	3	3	17
	35	1	1	4	1	3	3	3	4	20
	36	1	1	2	1	2	2	3	3	15
	37	1	1	2	2	3	3	3	3	18
	38	1	1	2	3	2	3	3	3	18
	39	1	1	2	4	2	3	3	3	19
	40	1	1	2	1	2	3	3	3	16
	41	3	1	4	1	3	3	3	4	22
	42	3	1	4	1	3	3	3	3	21
	Jumlah	48	42	119	64	103	126	127	128	757

tugasnya berkaitan dengan Warmasif seharusnya memberikan data sesuai dengan bidangnya sehingga Kantor Pos Makassar bisa mengolahnya untuk keperluan Warmasif.

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner dari 42 responden, maka data variabel tingkat pemanfaatan Warmasif ditabulasikan pada Tabel 8.

Menurut Sugiyono, (2010:176) “untuk menjawab rumusan masalah deskriptif terlebih dahulu ditentukan skor ideal/kriterium. Skor ideal adalah skor yang ditetapkan dengan asumsi bahwa setiap responden pada setiap pertanyaan memberi jawaban dengan skor tertinggi. Selanjutnya membagi jumlah skor hasil penelitian dengan skor ideal”.

Jumlah skor kriterium untuk pemanfaatan Warmasif adalah $4 \times 8 \times 42 = 1.344$ (4 skor tertinggi setiap pertanyaan, 8 jumlah pertanyaan variabel tingkat pemanfaatan Warmasif, dan 42 jumlah responden. Dengan demikian, nilai pemanfaatan Warmasif diperoleh dengan membagi jumlah skor total dari hasil tabulasi data variabel tingkat pemanfaatan Warmasif (Tabel 7) dengan skor kriterium, yaitu $757 : 1.344 = 56,32 \%$. Jadi, berdasarkan perhitungan persentase tinggi tingkat pemanfaatan Warmasif adalah 56,32%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pemanfaatan Warmasif hanya sebagai tempat layanan internet di mana pengguna internet dapat mengakses internet sesuai dengan kebutuhannya. Frekuensi kunjungan/penggunaan masih rendah, sedangkan proses pelayanan Warmasif relatif memuaskan, kecuali unsur komputer-internet yang tidak baik. Aplikasi e-UKM, kesehatan *online*, perpustakaan digital sebagaimana diharapkan pemerintah belum terlaksana. Tingkat pemanfaatan Warmasif adalah setinggi 56,32 % dari yang diharapkan (100%), yaitu termasuk kategori memuaskan (>50-75%), tetapi dekat dengan batas kategori tidak memuaskan (>25-50%).

Saran

Untuk meningkatkan pemanfaatan Warmasif, Kementerian Komunikasi dan Informatika diharapkan segera memperpanjang domain situs Warmasif www.warmasif.coi.id, dan memperbaharui perangkat komputer-internet. PT Pos Indonesia dalam hal ini Kantor Pos II Makassar disarankan agar berkoordinasi kembali dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Makassar dan instansi pemerintah yang terkait di daerah untuk pelaksanaan aplikasi e-UKM, layanan informasi kesehatan *online* dan perpustakaan digital. Di samping

itu, diharapkan agar Kantor Pos dan Dinas Komunikasi dan Informatika Makassar dapat mengadakan sosialisasi Warmasif kepada *stakeholder* dan masyarakat kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Raraq dan Bachrul Ulum Ruly, 2001. *Belajar Praktis Internet*. Jakarta: Penerbit Dinastindo.
- Atep Adya Barata, 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta, Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Departemen Komunikasi dan Informatika, 2006. *User Manual Aplikasi UKM Untuk Pengguna*. Jakarta, Direktorat e-Business.
- _____, *Profil Warmasif*. Jakarta, Direktorat e-Business.
- Depkominfo, Warmasif, Pos Indonesia, "Informasi Layanan e-UKM", *Leaflet*
- _____, "Layanan Informasi Kesehatan Online". *Leaflet*.
- _____, "Perpustakaan Digital". *Leaflet*.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Edisi Keempat. Jakarta, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- "Era Bank Tanpa Cabang", 2011. *Media Indonesia*, 1 Maret, Hal. 18
- Hamidi, 2007. *Metode Penelitian dan Komunikasi*. Malang, UMM Press.
- Husein Umar, 1999. *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ilham Arief Sirajuddin, 2010. "Perencanaan dan Pengembangan Program 'Visit Makassar 2011' dalam *Makassar Info*, Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Makassar, Nomor 53 Edisi V Tahun 2010, hal.4
- "Jaringan Terbatas, Potensi Bisnis Pun Lepas", 2011. *Media Indonesia*, 31 Januari. Hal. 20
- J. Supranto, 1993. *Metode Riset. Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Edisi Lima. Jakarta, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- _____, 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta, Penerbit Rineka Cipta
- Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2010. *Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2010-2014*. Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat, 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Pusat Litbang Aptel SKDI, 2008. *Community Access Point Hadir Membantu*

- Masyarakat Miskin di Pedesaan*. Jakarta
- Richardus Eko Indrajit dan Richardus Djokopranoto.,2003. *Dasar, Prinsip, Teknik dan Potensi Pengembangan E-Procurement*. Jakarta, Dinastindo.
- Severin, Werner J. dan James, W.Tankard Jr.,2007. *Teori Komunikasi. Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Alih Bahasa Sugeng Hariyanto. Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Siagian, Sondang P, 2003. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta, Penerbit Bumi Aksara.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (ed), 1991. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta, LP3ES
- Sugiyono , 2000. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung, CV Alfabeta.
- _____, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung, CV. Alfabeta.
- Sri Wahyuningsih, 2009. "Pengembangan CAP (Community Access Point) Melalui Warmasif (Warung Masyarakat Informasi Indonesia) di Kantor Pos". *Bulletin Pos dan Telekomunikasi*. (7)3, Hal. 127-150
- Tapscott, Don, 2003. *Era Ekonomi Digital Di Abad Networked Intelligence*. Edisi. Revisi. Alih Bahasa Suharsono. tk, Abdi Tandur.
- Tossin, Riyanto dan Catur Meiwanto, 2002. *Cara Mudah Belajar Internet*. Jakarta, Penerbit Dinastindo.
- Yin, Robert. K, 1996. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Penerjemah M. Djauzi Mudzakir. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Pauline V. Young, dan Calvin F. Schmid,1975. *Scientific Social Surveys and Research*. New Delhi, Prentice-Hall of India Private Limited.
- Internet
- <http://www.aptel.depkominfo.go.id/content/view/109/27,3/5/2010>
- http://www.majalaheindonesia.com/focus_E16-2htm,3-5-2010
- <http://www.suarapembaruan.com/News/2009/10/25/Telko/tel02,htm11/6/2010>
- http://www.jatimprov.go.id/index.php?option=com_content&task=v,3-5-2010
- <http://trisno.laharwetan.wordpress.com/tag/community-access-point/,27/5/2010>
- <http://mastel.wordpress.com/2008/01/04/community-access-point-cap/,27/5/2010>
- <http://bahasa.makassarkota.go.id/index.php/geografis-makassar,16/8/2010>
- <http://images.imingyunusz>

multipllycontent.com/attachment/0/SV1 tmAokCnsAAC GRR5s 1/buku_saku_makassar.zip?nmid=158432561, 19/10/2010

<http://bahasa.makassarkota.go.id/index.php/teknologi-informasi/228-menuju-cyber-city-ilham-siap-sambut-wimax>, 24/8/2010

<http://makassar-bugis.blogspot.com/2008/01/kota-makassar-hotspot-dan-perkembangan.html>, tgl 20 /10/ 2010

<http://bahasa.makassarkota.go.id/wrapper/download.php>, 10/10/ 2010

http://kominfo-center.blogspot.com/2010/02/dari-dinas-infokom-ke-dinas-kominfo_21.html, 24/8/2010

<http://www.antaranews.com/berita/1279053180/pengusaha-warnet-belum-naikkan-tarif>, 17/3/ 2011

<http://metrotvnews.com/inedx.php/metromain/news/2020/07/17/23586/warnet-di-Makassar-Mulai-Menaikkan-Tarif>, 17/3/2011

Daftar Narasumber:

Narasumber yang diwawancarai dengan menggunakan Pedoman Wawancara adalah (1) Drs A. Muktadir Tayeb, Wakil Kepala Kantor Pos II Makassar, (2) Utari W, operator Warmasif, (3) Drs HM Rachmadi Riza, MSi, Kepala Bidang Pemberdayaan Kelembagaan, (4) Pria Jatiwibawa, SAP, Kepala Sub Bagian Perlengkapan Dinas Komunikasi dan Informatika, (5) dr Elvira Aznidar, Kepala Puskesmas Pertiwi, (6) Muhammad Nur, SKM, Dinas Kesehatan Propinsi Sulawesi Selatan, (7) Fitri, SKom, Dosen STMIK Dipanegara, (8) Elma Manganan, Mahasiswa IKIP Makassar (9) Rahmad, Pelaku UKM Global Distro, (10) Nasser, Koperasi Mandiri Panakkukang Makassar.

VOL. 9 NO. 2 JUNI 2011