

**KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA
DIGITAL DI MASYARAKAT
(KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)**

Edwin Rizal, Rully Khairul Anwar
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran
Email: edwin.rizal@unpad.ac.id, rully.khairul@unpad.ac.id

ABSTRACT

This study traces government efforts in formulating action programs in the development of community industries conducted in digital media. The government contribution here aims to invite and provide models of economic growth, including in the field of micro, small and medium enterprises in the field of media industry. This can be a potential that can provide prosperity for the community in a sustainable manner. This is where the need for formulation of community-based digital media development of the government of West Java. With the formulation, it is questionable whether the government can bring the community to the digital media industry so as to foster the creative economy of society, how the processes that occur in the formulation of action programs, and similar questions. With descriptive and qualitative methods, this study found that the government has formulated policies that strongly support the development of the digital media industry, as well as the general public has responded positively to government policies that have advocated the development of cutting-edge technology in the business field, but there are still constraints technical issues that must be continually refined.

Keywords: Public Policy, creative economy, West Java, Online Business, Digital Media Industry

PENDAHULUAN

Secara nasional, memang Indonesia masih mempunyai banyak kemajuan. Yaitu dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang menanjak. Dari segi pertumbuhan ekonomi, persentase pun sudah menaik, yaitu sampai angka 6,4% pada tahun 2011. Hal ini dapat menjadi kabar yang cukup menggembirakan. Kondisi kemiskinan pula sudah mulai menurun angkanya. Walaupun begitu, pada tahun 2010, kondisi kemiskinan masih ada di angka 31 juta

penduduk (13.5% dari keseluruhan jumlah penduduk). Kabar buruknya adalah bahwa 60% kemiskinan itu ada di daerah pedesaan (Prihartono, 2012).

Dari sudut pandang sumber daya alam, Indonesia dipandang sebagai negeri yang subur makmur. Kekayaan budaya Indonesia yang beragam dari Sabang sampai Merauke serta kekayaan sumber daya alam dan lingkungan hidup yang sangat besar merupakan potensi yang luar biasa, namun kekayaan yang

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

demikian besar tersebut cenderung tidak digarap secara optimal oleh pemerintah dan masyarakat atau pihak-pihak lain yang seharusnya melihat peluang dan potensi dari hal tersebut.

Maka, sudah selayaknyalah jika rakyat Indonesia memimpikan negerinya menjadi negeri adil dan makmur. Dalam UUD 1945 cita-cita bangsa ini adalah untuk memakmurkan negerinya. Dalam Pasal 33 UUD 1945 disebutkan bahwa: 1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar azas kekeluargaan; 2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara; 3) Bumi, air, dan segala kekayaan yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan bagi kemakmuran rakyat.

Dari dunia internasional, kewajiban membangun masyarakat itu pun ada. 189 negara anggota Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) di New York pada bulan September 2000 telah merumuskan apa yang disebut dengan *Millennium Development Goals* (MDGs) atau dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi “Tujuan Pembangunan Milenium.” MDGS adalah sebuah paradigma

pembangunan global. Semua negara yang hadir dalam pertemuan tersebut berkomitmen untuk mengintegrasikan MDGs sebagai bagian dari program pembangunan nasional dalam upaya menangani penyelesaian terkait dengan isu-isu yang sangat mendasar tentang pemenuhan hak asasi dan kebebasan manusia, perdamaian, keamanan, dan pembangunan.¹

Pada perkembangannya, MDGs ini banyak mendapat kritik karena kurang lengkap dan holistiknya. Muncullah, kemudian, apa yang dirumuskan sebagai “Tujuan Pembangunan Berkelanjutan” (*Sustainable Development Goals*). *Sustainable Development Goals* yang disingkat dengan SDGs adalah 17 tujuan dengan 169 capaian yang terukur dan tenggat yang telah ditentukan oleh PBB sebagai agenda dunia pembangunan untuk kemaslahatan manusia dan planet bumi. MDGs ini dicanangkan bersama oleh negara-negara lintas pemerintahan pada resolusi PBB yang diterbitkan pada 21 Oktober 2015 sebagai ambisi pembangunan bersama hingga tahun 2030. Tujuan ini merupakan kelanjutan atau pengganti dari Tujuan Pembangunan Milenium yang ditandatangani oleh pemimpin-pemimpin dari 189 negara sebagai Deklarasi Milenium di markas besar PBB pada tahun 2000 dan tidak berlaku lagi sejak akhir 2015.

¹ <http://www.un.org/millenniumgoals/news.shtml> [27/5/17].

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

Tujuan pembangunan berkelanjutan ini diformulasikan sejak 19 Juli 2014 dan diajukan pada Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa oleh Kelompok Kerja Terbuka Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Dalam proposal ini terdapat 17 tujuan dengan 169 capaian yang meliputi masalah masalah pembangunan yang berkelanjutan. Termasuk didalamnya adalah pengentasan kemiskinan dan kelaparan, perbaikan kesehatan, dan pendidikan, pembangunan kota yang lebih berkelanjutan, mengatasi perubahan iklim, serta melindungi hutan dan laut.²

Secara nasional, memang Indonesia masih mempunyai banyak kemajuan. Yaitu dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang menanjak. Dari segi pertumbuhan ekonomi, persentase pun sudah menaik, yaitu sampai angka 6,4% pada tahun 2011. Hal ini dapat menjadi kabar yang cukup menggembirakan.

Kondisi kemiskinan pula sudah mulai menurun angkanya. Walaupun begitu, pada tahun 2010, kondisi kemiskinan masih ada di angka 31 juta penduduk (13.5% dari keseluruhan jumlah penduduk). Kabar buruknya adalah bahwa 60% kemiskinan itu ada di daerah pedesaan (Prihartono, 2012).

Oleh karena itu, semua potensi pembangunan harus dikerahkan agar dapat memerangi kemiskinan tersebut. Pemerintah dalam hal ini sudah menjalani berbagai cara untuk mengajak dan memberi model penumbuhan ekonomi, termasuk dalam bidang usaha mikro, kecil, dan menengah. Di antaranya adalah dengan industri media digital. Dengan adanya media digital, penduduk pedesaan dapat melakukan transaksi-transaksi di dunia internet, yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus memerangi kemiskinan.

Pertumbuhan ekonomi memberikan dampak positif terhadap penurunan tingkat kemiskinan di Provinsi Jawa Barat. Persentase penduduk miskin Provinsi Jawa Barat berfluktuatif dari 13,55 persen pada tahun 2007 dan mencapai 9,44persen pada tahun 2014. Dalam kurun waktu tersebut tingkat kemiskinan penduduk Jawa Barat secara total lebih rendah dibandingkan nasional walaupun tingkat kemiskinan di pedesaan provinsi ini hampir sama dengan nasional. Tantangan yang harus dihadapi adalah lambatnya laju penurunan tingkat kemiskinan di provinsi ini, terutama di pedesaan. Tingginya persentase penduduk miskin di pedesaan menunjukkan kegiatan perekonomian yang

² <http://www.un.org/sustainabledevelopment/> tentang SDGs [27/5/2017].

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

stagnan, terutama sektor pertanian (BPS Jawa Barat, 2015).

Padahal, dari segi pembangunan daerah, Jawa Barat memiliki potensi pembangunan yang dapat dikembangkan menjadi potensi yang dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat. Potensi Jawa Barat yang demikian kaya dengan sumber daya alam dan manusia menjadi menarik karena potensi-potensi tersebut masih perlu digali dan dikembangkan secara optimal sehingga mampu memberikan manfaat yang maksimal untuk kesejahteraan.

Penduduk usia kerja didefinisikan sebagai penduduk yang berumur 15 tahun dan lebih. Mereka terdiri dari "Angkatan Kerja" dan "Bukan Angkatan Kerja". Proporsi penduduk yang tergolong "Angkatan Kerja" adalah mereka yang aktif dalam kegiatan ekonomi. Keterlibatan penduduk dalam kegiatan ekonomi diukur dengan porsi penduduk yang masuk dalam pasar kerja yakni yang bekerja atau mencari pekerjaan. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) merupakan ukuran yang menggambarkan jumlah angkatan kerja untuk setiap 100 penduduk usia kerja.

Penduduk Jawa Barat berusia 15 tahun atau lebih pada tahun 2014 mencapai 33,47 juta orang. Jumlah angkatan kerja sebanyak 21

juta orang, dimana 19,23 juta orang diantaranya bekerja di berbagai sektor usaha, sedangkan sisanya 1,78 juta tidak bekerja atau penganggur. Jumlah tersebut menjadikan angka tingkat pengangguran terbuka menjadi 8,45%. Penduduk usia produktif (15-64 tahun) mencapai 31 juta orang, dan usia nonproduktif sebanyak 15 juta menjadikan angka *dependency ratio* atau rasio ketergantungan menjadi 48,4, yang artinya dalam 100 orang usia produktif menanggung 48 orang usia nonproduktif. Nilai ini menunjukkan bahwa Jawa Barat telah memasuki periode bonus demografi dimana 1 orang usia nonproduktif ditanggung oleh setidaknya 2 orang usia produktif (BPS Jawa Barat, 2015).

Perekonomian Jawa Barat digerakkan oleh setidaknya 19,23 juta orang pekerja. Mereka bekerja di berbagai lapangan usaha yang ada. Sebagian besar atau 25,6 % di sektor perdagangan, diikuti oleh sektor manufaktur sebesar 20,3%, dan sektor pertanian 19,9% (BPS Jawa Barat, 2015).

Potensi itu dapat muncul dari berbagai profesi yang berkembang. Sumber mata pencaharian penduduk sekarang ini sudah sedemikian kompleks. Yang dapat menyumbang pekerjaan sekarang ini tidak hanya dunia agrikultural, perdagangan, kantor-

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

kantor pemerintahan, tetapi juga ada wilayah usaha dari lapangan ekonomi kreatif.

Seiring dengan laju pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran di Provinsi Jawa Barat cenderung menurun. Tingkat pengangguran terbuka Jawa Barat berkurang sebesar 3,88 persen selama tahun 2008-2015, menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi belum berhasil menekan tingkat pengangguran secara signifikan. Tingkat pengangguran secara nasional, tingkat pengangguran di Provinsi Jawa Barat lebih tinggi dari nasional (BPS Jawa Barat, 2015).

Aneka profesi masyarakat merupakan bagian penting yang harus diperhatikan dalam mengembangkan segala potensi dan peluang kreatif masyarakat. Permasalahan pengangguran dan kemiskinan yang masih tinggi di masyarakat merupakan permasalahan akut yang harus dicarikan solusinya. Di sinilah diperlukannya kreativitas untuk mengembangkan berbagai potensi agar dapat membuat masyarakat semakin sejahtera.

Oleh karena itu, masalah pengembangan masyarakat (*community development*) melalui media digital menjadi fenomena yang menarik. Pengembangan masyarakat sudah sewajarnya memiliki orientasi kebermanfaatannya untuk kesejahteraan. Isu globalisasi dalam berbagai aspek, masalah

kemiskinan dan pengangguran, masalah kerusakan alam, dan lain-lain merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, manakala berbagai cara mencari solusi dilakukan, termasuk penggunaan teknologi mutakhir. Demikian karena menurut Manning (1994), perbedaan upah dan praktek-praktek di pasar tenaga kerja lebih diakibatkan karena diterapkannya teknologi baru, termasuk media digital. Mengenai hal ini, tepatlah apabila dilakukan penelitian tentang hubungan antara industri media digital dan pengembangan ekonomi masyarakat, bagaimana pemerintah menyikapinya.

PERMASALAHAN

Di sinilah pentingnya Jawa Barat untuk diteliti, mengingat secara nasional, Jawa Barat pun merupakan sasaran utama lokasi investasi, dimana pertumbuhan ekonomi Jawa Barat tumbuh di atas nasional. Pada triwulan III tahun 2015 tumbuh 5,03%, sementara pertumbuhan nasional berkisar 4,73%. Dengan demikian, Jawa Barat diharapkan berkontribusi 14,4% terhadap target investasi (PMDN/PMA) nasional tahun 2015-2019. Dengan total untuk 5 tahun ke depan Rp. 505,6 trilyun, atau rata-rata Rp. 101,3 Trilyun, nasional total Rp. 3518,8 trilyun. Jabar pada realisasi investasi, peringkat 1 terbesar pada tahun 2015, yaitu Rp. 98 Trilyun atau naik 9% dibandingkan realisasi

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

tahun 2014, demikian Gubernur Jawa Barat Ahmad Heryawan. Menurutnya, "Jabar selama ini tahun 2015 terbaik, paling besar, tenaga kerja juga paling besar, kemarin investasi Jawa Barat itu nilainya 90-an trilyun, kemudian tenaga kerja barunya 301 ribu. Insya Allah pasti dengan kemudahan ini akan naik lagi targetnya." (Jabarprov.go.id., 2017)

TINJAUAN PUSTAKA

Pembangunan masyarakat pada dasarnya merupakan upaya pemberdayaan masyarakat melalui kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat itu sendiri. Dalam kaitan ini, masyarakat adalah partisipan sekaligus pemetik hasil pembangunan. Pengembangan masyarakat ada kalanya dipandang sebagai kebalikan dari pendekatan pengembangan *top-down* yang segalanya ditentukan dari luar komunitas.

Dalam pendekatan pengembangan masyarakat yang biasanya membentuk organisasi-organisasi masyarakat, seperti ditulis Kindervatter (1979: 46), yang memiliki komponen-komponen:

- 1) Berorientasi pada kebutuhan, baik material maupun non-material.
- 2) Memanfaatkan kesejatian (*indigenous*) masyarakat setempat termasuk visi dan misinya tentang masa depan.

- 3) Mandiri, yang berarti mendasarkan pada kekuatan dan sumberdaya yang dimilikinya.
- 4) Bersifat ekologis, yang memanfaatkan sumber daya secara rasional dan penuh kesadaran.
- 5) Didasarkan pada transformasi struktural, yang berarti adanya perubahan dalam relasi sosial, kegiatan ekonomi dan struktur kekuasaan.

Tujuan utama dari *Community Organization* adalah pengembangan 'harga diri' (*dignity*) dan kepuasan berpartisipasi. Meskipun terdapat perbedaan pandangan, tetapi dari kedua istilah tersebut dapat diambil satu konsep yang sama yaitu sebagai proses yang memfokuskan perhatian kepada aktivitas lokal. Di bawah ini terdapat beberapa definisi tentang pembangunan masyarakat, diantaranya yang dikemukakan oleh Dunham (1971), "*Community Development can be tentatively defined as a process designed to create conditions of economic and social progress for the whole community with its active participation and the fullest possible reliance upon the community's initiative.*"

Pernyataan di atas menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat lebih merujuk kepada perbaikan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat secara keseluruhan dengan menggunakan partisipasi aktif yang didasari

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

inisiatif masyarakat. Dalam kenyataannya, pembangunan masyarakat seharusnya tidak hanya mengembangkan potensi ekonomi rakyat, tetapi juga harkat dan martabat, rasa percaya diri dan harga dirinya serta tetap terpeliharanya tatanan nilai budaya setempat. Pemberdayaan sebagai konsep sosial budaya yang implementatif dalam pembangunan yang bertumpu pada rakyat, tidak hanya menumbuhkan dan mengembangkan nilai tambah ekonomi, tetapi juga nilai tambah sosial dan nilai tambah budaya (Hikmat, 2000).

Ada empat arah di dalam memahami pembangunan masyarakat, yaitu sebagai suatu *proses*, *metode*, *program* dan sebagai suatu *gerakan* (Hardcastle, 2004).

Perubahan ekonomi komunitas oleh Lindell dan Perry (2001) didefinisikan sebagai proses yang didalamnya masyarakat masyarakat lokal membentuk organisasi dan membangun kemitraan yang terkait satu sama lain dengan bisnis yang menguntungkan. Dalam pengembangan ekonomi komunitas; makin banyak orang yang terlibat akan menunjukkan perubahan komunitas, makin banyak pula organisasi yang bertindak dan berupaya mendorong keinginan dan cita-cita komunitas secara keseluruhan.

Ada beberapa karakteristik program pengembangan ekonomi komunitas yang efektif yaitu (Lindell dan Perry, 2001):

- 1) Bersifat multifungsi dengan strategi yang komprehensif untuk berbagai kegiatan yang berjalan, sehingga berbeda dengan proyek-proyek pengembangan ekonomi individu atau upaya-upaya perbaikan komunitas.
- 2) Mengintegrasikan atau memadukan tujuan-tujuan ekonomi dan tujuan-tujuan sosial untuk revitalisasi komunitas yang lebih jauh.
- 3) Mendasarkan operasinya pada prinsip memberdayakan lebih banyak penduduk melalui tata laksana pengembangan organisasi dan komunitasnya secara keseluruhan.
- 4) Prosesnya diarahkan pada hasil analisis dari perencanaan strategis yang berbeda dengan taktik oportunistik dan tidak sistematis.
- 5) Menggunakan pendekatan manajemen keuangan yang dijalankan dunia bisnis guna membangun pemilikan asset dan mendapatkan dukungan mitra finansial lain yang beragam.
- 6) Bersifat publik baik untuk entitas yang berorientasi keuntungan maupun berorientasi publik, watak publik menjadi fokus perhatian program.

Ekonomi adalah salah satu cabang ilmu sosial yang khusus mempelajari tingkah laku

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

manusia atau segolongan masyarakat dalam usahanya memenuhi kebutuhan yang relatif tak terbatas dengan alat pemuas kebutuhan yang terbatas adanya (Deliarnov, 2007). Dengan kata lain, persoalan ekonomi timbul dari penggunaan sumber yang langka untuk memuaskan keinginan manusia yang tak terbatas. Kelangkaan tak dapat terhindarkan dan merupakan inti persoalan ekonomi (Lipsey, 1997).

Manusia hidup dalam suatu kelompok masyarakat yang secara keseluruhan membentuk sistem. Sistem secara sederhana dapat diartikan sebagai interaksi, atau kaitan, atau hubungan, dari unsur-unsur yang lebih kecil membentuk suatu satuan yang lebih besar dan kompleks sifatnya. Dengan demikian, sistem ekonomi adalah interaksi dari unit-unit ekonomi yang kecil (para konsumen dan produsen) ke dalam unit ekonomi yang lebih besar, di suatu wilayah tertentu (Deliarnov, 2007).

Dalam hubungannya dengan ekonomi kreatif, konsep ini merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Struktur perekonomian dunia

mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) sekarang menjadi berbasis SDM, dari era pertanian ke era industri dan informasi. Alvin Toffler (1980) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi ke dalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif.

Menurut ahli ekonomi Paul Romer (1993), ide adalah barang ekonomi yang sangat penting, lebih penting dari objek yang ditekankan di kebanyakan model-model ekonomi. Di dunia dengan keterbatasan fisik ini, adanya penemuan ide-ide besar bersamaan dengan penemuan jutaan ide-ide kecil-lah yang membuat ekonomi tetap tumbuh. Ide adalah instruksi yang membuat kita mengkombinasikan sumber daya fisik yang penyusunannya terbatas menjadi lebih bernilai (*valuable*). Romer juga berpendapat bahwa suatu negara menjadi miskin karena masyarakatnya tidak mempunyai akses pada ide yang digunakan dalam perindustrian nasional untuk menghasilkan nilai ekonomi.

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

Pemenang Nobel di bidang ekonomi, Robert Lucas (1988), mengatakan kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktivitas golongan (*cluster*) orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuannya. Apa yang termasuk industri kreatif pada mulanya adalah periklanan, arsitektur, seni dan pasar antik, kerajinan tangan, desain, desain pakaian, film, video, *software*, musik, seni pertunjukan, penerbitan, komputer, tv, radio, dll. sekarang barangkali termasuk di dalamnya adalah seni-seni gadget seperti *hand phone*, *smart phone*, dll.

United Nations Conference on Trade and Development mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai "*an evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.*" (UNCTAD, 2009).

Di Indonesia, perkembangan ekonomi kreatif didorong dengan diluncurkannya program Indonesia Design Power (IDP) pada 2006. IDP merupakan program untuk meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia di pasar domestik maupun ekspor. Selama kurun waktu 10 tahun terakhir, sektor ekonomi kreatif makin berkembang pesat di

beberapa kota besar. Melalui inisiatif komunitas anak muda di sejumlah kota, seperti Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta industri kreatif telah tumbuh subur dan meningkatkan geliat ekonomi masyarakat. Benih yang memicu pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat lokal telah mampu melahirkan karya film, animasi, fashion, musik, *software*, *game* komputer, dan sebagainya. Beberapa di antara pelaku ekonomi kreatif ini malah mendapatkan kesempatan menampilkan karyanya di ajang internasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang kontribusi industri media digital dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat ini termasuk pada kategori penelitian kualitatif. Menurut Taylor dan Bogdan (2003), penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengamati aktivitas suatu kelompok sosial tertentu, yang dalam pengamatan aktivitas kelompok tersebut berusaha menggambarkan secara rinci mulai dari proses sampai tingkah laku dari orang-orang yang terlibat dalam aktivitas tersebut.

Pendekatan kualitatif juga memfokuskan telaahnya pada makna-makna subyektif, pengertian-pengertian, metafor-metafor, simbol-simbol, dan deskripsi-deskripsi ihwal suatu kasus spesifik yang hendak diteliti. Pendekatan ini dipilih agar

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

studi ini memperoleh gambaran detail dan mendalam mengenai suatu gejala sosial tertentu yang bersifat fenomenologis. Berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan rincian-rincian spesifik dari situasi, *setting* atau relasi-relasi sosial yang berlangsung dalam lingkup subyek penelitian (Patton, 2002).

Dalam penelitian ini, peneliti menempatkan diri sebagai *the insider* yang berusaha sejauh mungkin melakukan empati (atau memproyeksikan diri dalam peran dan persepsi obyek yang diteliti) agar bisa sebaik mungkin merefleksikan penghayatan subyektif dari obyek yang diteliti.

Penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus. Menurut Bloor dan Wood (2006), metode studi kasus adalah eksplorasi dari sistem terikat (*bounded system*). Studi kasus dapat dilakukan terhadap individu, segolongan manusia, lingkungan hidup manusia atau lembaga sosial. Metode ini dipandang efektif karena mampu digunakan untuk mencari motif-motif di balik fakta sosial yang tampak secara empirik.

Penelitian ini membutuhkan data yang dikumpulkan dari aktor-aktor pembangunan. Selain itu, juga diwawancarai beberapa pihak

yang terkait dengan kegiatan sinergitas tersebut yaitu tokoh masyarakat dan masyarakat yang terlibat aktif dalam berbagai kegiatan, Pemerintahan Provinsi Jawa Barat, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, pemerintahan-pemerintahan kota/kabupaten atau dinas terkait lainnya serta pihak swasta yang turut aktif mendukung kegiatan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Globalisasi media telah mengakibatkan informasi tidak hanya bisa didapatkan lewat media cetak seperti surat kabar, majalah dan sebagainya maupun media elektronik seperti televisi dan radio. Globalisasi sudah menciptakan internet yang dipandang sebagai media interaktif yang juga dapat berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi di dalamnya termasuk berita, bahkan bisnis. Dewasa ini, setiap orang bisa menulis berita dengan bebas melalui media internet.

Perpindahan konsumsi dari media konvensional ke media baru memang beralasan. Dengan bermodal kecepatan dalam hitungan detik, membuat media *online* menjadi semakin sering diakses. Sebagian besar orang lebih menyukai informasi atau berita yang diterima lebih mudah dan cepat diterima. Dengan terus berkembangnya dunia teknologi

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

dan informasi dalam beberapa periode terakhir, semakin banyak bermunculan media baru yang menunjang sarana berkomunikasi. Hal ini juga dianggap sebagai era baru dalam berkomunikasi. Tentu saja perkembangan yang berskala masif ini secara berangsur-angsur terus dimanfaatkan oleh banyak pihak, khususnya dalam proses penyebaran informasi yang dilakukan oleh media massa.

Di era yang super sibuk seperti saat ini banyak dari pengonsumsi informasi yang ingin mendapatkan informasi secara praktis dan cepat, kebanyakan dari mereka terlalu malas untuk beranjak dari kursi lalu membeli surat kabar dan membukanya halaman demi halaman. Kemunculan media *online* menjadi ancaman sekaligus tantangan bagi berbagai pihak. Tidak dapat dipungkiri bahwa penyebaran informasi lewat media internet bakal menjadi komoditas utama di kalangan industri media. Hal ini diakui oleh Deputi Direktur Jenderal WTO (World Trade Organization) bahwa “Internet mempunyai potensi untuk hidup orang, menyambungkan pasar-pasar yang jauh, dan menciptakan pasar yang baru sama sekali, mengumpulkan orang-orang yang jauh, dan membantu mereka berbagi banyak informasi” (*The Internet has the potential to improve people’s lives, linking distant markets, and creating entirely new*

ones, bringing remote people together, and helping them share more information) (Lund and McGuire, 2005).

Pada tataran berita, telah muncul situs-situs web blog yang menjadi salah satu penyebab munculnya apa yang disebut jurnalisme *online* yang kedudukannya dapat menggeser atau mempengaruhi jurnalisme tradisional atau konvensional. Demikian karena orang sudah kurang puas dengan media yang ada, yang kadang mempunyai kecenderungan tertentu (Dzyaloshinsky, 2013). Sedangkan internet menawarkan banyak hal yang dibahas dari berbagai perspektif pula. Di internet pun sudah muncul portal-portal berita, baik internasional, nasional, maupun lokal.

Pada tataran bisnis, industri media digital sudah mulai merambah pada layanan perdagangan kebutuhan pokok pangan, sandang, teknologi gadget, dan lain-lain. Kini, orang tinggal buka internet untuk mencari apa yang dibutuhkan, lalu dipesan, dibayar, kemudian tinggal tunggu barang tersebut datang ke rumah. Begitu pula halnya dengan jasa (*services*). Iklan-iklannya sudah ada di internet. Orang yang berminat terhadap iklan-iklan di internet tinggal menghubungi dan melakukan transaksi. Tidak heran, jika akibatnya, iklan-iklan pinggir jalan sudah kurang lagi pemakaiannya.

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

Dunia usaha di Indonesia pun sudah melirik perkembangan ini sejak lama. Berbagai industri, baik itu industri barang maupun jasa sudah lama terlibat dalam perkembangan serba digital ini.

Bahkan untuk hal-hal yang tidak dipikirkan sebelumnya, sekarang sudah ada perkembangan bahwa sudah ada usaha-usaha yang ‘jemput bola’ (*delivery*). Misalnya dalam hal usaha transportasi digital sekarang sudah berkembang usaha taxi Uber atau usaha ojek Gojek.

Dengan demikian, melalui *new media* internet ini, di dunia virtual, sudah banyak pihak-pihak yang siap melayani para konsumen. Di dunia internet yang dulunya disebut dunia maya, sekarang sudah ada pasar-pasar yang siap memperdagangkan barang dan jasa seperti Bukalapak, Alfa Cart, Tokopedia, Blibli, dan sebagainya.

Media bisnis lokal juga telah berkembang, meskipun tidak secepat media mainstream. Website bisnis lokal ialah media yang paling populer di masyarakat. Di Jawa Barat, website bisnis lokal telah tumbuh secara signifikan dan telah memainkan peran penting dalam dinamika komunitas bisnis akar rumput. Namun, pengembangan website bisnis lokal bukan tanpa masalah. Sebuah proses yang kompleks dalam melatih masyarakat ialah

salah satu masalah yang paling krusial. Ada masalah ketepatan waktu juga, untuk melakukan bisnis online perlu ketepatan waktu, sedangkan masyarakat Indonesia, khususnya suku Sunda di Jawa Barat, tidak benar-benar tepat waktu.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika industri media berkorelasi erat dengan perkembangan kebijakan media atau pengembangan kebijakan media. Dalam banyak kasus, pemerintah sebagai regulator kesulitan dalam menyelaraskan dengan peraturan lingkungan industri media yang berubah dengan cepat. Pemerintah yang kurang responsif telah membuat industri bergerak bebas tanpa peraturan yang ketat. UU Penyiaran Nomor 32/2002 terus-menerus dikritik oleh berbagai organisasi masyarakat sipil, aktivis media, dan juga oleh industri media itu sendiri. Masing-masing pihak memiliki interpretasi yang berbeda terhadap hukum. Di satu sisi undang-undang ini untuk mempromosikan demokratisasi dan keberagaman melalui media, tapi di sisi lain hukum ini tidak menjelaskan secara rinci pelaksanaan konkretnya. Peraturan yang kurang jelas ini memberikan kebebasan media, yang kemudian dapat memungkinkan perusahaan untuk menggunakan barang publik tanpa kontrol yang ketat dari pemerintah.

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

Peraturan media lainnya seperti UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) juga telah mengancam hak masyarakat untuk berpartisipasi di media dan masyarakat harus menyingkirkan peran mereka sebagai produsen pengendali dan pengguna media.

Masalah yang kami temukan ialah bahwa perkembangan industri media tidak selalu sejalan dengan pembangunan infrastruktur dan pengembangan literasi media pada masyarakat. Ketika sisi bisnis dari industri ini berkembang, akses ke media masih belum merata. Ada kesenjangan mengejutkan antara infrastruktur media dalam kelompok bisnis distribusi yang sangat maju dan kelompok usaha yang kurang berkembang. Kesenjangan yang tidak hanya terkait dengan pesatnya pertumbuhan media baru dan media digital yang membutuhkan akses internet, tetapi juga kesenjangan dalam akses ke media konvensional. Hal ini telah membuat kesenjangan informasi tumbuh melebar. Media komunitas dapat, pada kenyataannya mungkin, alternatif yang memberikan informasi yang lebih relevan dengan masyarakat setempat.

Di Jawa Barat, dalam rangka merespon kehendak masyarakat untuk bekerja, pemerintah telah memfasilitasi pembentukan komunitas-komunitas kreatif. Diharapkan di masa depan komunitas-komunitas kreatif itu

dapat menjadi pusat kegiatan kreatif baik nasional maupun internasional. Mengingat ukuran dan kompleksitas kebutuhan dalam melaksanakan kegiatan masing-masing komunitas kreatif bekerjasama dengan instansi pemerintah, lembaga pendidikan dan pihak swasta. Dengan demikian, kontribusi pemerintah sangat penting dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman, sehingga tidak hilang dengan cepat oleh perkembangan masyarakat. Dengan itu, orang bisa mengandalkan pemerintah mereka ketika mereka membutuhkannya.

Pemerintah Jawa Barat sendiri nampaknya memahami perkembangan ini dengan mempunyai visi “Jawa Barat Maju dan Sejahtera untuk Semua” (2013-2018). Dengan misinya antara lain:

- 1) Membangun masyarakat berkualitas dan berdaya saing.
- 2) Membangun perekonomian yang kokoh dan berkeadilan.
- 3) Meningkatkan kinerja pemerintahan, profesionalisme aparatur, dan perluasan partisipasi publik.
- 4) Mewujudkan Jawa Barat yang nyaman dan pembangunan infrastruktur strategis yang berkelanjutan.
- 5) Meningkatkan kehidupan sosial, seni dan budaya, peran pemuda dan olah raga, serta pengembangan pariwisata dalam bingkai kearifan lokal.

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

Dari misi Pemerintah Jawa Barat di atas, nampak bahwa visi pertama, kedua, dan keempat dapat dijadikan pijakan untuk membuat kebijakan-kebijakan yang dapat mendukung usaha industri media digital.

Kemudian, dalam Visi Jawa Barat 2005-2025, yang berbunyi “Dengan Iman dan Taqwa Jawa Barat Termaju di Indonesia,” dengan tujuh bidang unggulan seperti berikut:

- 1) Penyelenggaraan pemerintahan yang bermutu (*beyond the expectation*), akuntabel dan berbasis ilmu pengetahuan.
- 2) Masyarakat yang cerdas, produktif dan berdaya saing tinggi.
- 3) Pengelolaan pertanian dan kelautan.
- 4) Energi baru dan terbarukan serta pengelolaan sumber daya air.
- 5) Industri manufaktur, industri jasa, dan industri kreatif.
- 6) Infrastruktur yang handal dan pengelolaan lingkungan hidup yang berimbang untuk pembangunan yang berkelanjutan.
- 7) Pengembangan budaya lokal dan menjadi destinasi wisata dunia.

Dari tujuh bidang unggulan di atas, nampak bahwa Jawa Barat mencita-citakan pengembangan industri kreatif. Tentu cukup membanggakan dan dapat membuat nyaman para pelaku usaha, termasuk masyarakat yang hendak melakukan usaha. Namun, dalam kenyataannya, banyak hal yang berhubungan

dengan industri media digital ini, termasuk hal-hal yang bersifat legal.

Kemajuan dalam teknologi media dan komunikasi telah mengubah tidak hanya lingkungan industri media tetapi juga membuka ruang yang lebih luas bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam media melalui internet dan media sosial. Internet nampaknya telah menjadi ruang utama di mana masyarakat dapat berkomunikasi tanpa batasan. Ruang-ruang seperti blog; situs-situs jejaring sosial dan *micro-blogging* telah memungkinkan masyarakat untuk menciptakan ranah publik sendiri dan terlibat satu sama lain secara bebas. Dengan 64% pengguna internet menggunakan media sosial, tidak heran jika melihat sejumlah aktivisme dan gerakan masyarakat sipil telah diorganisasi menggunakan media sosial dan media baru. Penyebaran informasi melalui media sosial sangat luar biasa hingga kemudian dirujuk oleh media *mainstream*. Internet telah menjadi infrastruktur penting ketika industri media harus menghadapi tantangan baru dalam teknologi media: konvergensi dan digitalisasi (Nugroho, dkk., 2012).

Selain infrastruktur, masyarakat juga membutuhkan literasi media yang memadai. Perkembangan media mestinya berorientasi pada penciptaan masyarakat yang terdidik

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

dengan menyediakan informasi yang berorientasi publik dan menyediakan ruang publik bagi partisipasi masyarakat. Pemerintah Jawa Barat, melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, misalnya, menyediakan wahana dialog untuk menjadi wirausahawan dengan membuat website www.wirusahaubarujabar.net dan bertekad mencetak seratus ribu pengusaha baru di Jawa Barat.

Pada umumnya, pemerintah sangat mengapresiasi semangat masyarakat untuk ikut serta dalam pembangunan ekonomi komunitas melalui kegiatan-kegiatan pengembangan kemampuan (*capacity building*) masyarakat. Pihak pemerintah bahkan melakukan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat, termasuk para pelaku bisnis potensial seperti mahasiswa di kampus-kampus (www.diskumkm.jabarprov.go.id [20/8/2017]). Hal itu dilakukan pemerintah tingkat provinsi.

Di tingkat kabupaten/kota pun, pemerintah sangat berkontribusi untuk pengembangan para usahawan baru. Di Cimahi, Jawa Barat, guna menyahtu kehendak masyarakat untuk berusaha, pemerintah telah memfasilitasi berdirinya komunitas kreatif. Komunitas kreatif di Cimahi telah tumbuh pesat dalam 10 tahun terakhir. Salah satu tujuan Cimahi Creative Association (CCA)

dibentuk adalah untuk mewadahi komunitas-komunitas dan bertanggung jawab dalam pengembangan sumberdaya manusia (SDM), yang pada akhirnya diharapkan mampu mengarahkan pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Keanggotaan komunitas di CCA terbuka untuk umum baik dari dalam maupun luar Kota Cimahi. Dalam perkembangannya CCA telah menjadi bagian dari pusat informasi dan sosialisasi industri kreatif Regional dan Nasional. CCA juga menjadi tujuan kunjungan industri dan praktek kerja lapangan untuk SMK dan Universitas dari berbagai daerah di Indonesia serta menjadi tempat riset dan inkubasi.

Gedung Baros Information Technology Creative adalah salah satu fasilitas yang menjadi ikon Kota Cimahi. Pemerintah Kota Cimahi menjadikan gedung BITC sebagai pusat pengembangan industri kreatif di Kota Cimahi. Diharapkan ke depan akan dijadikan pusat kegiatan kreatifitas baik yang berskala nasional maupun internasional. Gedung ini memiliki fasilitas ruang pelayanan publik atau ruang display informasi layanan umum dan tempat untuk mengenalkan dunia Informasi Teknologi (IT) kepada masyarakat, perdagangan, serta ruang penelitian dan pengembangan bidang industri telematika. Selain itu, akan disediakan pula ruang untuk

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

Studio Research and Development bidang informatika dan telekomunikasi, fasilitas untuk tenaga ahli IT dalam melakukan penelitian, ruang komputer untuk mengakses perkembangan teknologi, ruang tempat pelatihan IT dan kegiatan komunitas Cimahi Creative Association (CCA). Selain itu terdapat juga ruangan display dan simulasi multimedia (auditorium), tempat seminar, diskusi dan rapat serta ruang sarana prasarana film, animasi, desain dan IT.

Dalam perjalanannya mengembangkan industri kreatif di Kota Cimahi, Cimahi Creative Association mendapatkan support Pemerintah kota Cimahi. Mengingat besar dan kompleksnya kebutuhan dalam menjalankan setiap kegiatan-kegiatan, CCA juga menjalin kerjasama dengan Instansi-instansi Pemerintah, Institusi Pendidikan dan Pihak Swasta.

Demikianlah, kontribusi pemerintah sangat penting dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, sehingga tidak kalah cepat oleh perkembangan masyarakat. Dengan itu, masyarakat dapat mengandalkan pemerintahnya ketika mereka membutuhkannya.

Di kota-kota lain di Jawa Barat pun begitu pula halnya. Di Cirebon ada Cirebon

Urban Creative Center (CUCC), di Kota Bandung pun ada Bandung Creative City Forum (BCCF), dan acara-acara yang mengarah pada penumbuhan kreativitas seperti Tasikmalaya Creative Festival, dll.

Dalam perjalanannya mengembangkan industri kreatif di Kota Cirebon, Cirebon Urban Creative Center mendapatkan *support* Pemerintah Kota Cirebon. Mengingat besar dan kompleksnya kebutuhan dalam menjalankan setiap kegiatan-kegiatan, CUCC juga menjalin kerjasama dengan Instansi-instansi Pemerintah, Institusi Pendidikan dan Pihak Swasta.

Kegiatan-kegiatan itu di antaranya adalah pelatihan kerja yang dilaksanakan oleh Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Dinsosnakertrans), yang sekarang ini sudah merambah pada kepada skill teknologi informasi seperti service handphone. Pihak Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) telah melaksanakan Sertifikasi Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) yang menguji antara lain adalah bidang keahlian *Junior Multimedia, Graphic Design, Video Editing, Infographic, Grafika Komunikasi, Photography*. Untuk Cirebon ini, Kementerian Perdagangan pun telah membuat Kampung UKM Digital sebagai sentra perdagangan usaha kecil dan menengah

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

dengan digitalisasinya dibimbing oleh pihak Telkom. Pihak swasta seperti Bank Central Asia (BCA) pun telah melaksanakan pembinaan usaha kepada masyarakat Cirebon, yaitu dengan menyelenggarakan Pelatihan Teknik Membatik. Begitu pula dengan industri media digital seperti *Facebook* tidak ketinggalan ikut mengembangkan ekonomi masyarakat Cirebon, dengan mengadakan pelatihan pemasaran digital (bekerjasama dengan Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia, IWAPI). Adapun pihak industri media digital lain seperti Bukalapak.com telah ikut menyukseskan acara Seminar Sekolah Media di Kota Cirebon dengan mengirimkan CEO-nya berpartisipasi dan berbagi pengalaman malang-melintang di bisnis digital. Kegiatan-kegiatan itu merupakan contoh bagaimana pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) untuk kemajuan masyarakat bersinergi bersama-sama dalam kegiatan yang real dan berkesinambungan.

Demikianlah, kontribusi pemerintah sangat penting dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, sehingga tidak kalah cepat oleh perkembangan masyarakat. Dengan itu, masyarakat dapat mengandalkan pemerintahnya ketika mereka membutuhkannya. Demikian juga dengan dunia usaha. Pihak industri media digital telah

memperlihatkan kontribusinya dalam mendorong masyarakat untuk ikut serta memanfaatkan perkembangan teknologi mutakhir untuk berbagai usaha yang dapat mendatangkan keuntungan. Demikianlah, maka masyarakat pun telah dapat meningkatkan diri atau mempromosikan diri menjadi pengusaha. Maka cita-cita untuk menjadi masyarakat yang mandiri (*self-reliant society*) pun dapat terlaksana.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas, dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Misi pemerintah yang utama adalah untuk kesejahteraan masyarakat, di mana masyarakat dapat mandiri di era media digital. Di Jawa Barat, hal itu terlihat dari visi dan misi pemerintahnya yang ingin menjadikan Jawa Barat sebagai provinsi termaju di Indonesia pada tahun 2025.
2. Pemerintah yang terlibat dalam pengembangan masyarakat untuk menjadi usahawan kreatif adalah pemerintah pusat, pemerintah provinsi, dan pemerintah kota/kabupaten. Ketiga pihak itu melakukannya dengan cara memberikan program-program langsung dan program-program kerjasama dengan pihak lain, terutama

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

pihak-pihak industri, pihak swasta, dan asosiasi-asosiasi pengusaha.

3. Pola pembinaan pemerintah untuk mendukung pengembangan masyarakat di era media digital adalah dengan cara menggiring mereka menjadi wirausahawan, memberikan infrastruktur digital, mendukung forum-forum

pengembangan kreatifitas, dan menumbuhkan kapasitas masyarakat melalui pelatihan-pelatihan.

4. Dengan keterlibatan pemerintah dalam membina masyarakat menuju masyarakat melek digital, masyarakat mempunyai kesempatan untuk naik peringkat dari masyarakat biasa menjadi pengusaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Bloor, Michael and Wood, Fiona. (2006). *Keywords in Qualitative Methods*. London: Sage.
- BPS (Badan Pusat Statistik) Provinsi Jawa Barat. (2015). *Jawa Barat dalam Angka 2015*. <http://pusdalisbang.jabarprov.go.id/pusdalisbang/berkas/jabardalamangka/54Jawa-Barat-Dalam-Angka-2015.pdf>. [27/5/17].
- Deliarnov. (2007). *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*. Jakarta: PT Raja. Grafindo Persada.
- Dunham, Arthur. (1971). *The New Community Organization*. London: Thomas Y. Crowell Co.
- Dzyaloshinsky, Iosif. (2013). On a New Approach to Problems of Communication. In *Media and Information Literacy for Knowledge Societies*. Moscow: Interregional Library Cooperation Center.
- Hardcastle, D.A. (2004). *Community Practice: Theories and Skills for Social Workers*. Cary, NC: Oxford University Press.
- Hikmat, H. (2000). *Strategi Menuju Pembangunan Berpusat Pada Rakyat (People Centred Development)*. Jakarta: Pascasarjana Universitas Indonesia.
- <http://www.un.org/millenniumgoals/news.shtml> [27/5/17].
- <http://www.un.org/sustainabledevelopment/> tentang SDGs [27/5/2017].
- Kindervatter, Suzanne. (1979). *Non-Formal Education as an Empowering Process*. Amherst, Massachussets: Center for International Education.
- Lindell, M.K. and Perry, R.W. (2001). *Communicating Environmental Risk in Multiethnic Communities*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Lipsey, R.G. (1997). Globalization and National Government Policies: An Economic View. In

KONTRIBUSI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDIA DIGITAL DI MASYARAKAT (KAJIAN DI JAWA BARAT, INDONESIA)

- J.H. Dunning. *Governments, Globalization and International Business*. Oxford: Oxford University Press.
- Lucas, Robert. (1988). On the Mechanics of Economic Development. In *Journal of Monetary Economics*, 22 (1988). North Holland.
- Lund, Mark J.F. and McGuire, Steven. (2015). Institutions and Development: Electronic Commerce and Economic Growth. In *Organization Studies*, 2015: 26; 1743.
- Manning, Chris. (1994). "Labor Market Development in Indonesia during New Order," *Economics Division Working Papers*. Canberra: Research School of Pacific and Asian Studies 94/1, Australian National University.
- Nugroho, Yanuar; Dinita Andriani Putri; Shita Laksmi. (2012). *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance.
- Patton, Michael Quinn (2002), *Qualitative Research and Evaluation Methods*. 3rd edition, London: Sage Publications, (1990).
- Prihartono, Bambang. (2012). *Arah Kebijakan dan Prioritas Pembangunan Transportasi Jangka Panjang*. Jakarta: Bappenas.
- Romer, Paul. (1993). Idea Gaps and Object Gaps in Economic Development. In *Journal of Monetary Economics*, 32 (1993). North Holland.
- UNCTAD. (2009). *Creative Economy Report 2008*. UNCTAD. Retrieved 2009-11-28.
www.jabarprov.go.id.