

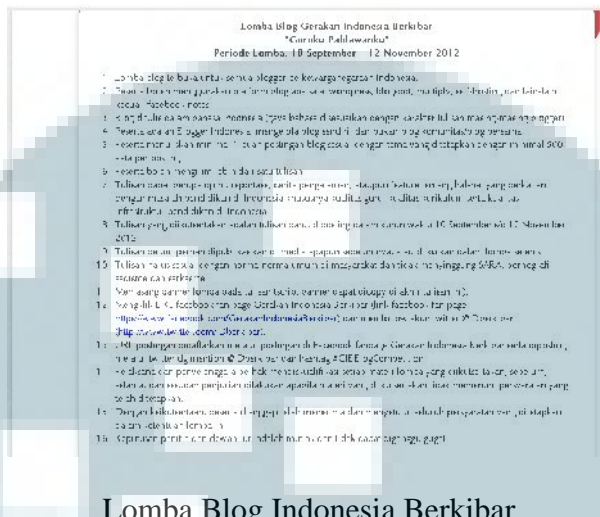


Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.



Lomba Blog Indonesia Berkibar



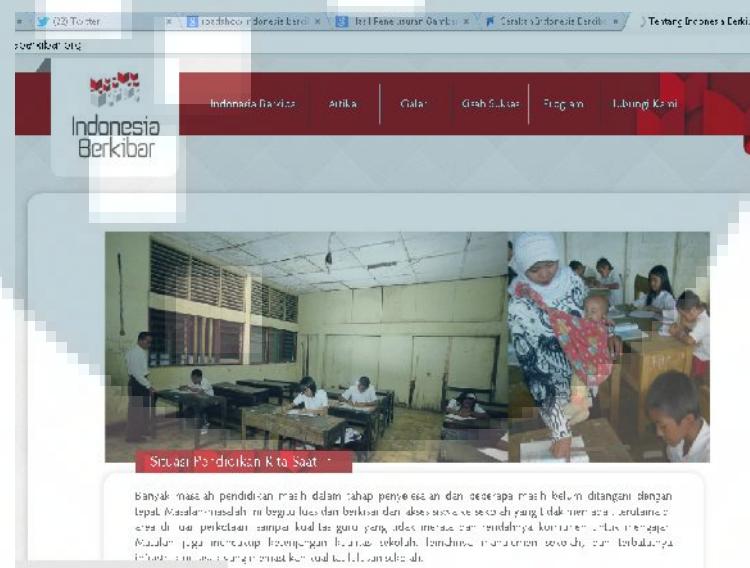
Roadshow Indonesia Berkibar



Gathering Komunitas



Testimonial Indonesia Berkibar



Tampilan Website Indonesia Berkibar



Tampilan Facebook Indonesia Berkibar

Informan : Muhammad Fickry
Peran : Administrator dari akun jejaring sosial Gerakan Indonesia Berkibar
Lokasi : Putera Sampoerna Foundation
Waktu : Pukul 16.05

P : ya.. Sebelumnya kenalin namanya dulu aja mas, sama perannya apa di GIB ?

N : Oke. Nama saya Muhammad Fickry. Di Gerakan Indonesia Berkibar membantu untuk emm.. apa yah..di manajemennya akun *social media* Indonesia Berkibar.Dan dari list pertanyaan ini saya jawab satu – satu yah.

P : Heem.. mengapa memilih media Twitter sebagai media komunikasi dalam kampanye sosial ?

N : yang pertama mengapa memilih twitter sebagai media komunikasi dalam kampanye sosial, jika kita *talking about communication* dan media, Soalnya Twitter adalah salah satu channel yang digunakan oleh Gerakan Indonesia Berkibar, tapinya media komunikasi yang digunakan itu banyak, tidak hanya twitter saja.seperti ada website, ada Facebook Fanpage dan juga emm.. kita engage dengan beberapa komunitas gitu kan..Nah..kenapa Twitter menjadi salah satu *tools* yang penting, mengingat saat ini ehh.. pengguna sosial media di Indonesia saat ini jugaa.. emm.. banyak gitu, emm.. ini sebetulnya adalah refleksi dari cara masyarakat Indonesia mengkonsumsi media. Artinya channel nya juga harus disesuaikan dong, ga mungkin ketika perilaku masyarakat Indonesia berubah, kok, *channel* komunikasinya gak berubah. Harus ada perubahan, So that's why Gerakan Indonesia Berkibar pun memaksimalkan Twitter sebagai salah satu social media channels untuk mempromosikan, emm.. untuk mengenalkan dan mensosialisasikan aktivitas Gerakan Indonesia Berkibar itu sendiri.

P : Trus mas, fungsi Twitter untuk GIB ?

N : Fungsinya itu sendiri, itu tadi apa untuk merangkul eemm.. mereka yang memiliki concern yang sama di bidang pendidikan melalui social media, artinya yang kita gaet itu dalam Indonesia Berkibar adalah selain mereka yang juga memiliki concern di bidang pendidikan, mereka juga *aware* dengan *social media platform*.

P : Emm.. Iya Oke.

N : Iya kan, kayak misalnya kita sulit menjangkau emm..para simpatisan GIB yang misalnya di daerah terpencil. Yah.. katakanlah kan mereka ga ada Twitter atau apa.Itu agak diluar jangkauan

kita. Nah.. tapi melalui Twitter, emm.. kita bias meng'grab' dan secara otomatis para simpatisan ini secara apa.. emm.. tersegmented karena mereka *aware* dengan internet paling tidak.

P : Jadi aware dan emm.. menggunakan maksudnya mengenal platform Twitter yah mas ?

N : Ya. Betul sekali. Fungsinya yah.. buat *buzzing*, untuk *awareness*, dan juga untuk memperluas jejaring Gerakan Indonesia Berkibar. Kemudian siapa saja yang menjadi target audience dalam id GIB sebetulnya..emm.. dalam menggunakan idberkibar ini, ini digabung yah.. gak pake *underscore*,

P: Oiya.. sorry sorry mas.

N : idberkibar itu sasarannya *publik at large* sebetulnya. Rentang usia yaaah.. *I could say* dari SMA sampai dengan eem.. yang sudah dewasa, sekitar 50 tahun. Bisa dibilang begitu karena disini target kita em.. sebetulnya emm.. semua khalayak karena pengguna Twitter kan tidak hanya anak muda tapi juga para wartawan senior, para *key opinion leaders*,juga usianya cukup dewasa.

P : Jadi, kalo bias dibilang lebih ke..

N : Public At large

P : yah.. semua yang menggunakan Twitter yah mas?

N : Exactly

P : Terus mas, bagaimana cara mendapatkan *followers* pada saat GIB dibentuk ?

N : Nah.. ini macem – macem. Pertama itu ketika GIB mau kita bentuk kan pertama kita ada launching, ada sosialisasi. Nah.. kota – kota yang kita kunjungi itu otomatis akan *follow* kita. Kayak misalnya kita ke Medan. Eh.. sorry, tahun lalu sosialisasi GIB itu kita ke 5 kota, yaitu ke Makasar, kemudian em..Palembang, kemudian, Jogja, kemudian Bandung, Surabaya, dan Balikpapan. Nah.. dari kota yang kita kunjungi otomatis anak – anaknya , audiensnya yang datang pada saat sosialisasi itu otomatis akan *follow* kita karena pada hari H, Kita bikin kayak *gimmick – gimmick* kayak *live tweet competition*. Yah.. salah satunya caranya harus *follow* kita dulu.

P : Itu dalam *event* yah mas ?

N : Yah.. *event*. Nah.. selain itu, emm.. followers juga didapat kita ngadain beberapa aktivitas digital, seperti bikin *blog competition*. Nah..*blog competition* ini cukup menarik karena diikuti

oleh lebih dari 1.128 blog post yang masuk, artinya paling tidak ada penambahan seribu followers lebih dari aktivitas tersebut.

P : Kemudian, bagaimana response followers tentang GIB pada awal gerakan ini ?

N : Ehm..cukup positif yah.. bahkan sampai sekarang karena kita bias mengukur itu dari respon mereka dari setiap diskusi dan perbincangan yang kita lakukan di *social media*. Contohnya pertanyaan – pertanyaan yang dilempar oleh admin selalu mendapatkan respond dan dan dan.. apa yah.. memberikan diskusi yang cukup menarik bagi kalangan para *followers*.

P : Jadi kalau em.. boleh nanya yang waktu pertama kali GIB ini terbentuk terus followers yang diambil waktu event itu?

N : heem.. yah.. salah satunya. Kemudian dari sejak itu semakin mengalir mengalir, orang semakin kenal, semakin tahu, dan sampai hari ini *alhamdulillah* posisi GIB sudah cukup baik sehingga kayak misalnya ada orang yang dapat atau ada orang yang membaca Tweet mengenai pendidikan, dia kayak *cc* Idberkibar. Artinya kan emm..

P : masyarakat uda mulai aware

N : ya.. branding dari GIB ini terkait pendidikan sudah sedikit demi sedikit sudah terbentuk. Karena kayak misalnya aku atau siapa gitu , kita, oh.. detik.com menuliskan tentang pendidikan, di Retweet kemudian di *cc* ke Idberkibar gitu.. atau ketika misalnya ada yang nge-blog mengenai pendidikan di *cc* ke IDberkibar, ‘min.. ada postingan baru nih’ kayak gitu – gitu. Komunitas itu kan mulai terbentuk which is dari nol banget, dari *zero* banget gitu.

P : Kemudian Features Twitter apa aja nih yang digunakan ?

N : Komunikasi yang dilakukan oleh kita pertama kali juga menggunakan Twibond juga. Nah.. Twibond itu adalah salah satu em.. *digital activity* yang kita lakukan untuk memberikan *awareness* kepada para .. siapapun gitu.maksudnya para *followers* GIB bahwa em.. gerakan ini itu.. Jadi kalau twitter itu kan ada kayak bendera gitu, tau gak ?

P : hehe.. nggak tau mas. Apa mas ? Twibond ? Twibond itu apaa.. salah satu *features* dalam Twitter juga mas ?

N : nggak nggak.. itu *application*. Nah.. kayak gini nih (sambil memperlihatkan avatar Twitter di computer meja kerjanya). Ini kan avatar ku nah.. ini kan ada logo. Nah.. setiap orang yang follow Idberkibar bisa begini juga untuk memaksimalkan branding GIB itu.

P: trus seperti *hashtag* gitu ?

N : Hashtag sih juga pakai pakai, hashtag idberkibar atau GIB kuis. Kita pakai *hashtag – hashtag* tertentu untuk *brand positioning*.

P : Trus avatar nya mas ? biasanya GIB ada avatarnya pakai, pakai apa nih mas ?

N : GIB avatarnya pake logo. Logo GIB. Karena kita masi emm.. bahkan kita belum setahun ya.. jadi aktivitasnya itu selalu diarahkan untuk memperkuat *brandnya* dulu. Mungkin nanti kedepannya akan berubah, mungkin kayak anak SD atau apalah yang terkait dengan pendidikan secara langsung. Bisa jadi, tapi untuk saat ini kita memang masih menggunakan logo GIB dulu sebagai avatar untuk memperkuat GIB sebagai sebuah *brand social movement*.

P : Trus kayak Twitpic, gitu – gitu , pasti pakai dong mas ?

N : Ohya.. pasti. Itu sebetulnya Twitpic, atau hashtag, atau apa itu sebetulnya bukan *feature* yah.. tapi lebih ke aktivitas yang dilakukan di Twitter. Jadi misalnya kita lagi pas ngadain *live tweet*, itu pasti pake *Tweet –pict*. Kalau kita ada lomba, kita pasti pake hashtag gitu.

P : kemudian, yang menjadi objectives penggunaan Twitter dalam GIB ini ?

N : Ini sudah aku tadi aku singgung diawal yah ?

P : Iyah mas, yang pasti tadi untuk *awareness* ?

N : Exactly. Iya, untuk *awareness*, untuk menjaga *digital presence* GIB di social media, jadi maksudnya *digital presence* yah.. *online presence* gitu. Jadi misalkan GIB belum ada *event* paling kita nge-*tweet* tentang sebuah isu untuk menjaga kesinambungan dan engagement antara GIB dengan para *followers*-nya.

P: Em.. Objectives yang aku maksud disini juga apa sih eh.. perilaku apa sih yang mau diinginkan dari penggunaan Twitter GIB ini ke perilaku orang, bukan cuma ke awareness, tapi juga ke behavior mereka , apa sih yang dituju dari penggunaan Twitter ini ? Apakah lewat penggunaan Twitter ini selain, kalo *aware* kan cuma tahu doang, kalo *behavior* mungkin lebih ke orang me-*Retweet* dengan sendirinya ?

N : Ooohh... mungkin pertanyaannya harus dirubah. Aahaha.. emm.. kalau kayak gitu, jelas jadi Twitter itu digunakan sebagai salah satu yah sekali lagi, cara kita untuk engage kepada followers. Kayak misalnya GIB yang nge-*tweet* kayak gini em.. ‘Teman – teman ada gak sih yang tinggal di Batam ?, boleh dong *share* mengenai kondisi pendidikan di Batam seperti apa?’ ada tuh yang nyaut, oh.. saya di Batam. Situasi pendidikan di dekat tinggal saya ada sekolahan yang

kondisinya tidak layak atau kurang berkualitas, dan lain sebagainya. Nah.. emm.. kita menggunakan Twitter juga mengharapkan ada diskusi seperti tadi juga. Tujuannya adalah agar ada partisipasi aktif dari para khalayak untuk membantu mewujudkan mimpi GIB. Kita juga lagi mengadakan lomba *instagram competition*, harapannya kan adalah kita dapat menarik data – data mengenai sekolah – sekolah dari *account*-nya GIB melalui foto. Jadi menggunakan Twitter sebagai salah satu cara kita menggerakkan masyarakat untuk membantu, berkontribusi, menyelesaikan masalah pendidikan di Indonesia.

P: Kemudian, bagaimana cara yang dilakukan untuk mengukur keberhasilan *objectives* tersebut ?

N : Yah.. mengukur keberhasilan yah pasti tergantung *objectives*-nya. Yahh.. kalo *objectivesnya awareness* yah berarti dari jumlah *followers* dan juga besar kualitas percakapan yang ada di *social media*, dan juga misalnya berapa jumlah *likes* di Facebook, itu juga merupakan contoh untuk mengukur keberhasilan dari *objectives awareness*. Tapi kalau dari misalnya *engagement*, kita bisa mengukurnya dari kualitas response, tone nya itu positif atau negatif, lewat percakapan – percakapan yang terjadi di *social media*, atau untuk mengukur keberhasilan dari *objectives* untuk sebuah project misalnya kita melempar isu nih ke *social media* ada yang merespon. contohnya kalau kita nanya , ‘di Bekasi ada ga sih sekolah yang kurang ?’ ada yang menjawab ,’ohh.. ada’, kemudian kita mendapatkan data – data dan informasi dari Twitter. Kemudian data – data tersebut kita olah, kemudian kita identifikasi, kira – kira projek apa yang bias membantu permasalahan tadi. Nah.. kalau sampai projeknya itu terjadi, berarti berhasil dong. Salah satu contohnya adalah di Standard Charter. Minggu lalu tanggal 18 Mei kita mengadakan ‘Volunteering Day’ dengan Standard Chartered Bank, itu melibatkan beberapa *community*. Nah.. itu juga awalnya bermula dari Twitter sehingga *event* ini berhasil

P : Kemudian, apakah media Twitter ini efektif dalam menyampaikan pesan, mengingat batasan Tweet yang hanya 140 karakter ?

N : Well.. it’s actually a general question, which mean kita melakukan apa yah menyampaikan pesannya tergantung konten juga. Kalo pesan yang sifatnya hanya informatif, ya.. 140 karakter cukup. tapi biasanya, untuk mensiasati itu kita akan menaruh informasi yang lebih detail di website kita. Sehingga yang dilakukan oleh account Twitter hanya sharing link nya aja. Gitu kan.. dan selain itu, ya.. kita akan bikin series of tweet, yah.. semacam kul- tweet lah..

P: Apakah menggunakan sistem penomoran untuk Tweet yang nyambung ?

N : kita ngga nomorin sih.. kita kayak main gitu.. coba nanti perhatiin aja, tiap hari, pokoknya tiap malam. Jam 8 kamu baca aja timeline-nya IDberkibar. Nggak pake underscore.

P: iyah iyah mas.. hehe. Sorry – sorry

N : Nah.. nanti kamu perhatiin aja disana.

P : Yang menjadi pesan di Twitter apa aja ?

N : Wah.. macam – macam. Pokoknya semua yang terkait, emm.. kontennya itu semua yang terkait dengan pendidikan. Itu sangat luas sekali. Pokonya semua yang berhubungan dengan pendidikan..emm.. bias mengenai cara belajar, kemudian kurikulum,ya.. macem – macem lah.

P :Apakah ada SOP nya sendiri untuk penulisan pesan di Twitter ?

N: Untuk SOP nya sendiri sih, kita punya content lighter, admin kan biasa punya sendiri. Biasanya setiap awal bulan, kita diskusi mau nulis apa nih satu bulan ini gitu. Brainstorming, di approve, kemudian akan jalan.

P : Itu aka nada tema apa mas ? Harian ?

N : Betul.

P : Jadi selama sebulan kedepan, setiap harinya kita sudah tau mau ngomongin apa saja ?

N : Yap, Betul.

P : Oke. Oke.

N: Yah.. kemudian cara kita mensiasati 140 karakter tadi, yah.. kita bikinnya series. Beberapa kali jadi kayak,kita ngomong cuma dibagi. Kayak kita ngomong kana da jedah, yah.. di Twitter sama aja.misalnya kayak gimana – gimana, ngetweet, nanti ada lagi, ngetweet lagi. Yah.. kayak gitu doing.

P: Bagaimana cara menuliskan pesan di Twitter ke dalam 140 karakter tersebut ?

N : Oke. Caranya bias macem – macem. Kita bias lempar berupa pertanyaan, he eh.. misalnya gini, ‘temen – temen ada ga sih guru favorit ? boleh dong share ke kita’. Pasti ada yang jawab dong. Em.. ada guru bahasa Indonesia, misalnya. Trus kenapa, karena A,B, C, D, waahh.. banyak deh. Nah.. si admin juga aktif tuh. Jadi ada diskusi, tek- tok kan terus di timeline. Ada ngejawab di Retweet, kayak gitu – gitu. Selain berupa pertanyaan, kita juga bisa mengadakan kuis - kuis tadi.

P : apakah ada evaluasi dari penggunaan media Twitter ini ? lewat apa ?

N : Kalau evaluasi, ada setiap bulan.kita ada report bulanan

P : Report nya ini berupa ?

N : Ada format reportnya. Jadi misalnya, bulan ini gak bagus nih engagementnya, kenapa ? karena A, B, C, D, bulan ini bagus nih. Kenapa ? karena A, B, C, D. Jadi kayak gitu, kita ngumpul semua admin.

P: Apakah ada cara sendiri dalam melihat tone / nada pemberitaan ? kayak gimana?

N : Untuk ini, kita ga share dong, evaluasi ini kan internal.

P: heem.. heem..lebih ke arah pemberitaannya atau ke engagement nya ?

N Bisa jadi beberapa hal. Pertama kita evaluasi dari kontennya, menarik atau tidak menarik, topiknya bosan tidak bosan, bagaimana followers meresponse ? apakah mereka menjawab pertanyaan ? jika didiamkan maka itu ga berhasil, biasanya itu gak begitu menarik untuk dijawab.kayak gitu – gitu.

P : Hal apa saja yang dapat menjadi ukuran bagi kampanye sosial di Twitter ?

N : Macem – macem. Yang pertama itu, kalo kita ngomongin social media untuk social movement gitu yah emm kita lihat sejauh mana tingkat partisipasi publik melalui social media, salah satunya yah..jumlah follower Twitter, lewat kualitas percakapan yang kita bangun, kemudian kualitas reference atau brand positioning kita di Twitter, contohnya ketika – orang – orang mulai mengenal GIB sebagai platform pendidikan, orang – orang akan cc GIB, pakai *hashtag* GIB, *mention* GIB, dan segala macam.Semakin eh.. pelan – pelan, semakin kesini semakin kesini itu kan kayak bola salju, yah.. ngga juga terjadi dalam dua malam sih kayak yah... *it takes a long of time* untuk membangun sebuah gerakan lewat Twitter kayak gitu.

P: Trus, yang terakhir mas, struktur organisasi GIB ini sendiri seperti apa ?

N : Sebetulnya kan untuk saat ini, ketua umumnya ada Bapak Shafiq Pontoh,emm.. ada komitenya,tapi sifatnya sangat fleksible,trus dibawah – bawahnya ada para volunteer juga, ada Mba Vena, ada aku, ada mahasiswa,dan siapapun bias bergabung.

P :Kalo, Pak Bambang Irianto mas ?

N : Dia itu *consultan*. Tapi kayak advisor nya GIB deh, fungsinya orangtua.

P: Oh.. oke deh mas.. *thank you* loh mas.. *thank you* Mas Fickry

N : Iyah.. sama - sama

Narasumber : Aditya Wardhana

Lokasi : Starbucks Melawai, Jakarta Selatan

Waktu : Kamis, 22 Agustus 2013

P : Hai Mas. Selamat Sore. Boleh Perkenalkan dulu sebelumnya.

N : Aku Aditya Wardhana, biasa dipanggil Adit.emm.. sekarang kerjanya di media namanya beritagar.com yaitu media baru, genre baru, mobile yah.. salah satu yang dibahas social media karena dulu kita merupaka pecahan dari salingsilang.com yang pertama untuk meng-attract atau menangkap percakapan yang terjadi di media sosial di Indonesia.

P : Oke. Langsung aja Mas, Sejauh ini bagaimana sih penggunaan social media oleh masyarakat di Indonesia sendiri secara umum ?

N : Oleh masyarakat yah ? Social media itu kalau disini lebih dikenal kalau orang untuk umum yah.. dari mana ke mana pasti orang tau nya Facebook. Bahkan orang sampai ke pedesaan pun jika ditanya, lu pake koneksi internet gak ? Mereka jawabnya tidak, tapi ketika ditanya punya Facebook ? Punya. Jadi menurut mereka itu Facebook bukan internet dan itu menunjukkan sebenarnya Facebook begitu dominan yah sampai sekarang. Belum aku kira berdasarkan penelitian yah.. kira – kira sampai 2016, Facebook baru akan tergeser oleh social media lain2 atau malah bentuknya akan berubah berevolusi saya juga gak tau. Tapi sekarang, yang masih dipakai yang banyak itu Facebook. Trus yang banyak dipakai juga itu adalah Twitter. Kalau Twitter karakteristiknya beda. Kalau Twitter, karakteristiknya itu orang yang lebih ke perkotaan. Padahal Twitter itu kan bukan media untuk ngbrol, tapi untuk microblogging, yaitu untuk menuliskan pesan tetapi singkat. Tapi di Indonesia itu unik lagi. Di Indonesia itu segala sesuatunya menjadi unik, itu menjadi kanal untuk ngobrol, untuk interaksi penggunaanya semakin bertambah, nah.. disini banyak brand, banyak lembaga yang menggunakan Twitter ini untuk promo, untuk menjaring *follower*, untuk *branding*, emm..Bahkan institusi pendidikan juga menggunakan Twitter untuk berkomunikasi dengan para mahasiswanya. Lembaga nonprofit juga menggunakan Twitter untuk *campaign*, untuk mengajak publik untuk terlibat dalam sebuah *campaign* yang mereka bangun. Jadi dengan *social media* itu, mereka bisa tahu berapa banyak

sih dari publik yang ikut terlibat dalam kampanye itu. Jadi *Twitter* itu kebanyakan pada para pengguna *mobile* yang lebih *mature*.

P : Jadi untuk sebuah kampanye sosial Mas, menurut Mas lebih efektif menggunakan Facebook atau Twitter Mas ? dan Mengapa ?

N : Saya pikir keduanya cukup efektif dan dengan metode dengan konten yang berbeda. Maksudnya gini, kalau Twitter itu kan lebih untuk informasi yang singkat. Em.. kita punya konten nih seperti ini, coba tolong dilihat, diarahinnya kemana ? biasanya mereka menggunakan Facebook, atau Web, atau juga Blog. Itu akan efektif untuk informasi yang lebih detail. Nah.. Twitter ini sangat efektif untuk menyebarkan informasi.karena sekarang ini banyak orang pakai ponsel *mobile* kan, ditambah lagi pengguna Twitter itu semakin banyak.Twitter itu lebih cepat *real time* maka dari itu juga banyak media yang pakai Twitter buat kasih informasi yang *update*. Tapi biasanya *tweet* itu hanya sekilas, pasti akan ada lagi *link* kemana gitu.

P: Bagaimana sih Mas supaya efektif, supaya pesan yang disampaikan oleh pemilik akun sampai kepada *audience* ?

N : Em.. banyak cara sih sebenarnya, ada yang menggunakan dengan cara *live tweet*, misalkan ada *event* lalu kemudian admin melaporkan jadi kayak apa reporter aja melaporkan tapi medianya itu adalah Twitter. Sekarang lagi ada apa, misalnya di Mall ini ada launching BB lah.. Tweet satu gitu, rombongan yang ada mungkin sampai ratusan orang, Tweet lagi dua, begitu terus. Terus ada kul-tweet, seperti *live tweet* tapi *kultweet* itu jadi kita yang mau ng*Tweet* itu apa yang mau disampaikan kepada publik itu sudah menjadi sebuah draft, misalkan cara membuat kopi, pertama kopi itu diseduh dulu supaya bagus, yang kedua di sangria dan bl blab la. Itu cara kedua, cara ketiga dengan memancing interaksi, memancing interaksi dengan para followers sih bisa dengan berbagai cara, misalnya dengan melontarkan ide atau pertanyaan, itu menciptakan sebuah percakapan, interaksi antara si pemilik akun yang ingin mencari interaksi dengan followersnya. Yang keempat biasanya dengan *me-retweet Tweet* yang menarik, *Retweet*-nya ada dua, *Retweet* langsung atau dengan memberikan komentar.

P : Terus Mas, apakah ada perbedaan antara penggunaan Twitter antara organisasi nonprofit dengan organisasi yang memang berbasiskan pada profit ?

N : Kalau saya bilang sih tidak, Cuma biasanya kalau lembaga resmi itu biasanya *Tweet – Tweet* nya itu agak sedikit formal, beda dengan personal yang kita bisa ngomong apa saja, lebih santai. Baik profit dan nonprofit, pesan yang disampaikan itu biasanya agak resmi, agak resmi yah. Tapi tujuannya sih untuk meningkatkan interaksi, lagi – lagi balik ke arah *engagement*.

P : Bagaimana Trend saat ini di pengguna *social media* ? apakah membentuk trend sendiri atau bagaimana ?

N :Em.. Trend itu seperti yang aku bilang tadi bahwa penggunaan Facebook itu biasanya digunakan untuk hal – hal yang lebih umum gitu yah.. Kalau Twitter, digunakan untuk informasi tepatnya singkat, tapi akan memberi *link* lagi ke sebuah *landing page*. Karakternya beda antara Facebook dan Twitter. Terus ada lagi Google Plus, Google Plus itu emm.. meskipun Google tidak menyebutkan sebagai media sosial, namun kesininya makin banyak juga penggunanya dan akhirnya masuk pada ranah media sosial, dia hampir mirip dengan Facebook, Cuma kontennya ini lebih serius, biasanya yang menggunakan ini adalah institusi, media, kalau personal jarang dipakai. Terus ada lagi yang menarik adalah Pinterest. Pinterest itu salah satu social media yang berbeda, tapi ini fokusnya ke image, ke sebuah grafis, kesininya juga digunakan untuk butik – butik, produsen furniture, baju, clothing itu menggunakan Pinterest untuk jualan juga. Lalu ada lagi media sosial LinkedIn, ini merupakan sosial media yang benar – benar serius, mereka bikin profile seperti CV, jadi jika perusahaan membutuhkan karyawan, mereka bisa mencarinya disini. LinkedIn juga menjalin pertemanan sesama professional.

P : Nah.. mas jika dikaitkan dengan kampanye sosial Indonesia Berkibar, Jadi Indonesia Berkibar itu mengkampanyekan supaya seluruh komunitas – komunitas pendidikan di Indonesia itu menjadi satu, jadi dia menjadi wadahnya. Nah.. karena dia masih baru, masih sekitar 8 bulan, Indonesia Berkibar menggunakan Facebook, Twitter, dan Websites, menurut Mas, apakah ini kurang ? atau sudah ideal ? atau bagaimana seharusnya ?

N : Oke. Menurut saya yah, Twitter itu sudah cukup. Seperti yang tadi saya bilang yah.. Twitter untuk informasi yang cepat, singkat. Facebook juga bisa dipakai untuk kanal menyebarkan informasi juga, dan menyambungkan para penggiat dari Indonesia Berkibar itu sendiri, kan para pendukung Indonesia Berkibar juga membutuhkan informasi yang lebih, seperti foto – foto, kegiatan apa saja, Nah, menurut saya, yang kurang hanyalah penggunaan blog. Blog itu yang

memberi kesempatan bagi para aktivis Indonesia Berkibar untuk menulis apa saja yang berhubungan dengan pendidikan, dan blog itu juga bisa disebar dengan Twitter maupun Facebook, apa saja kegiatan yang dilakukan, hanya saja harus ditentukan angle mana yang mau diangkat.

P : Terus Mas, jika untuk pertama kali kan kita melihat Indonesia Berkibar itu *launching* Oktober 2012 dan sampai Mei 2013 sudah memiliki lebih dari 5.500 follower dan lebih dari 3.000 likes di fanpage Facebook. Menurut Mas, apakah itu sudah ideal atau belum ? dan mengapa ?

N : Emm.. *Followers* perlu tapi itu bukan jaminan sebuah *brand*, sebuah lembaga itu populer. Kalau saya melihatnya dari interaksi dengan para *followers* itu. Kalau cuma *followers* itu *follow* dan *likes* saja yah.. gunanya apa ? justru yang perlu diperhatikan adalah apakah ada interaksi setiap hari ? baik ketika ada event maupun tidak, itu ada sesuatu yang dikerjakan di media sosial, atau juga dapat menggunakan *tools* tertentu baik yang berbayar maupun tidak untuk melihat bagaimana sentimennya, hanya saja yang tidak berbayar kurang efektif karena kebanyakan berasal dari luar negeri dan menggunakan bahasa inggris, jadi percakapan di media sosial yang terjadi itu tidak dapat dievaluasi dengan lebih efektif.

P : Oke Mas.. itu saja dari saya, Terimakasih banyak.

N : Iya. Sama – sama.

UMMN

Narasumber : Bapak Bambang Irianto (Sekretaris Jendral GIB)
Peran : Sekretaris Jendral Gerakan Indonesia Berkibar
Lokasi : Universitas Siswa Bangsa, Mulia Business Park, Pancoran Jakarta.
Waktu : 27 Mei 2013, pukul 14.53

P : Selamat siang pak..

N : Siang..

P : Yah.. pak, saya sedang melakukan penelitian seputar kampanye sosial, dan saya mengangkat GIB sebagai salah subjek penelitian saya.

N : Wah.. kalau begitu kamu lebih tepat ke ketuanya.

P : Em.. iyah Pak. Sebelumnya saya sudah *interview* dengan Mas Fikri sebagai admin Twitternya, terus Mas Shafiq sama satu lagi nih dari bapak.

N : Oh.. aku tuh biasanya soal pendidikannya. Kalau ke jejaring sosialnya, Mas Shafiq yang lebih tau.

P : Em.. heem heem.. lebih ini sih pak saya pengen tau aja kalau dari pandangan Bapak nih pendidikan di Indonesia sudah seperti apa sehingga terbentuknya GIB. Jadi lebih ke latar belakang kenapa sih GIB terbentuk ?

N: Ya.. yang melatarbelakangi sebenarnya kan kita disini em.. ide itu dari internal PSF sebenarnya dilandasi suatu kenyataan bahwa memang kita sadar bahwa pendidikan itu kewajiban pemerintah untuk menyediakan fasilitas itu, akses pendidikan itu kewajiban pemerintah, Undang – undang Dasar itu memesankan itu. Mewajibkan Negara harus menyediakan itu, tetapi kita juga tidak menutup mata begitu saja. Jumlah sekolah saja seratus enam puluh ribu lebih, jumlah gurunya 2,7 juta tersebar di kota besar sampai ke kota yang tidak terjangkau dengan apapun. Nah.. melihat kenyataan itu tentu kita menyadari kemampuan Negara itu terbatas. Selain terbatas juga harus ada yang diprioritaskan. Nah.. sebenarnya agar akses itu dapat terwujud, sebaiknya akses itu masyarakat tidak hanya menyerahkan kepada pemerintah. Memang masyarakat sudah

banyak yang membuka sekolah – sekolah swasta tetapi justru yang mengenyam kan yang punya duit terutama mereka yang punya duit. Nah.. kalau toh ada swasta yang jelek itu juga jeleknya sangat jelek. Jadi ada ekstrim paling jelek dan ekstrim paling bagus di Indonesia itu. Ada gap yang besar sehingga GIB ini ingin membuka mata semua pihak, ini loh ada masalah yang tidak mungkin pemerintah itu bekerja sendiri, sehingga harus bergandengan tangan semua pihak, maka GIB merumuskan bagaimana agar semua pihak bergandengan tangan. Nah.. ada empat komponen yang bisa diajak, yang pertama adalah pemerintah, karena yang punya sekolah kan pemerintah, kemudian em.. penyandang dana yaitu para korporasi, perusahaan, individu juga boleh, kelompok juga boleh, lalu *fasilitator*, *fasilitator* itu yang punya program yang mengatasi solusi, jadi jika ada masalah ini, inilah solusinya, lalu yang keempat adalah *influencer*. *Influencer* itu adalah si masyarakat, blogger, lalu orang – orang yang punya akun Twitter, Facebook, dan ini diharapkan mereka mengangkat suatu masalah di satu lokasi. Jadi fungsi kita sebagai hub saja. Ada yang cerita ada yang punya masalah, terus ada yang punya solusi tapi nggak ada duitnya, lalu ada yang nawarin biaya, kemudian ke *government* ini loh.. kita punya masalah disana dan solusinya seperti ini. Jadi GIB sumber duit juga tidak, tetapi ingin menjembatani semua kepentingan itu, tujuannya adalah membantu pemerintah agar akses ini segera terpenuhi. Tidak hanya akses, tapi juga kualitas. Kan masalahnya ada dua di Indonesia. Akses sama kualitas. Akses belum merata, begitu juga kualitas. Memang sudah 20% lebih anggaran pemerintah sesuai dengan Undang – Undang, tetapi 20% itu jika termasuk gaji guru kan habis. Hehe..

P : Hehe.. Iyah pak..

N : Gurunya saja 2,7 juta tuh. Itu kalau dikumpulin di stadium gak muat.

P : Hehehe.. iyah bener pak. Terus visi kedepannya dari GIB sendiri ?

N : Kita sebagai hub, jadi semakin banyak info yang masuk , semakin memberi uluran tangan, kan mau gak mau ini terlibat dalam memperlebar akses dan meningkatkan kualitas. Itu saja yang kita ingin capai. Kita nggak ambil pekerjaan pemerintah. Suatu saat manakala Indonesia sudah dua masalah ini sudah tidak ada, yah.. sudah tidak diperlukan lagi, bukan ? Tapi entah kapan, kita juga gak tau..

P : Hingga saat ini dari pemerintah sendiri terhadap GIB seperti apa ?

N : Oh.. Bagus. Pak menteri sendiri yang membuka, yang melaunching kan itu, mengesahkan sendiri. Pak Wamen itu atas nama saya, atas nama Shafiq pernah apa itu.. *talkshow* di radio seputar GIB, Kemudian pemerintah daerah itu juga ada yang bergabung dengan gerakan kita, artinya mendukung.

P : Jadi pensosialisasiannya itu lewat ?

N : Lumayan bagus. lewat *roadshow* dan *talkshow* ke daerah – daerah ngumpulin para blogger, masyarakat yang berjejaring di media sosial, kemudian kita bertemu dengan *government* kemudian kita ngundang para korporasi, kita au bareng dan kita bilang kita ada masalah. Nah.. sepanjang taraf *influencer* tidak memberitahu dimana ada masalah, kita juga tidak tahu. Kan fungsi kita juga me-*link*-an. Ooh.. ini punya masalah, ini punya duit, ini punya guru, baru jalan. GIB tidak lebih pekerjaannya. Jadi tidak lebih menghubungkan dari yang punya duit, fasilitator, pemerintah dan *government*.

P : Terus pak, em.. GIB ini kan gerakan sosial yah dimana dalam pensosialisasiannya juga memerlukan budget yah.. nah.. pada awalnya untuk *roadshow*, *talkshow* dan sebagainya, budgetnya itu darimana yah Pak ?

N : Nah.. itu yang tadi. Kan ada yang sponsori. PSF juga mensponsori, pokoknya agar *roadshow* ini jalan. Kan ada 4 komponen tadi. Jadi memang ada sponsor lah.. jadi nanti kita di kota – kota kita ketemu dengan dinas. Nah.. dinas paling gak keluar duitnya, tapi paling tidak mereka *acknowledge*, mereka mendukung, tidak harus mereka keluar duit, seperti itu saja kita sudah senang. Tapi kalau mereka menolak *No Way* jangan masuk ke kotaku, yaa.. sudahlah kita. Tapi dari pengalaman hingga saat ini, tidak pernah. Wong.. tujuan itu bukan untuk menyaingi pemerintah kok. Tujuan kita untuk berjalan berdampingan dengan mereka.

P : Terus pak, untuk GIB pertama kali terbentuk, pesan – pesan apa saja sih pak yang pertama kali disampaikan ?

N : Ke siapa ?

P : Nah.. itu dia juga. Apakah ada perbedaan pesan kepada em..pastikan ada perbedaan pesan ke sponsor, perbedaan pesan ke media?

N : Oh iya dong. Kalau lewat media kan kita ingin ngangkat bahwa kita ini ada, memanfaatkan karena kita berfungsi sebagai hub. Kemudian kepada para komunitas sosial, ayo anda sadar deh ini bukan hanya pekerjaan pemerintah, tapi pekerjaan kita semua. Yuk angkat masalah – masalah yang ada di lapangan, yuk angkat *resources* yang ada di lapangan. Jadi kadang masalahnya kecil, kan nggak harus korporasi. Misalnya disana gurunya kurang, lalu ternyata para komunitas sosial ini ternyata guru nih.. karena ditinggal guru yah entah karena kawin entah apa di daerah pelosok, mau disini gak nih guru yang baru lulus dari sekolah calon guru. Itu yang mau kita angkat agar dari GIB ini kita bisa mengangkat masalah dan menyelesaikannya. Kalau ke *government*, kita ingin *acknowledge* dari mereka, yah.. membantu, jangan dianggap kita pesaing, kayak gitu. Nah.. kalau ke korporasi, kita pesannya juga beda. *You* punya apa sih, daripada kececer kemana –mana duitnya CSR, ini loh banyak yang masalah di pendidikan, nanti kalau ada masalah kita hubungi, atau anda sendiri yang langsung mau membantu sesuatu, hubungi, kita bantu hubungi dengan *fasilitator* yang punya program – program tadi. Jadi sebenarnya terintegrasi dan sebetulnya tidak butuh duit kan. Hanya butuh orang – orang yang mau menyambungkan. Ada admin, ada saya, ada Mas Shafiq kayak gitu. Saya terkait di bidang substansi, jadi kalau ada masalah yang tidak besar, cukup masyarakat yang *handle*, kita angkat lagi di blog atau di Facebook, Twitter. Tapi kalau ada masalah yang rumit, berat, bisa ke saya untuk dicari ini obatnya apa, apa penyakitnya, oh.. ini krunik nih. Kita musti lama cari resourcesnya. Dan ini sudah jalan, begitu sudah jalan, GIB lepas. Tapi banyak juga yang korporasi itu datang dengan membawa resources, contoh kimia farma, aku punya duit, tapi Jakarta aja yah.. syaratnya apa, jangan sekolah yang dibawah Depdiknas, cari sekolah yang dibawah Depag. Baik.. Madrasah kan, level apa, SD, SMP, SMA, Oke.. terus kriteria lain, kita yang carikan. Jadi kadang – kadang mereka yang datang sendiri.

P : Em.. ada tenggat waktu khusus Pak untuk mencapai ojectives ? Untuk yang ini tenggat waktunya kapan ? Dan seterusnya

N : Kalau untuk diawal Mas Shafiq lebih tau yah.. kita masih mau sosialisasi ke tempat yang belum didatengi. Target kita 2013 sepertinya sudah *done* yah.. kan rencananya kita ke 5 kota. Kita sudah *done* di Balikpapan, Manado, Medan. Yaa.. yang kurang itu Batam, Lombok. Ini target kita sosialisasi. Jadi itu program kita. Lalu *talkshow* di radio itu, pada saat *talkshow* di daerah, ada kegiatan *talkshow* juga, kadang Pemda setempat minta *interview*. Yah.. biasa mas Shafiq yang jalan.

P : Kalau menurut Bapak nih, kalau saya tadi dengar ada Blogger, berarti media online sangat digunakan yah pak ?

N : yah.. orang – orang blogger itu dikumpulin lalu diajak ngomong. Biasanya Shafiq yang ngomong, ini loh kita ada masalah, lalu kita dukung. Terus kita kerja sendiri sesuai dengan kapasitas masing – masing.

P : Saya kemarin sudah coba ikut *gathering* nya Pak..

N : Saya juga harusnya kemarin datang, yang di CIMB Niaga yah ?

P : Oh.. bukan pak, yang sama *XL future leaders*

N: Oh.. iya – iya, itu cukup Mas Shafiq yang datang. Yah.. kalau gitu – gitu cukup Mas Shafiq.

P : Secara umum saya sudah dapat gambaran tentang GIB sih Pak..

N : Mau dilihat tentang apanya lagi ?

P : Em.. saya mau liat dari tahapan perencanaan hingga evaluasi sih Pak dari GIB ini.

N : Itu perencanaan sudah dilakukan satu tahun lebih.

P : Dari sebelum September tahun 2012 ?

N : Sebelum Oktober 28. Sudah setahun sebelumnya, yang punya gagasan dari internal kita, Paik Putera itu sudah ngomong dan sudah sosialisasi ke publik tetapi tidak intensif seperti menjelang 28 Oktober. Lama lebih untuk mencari bentuknya apa yah gitu loh. Kalau pak Anis kan punya Indonesia Mengajar, jelas untuk *supply* guru. Nah.. kita kan hub ini beda, bisa termasuk *supply* guru, bisa termasuk masalah bangunan, bisa termasuk masalah kualitas, bisa apa saja.

P : Bisa kepikiran hingga ada bentuk hub itu bagaimana Pak ?

N : Itu hub itu pas sembari jalan mikirnya. Dari awal sosialisasi pertama itu juga saya , Shafiq, dan kawan – kawan sebagai hub saja. Sebab kalau kita mau bantu, kita juga bukan Superman juga yang punya duit banyak kan. Tapi kesadaran ini, kalau tidak disalurkan, tidak ada gunanya juga toh. Ini ada masalah , ada masalah tapi berhenti sampai disitu, yah.. nggak ada gunanya.

Tapi kalau ini ada masalah, oke, masalahnya kayak apa? Mesti cek lagi kan adminnya, kalau ringan, diangkat lagi di media sosial. Siapa yang punya solusi, wah.. ternyata kurang bangku, kurang papan tulis. Tapi tetangga – tetangga bisa, blogger – blogger yang ada di sekitar wilayah itu bisa bantu nyebarin, gak usah nunggu kementrian lah.. gak usah nunggu Pemda, mereka minta papan tulis, oke kirim. Itu kita serahkan ke masyarakat. Tapi kalau untuk berat, misalnya kualitasnya brengsek, gak mungkin masyarakat. Kalau ada masyarakat mau bantu *training* guru, kita juga harus lihat *training* seperti apa, yahh.. tapi kalau diserahkan ahlinya, seperti kita salah satunya dari tim *School Development Outreach* sebagai fasilitator, kan kita baca dulu, kita *asses* dulu, seperti riset. Ada delapan standard yang kita lihat. Oh.. Fasilitas brengsek, guru kualitasnya sudah memenuhi syarat, tapi *performance* nya beda, itu banyak kayak gitu. Sudah S2 , sudah tersertifikasi, tapi ngajarnya nggak bener, itu banyak.. Ini kan masalah mental, obatnya beda. Apa karena gajinya kecil ? yah.. nggak. Kalau sudah tersertifikasi itu beda loh. Gajinya *double*. Nah.. pada saat seperti itu, kita akan pilihkan obat. Kalau berkaitan dengan mental guru, obatnya menunjukkan yang benar dan yang salah, sampai ia merasa yah.. aku bersalah. Baru setelah itu ia diajak untuk mempelajari yang benar. Nah.. kalau kayak gini kan nggak bisa diserahkan ke publik, masalah yang berat seperti ini biar para fasilitator yang menangani.

P : Terus Pak.. untuk struktur organisasi GIB ini sendiri seperti apa ?

N : Ada ketua Mas Shafiq, ada Sekjen, saya, kemudian dibawahnya ada admin, lalu kemudian kita di support oleh sponsor dari PSF.

P : Sama Volunteer yah pak ?

N : Volunteer itu sebenarnya karyawan PSF yang ditugasi, yah.. aku sebenarnya volunteer juga, tapi hehe.. ditambahin kerjaan kayak gitu.

P : Untuk kegiatan komunikasinya, seperti hubungan dengan media, dan sebagainya itu siapa yang bertanggung jawab Pak ?

N : Nah.. itu sponsor. Aku sebenarnya walaupun sebagai Sekjen, tidak menangani semua hal. Saya fokus di substansinya saja karena saya spesialisasinya disitu. Yang biasanya ngangkat permasalahan itu dari admin jejaring sosial, seperti Fickry dan 2 orang admin lain. Admin

nyaring, kalo misalnya ada masalah yang membutuhkan aku untuk turun tangan, mereka akan *forward* ke aku, aku bikinkan jawaban, bikinkan rekomendasi, lalu mereka yang sebarakan lagi.

P : Kalau untuk setiap menyelesaikan permasalahan – permasalahan seperti itu kan banyak yah pak caranya, apakah GIB akan membentuk tim – tim kecil lagi untuk menyelesaikan masalah tersebut ?

N : Tidak perlu. Itu tadi, kalau ada orang melempar masalah, kemudian dilempar ke masyarakat, lalu ada masyarakat yang nyamber kasih solusi, yasudah sampai disitu. Tapi kalau masalah itu berat, kadang sampai ke pemerintah juga.

P : Salah satu contoh yang berat yang pernah dihadapi GIB ada pak ?

N : Emm.. hingga saat ini belum begitu ada yang terlalu berat yah.. artinya berat banget yang intensif disuarakan oleh para blogger itu tidak banyak, belum ada. Tetapi yang dikerjakan oleh Fasilitator selalu menangani masalah yang belum terangkat. Contoh, kota Kudus itu kurang maju apa ? kota itu tergolong maju, tetapi pada saat BNI ngomong kita ada duit nih untuk Kudus, tetapi kita lihat sekolahnya akreditasinya sudah A,B, tapi kita punya ukuran standard sendiri. Saya yah kalau pertama kali masuk ke satu sekolah, saya sudah bisa mencium ini sekolah penyakitnya dimana, ngeliat tatanan bangku saja saya sudah tau bagaimana gurunya ngajar. Jasdi seperti dokter spesialis itu loh. Baru nanti diyakinkan dengan riset, tapi biasanya perkiraan hampir pasti.nah.. setelah itu walaupun A dan B, kita ngomong ke *resources* dan mereka pendukung GIB, wakil negeri 1, lalu wakil swasta non islam 1, wakil sekolah dibawah Depag 1, mengapa ini diambil ? ini kita perbaiki untuk jadi contoh untuk sekolah lain. Kita buat model – model biar sekolah lain bisa melihat. Seperti itu..

P : Baik pak.. saya rasa sudah cukup. Terimakasih atas waktu dan kesempatannya Pak.

N : Ya.. saya juga minta maaf kemarin tiba – tiba harus ke rumah sakit karena kepala pusing – pusing.

P : Gapapa Pak. Sekali lagi, terimakasih Pak.

N : Ya.. sama - sama

Narasumber : Shafiq Pontoh (Ketua Gerakan Indonesia Berkibar)

Peran : Ketua Gerakan Indonesia Berkibar

Lokasi : Kopi Tiam, Plaza Festival , Kuningan Jakarta

Waktu : Sabtu, 25 Mei 2013

P : Halo.. Sore Mas

N : Sore

P : Aku ada beberapa pertanyaan untuk skripsi aku. Yang pertama apa sih mas yang menjadi latar belakang dari GIB ini ?

N : Latar Belakangnya sebetulnya tuh emm.. pertama masalah pendidikan, ini jadi urgent karena emm.. sebentar lagi kita Indonesia itu masuk ke G8, yaitu 8 negara yang besar di dunia, tapi kalau tidak diimbangi sama kekuatan sumber daya manusianya kita akan tersisih, bukan bangsanya, bukan ekonominya, masyarakatnya yang akan tersisih dan kalah dengan orang lain. Makanya kita juga harus punya sumber daya manusia yang bagus. Tapi untuk punya sumber manusia yang bagus butuh pendidikan, nah.. sekarang apakah ada orang yang punya konsep di dunia pendidikan ? yah.. banyak namun sayangnya mereka jalan sendiri – sendiri. Nah.. GIB ini dibangun supaya semua yang jalan sendiri – sendiri tadi saling berjejaring , saling koordinasi, berpartisipasi sesuai dengan peran dan kemampuannya masing – masing.

P : Visi dari GIB ini apa mas ?

N : Visinya adalah sebenarnya gini, *Indonesia will be a better place if every single person who has concerned with Indonesian's education for the pretend in their life, we can actually bring something about it.* Jadi memmbuat orang – orang bias berpartisipasi gitu, jadi semua orang yang punya konsep pendidikan bisa tergabung selama masing – masing dari kita tau bagaimana posisi saya sehingga memang agar pendidikan di Indonesia menyatu, kita harus menggabungkan lewat semua lini ,jangan satu orang untuk semua, satu berkoordinasi dengan yang lain

P : Kalau misi nya mas ? kalau yang tadi kan visi..

N : Yah.. Jadi misi nya adalah membangun sebanyak – banyaknya dan seluas – luasnya jejaring dengan teman – teman yang punya concern dengan pendidikan di Indonesia.

P : Emm.. terus pada awal terbentuknya GIB, ini kan orang masih belum tau apa itu GIB, nah.. dari yang konseptor pada awalnya itu seperti apa mas sehingga terbentuk GIB ?

N : Sebenarnya terbentuknya itu adalah dari kolaborasi dengan teman – teman dari Putera Sampoerna *Foundation*, sama teman – teman *School Development Outreach*-nya Sampoerna *Foundation*, mereka ngajak saya yukk ikut gabung untuk bikin gerakan yang terkait dengan pendidikan. Awalnya dari situ. Dan konsepnya pada awal kita pelajari, nah,, itu dia tidak adanya network atau jejaring yang terkait dengan pendidikan.

P : Terus untuk analisis SWOT nya mas.. Strenght dari GIB ini apa saja ?

N : Strenght untuk GIB sendiri adalah em..kekuatan kami itu sebenarnya adalah di *digital social media, analytic tools*, dan membangun jejaring. Sebenarnya itu adalah strength nya. Weakness nya adalah karena culture Indonesia ini harus apa.. harus minimal satu kali ketemu baru bisa dipercaya di *social media* maka kita butuh resource untuk bisa keliling Indonesia. Itu weakness nya dan harus ketemu di satu tempat untuk kenalan dulu, kayak gitu. Untuk membangun fondasinya, karena di Indonesia tanpa itu, kita gak jalan gitu..

P : untuk peluangnya ?

N : Nah.. *opportunity* - nya adalah ketika masing – masing jaringan yang terkait dengan pendidikan sudah berkolaborasi atau sudah berjejaring ajah, itu untuk membangun sebuah kolaborasi kegiatan, waahh.. itu itu benar – benar sky is a limit, maksudnya benar – benar kok ga ada alasan lagi untuk Indonesia maju ? maksudnya seperti itu.

P: Nah.. untuk *threat* nya sendiri , ancamannya, apa sih yang dapat mengancam atau menghambat dari GIB ini ?

N : Ancamannya adalah jika tidak adanya dukungan pemerintah atau dimatiin sama pemerintah atas nama kekuasaan.

P: Itu yah yang paling ?

N : Yah.. Itu jika mereka yang tidak menginginkan Indonesia menjadi lebih baik. Itu ancamannya itu sebenarnya disitu.

P : Kalau masyarakat yang antipati mungkin ?

N : Nahh.. masyarakat itu antipasti karena apa ? karena mereka gak tau. Ketika mereka tau, masyarakat Indonesia itu bukannya antipati, mereka akan berbondong – bondong membantu gitu. Sama seperti kejadian pada saat koin prita, ketika itu semua satu Indonesia gerak bareng-bareng ngumpulin koin sampai terkumpul delapan ratus juta dalam bentuk koin. Bayangin aja. Itu tuh artinya masyarakat Indonesia itu tidak antipati, masyarakat Indonesia itu sangat positif , sangat ingin membantumu, sangat ingin memberi kontribusi positif. Itu masyarakat Indonesia. Yang bilang masyarakat Indonesia antipati adalah kekuasaan, selama media yang tidak ingin Indonesia menjadi Negara yang lebih baik gitu. Seperti itu.

P : Untuk target audience dari GIB ini sendiri ? siapa aja mas ?

N : Emm.. semua orang yang punya kepedulian sama pendidikan di Indonesia, dan ingin berpartisipasi. Itu target utamanya. Sisanya yah.. masyarakat Indonesia.

P: Terus, key messages nih pada saat GIB pertama kali terbentuk , apa sih yang disampaikan ke masyarakat Indonesia ?

N : Kalau key messages yang pertama kali terbentuk, yang pertama kali disampaikan adalah apresiasi ke guru. Jadi ngomongnya adalah guruku, pahlawanku. Gitu. Karena entry point itu bisa membangun sebuah narasi yang orang – orang tuh nyaman.kayak gitu.

P: Terus, apakah ada perbedaan mas. Kan kita ngomongin GIB itu emm.. bukan Cuma ke masyarakat yah.. tapi juga ke pemerintah, media massa, apakah ada perbedaan pesan antara pesan yang disampaikan kepada masyarakat dan kepada pemerintah ?

N : Emm.. sebenarnya ada yah.. karena memang entry nya ada yang dari guru, tapi sekarang sudah dikembangkan ke arah kolaborasi. Jadi memang GIB itu adalah sebuah hub. Jadi ngomong ke pemerintah, ayo kita kolaborasi, yah.. apa yang bisa kita bantu, gitu. Tapi yah..kalo tunggu dari pemerintah yang ohh.. kita mau bikin ini, bikin itu, yah.. gak jalan – jalan juga kan akhirnya.Yah.. makanya pesannya sekarang dikhususkan ke kolaborasi untuk pendidikan di Indonesia.

P : Terus kalau untuk ngomongin objectives mas, objectives dari GIB dari awal terbentuknya selama 3 bulan atau 6 bulan kedepan ? ada tenggat waktunya gak ?

N : Emm.. ada objectivesnya itu sebetulnya em..dalam waktu satu tahun jejaring GIB ini udah mulai ada, terus tahun depan, ini semua komponen yang concern terhadap pendidikan di Indonesia sudah dapat melakukan sesuatu yang terkait dengan pendidikan di Indonesia.

P : Tahun depan itu, maksudnya 2014 mas?

N : Yah.. betul 2014.

P : Ohh.. oke. Terus, Strategi mas pada awal GIB terbentuk ?

N : Strategi pada awal GIB terbentuk itu, ada talkshow, talkshow dulu kenalan dengan semua komponen yang terlibat, komponen masyarakat, pemerintah, kita membangun jejaring dulu. Itu strateginya. Setelah itu, aktivitas.

P: Aktivitas berupa ?

N : Aktivitas yang menjadi hasil dari kolaborasi.

P : Untuk taktiknya mas ? pemilihan media apa sajah yang dipakai ?

N : nah.. untuk taktiknya, pemilihan medianya itu paling banyak kita menggunakan social media dan media mainstream. Contohnya tuh radio, majalah, dan partner media online. Tapi akan lebih baik jika kita genjot banyak di media online, karena media online itu pasti punya akun Twitter.

P : Nah.. dari sekian banyak media online, yang menurut mas, paling.. emm.. paling ‘ngena’ nih masyarakat menurut Mas, yang mana ?

N : Emm.. media – media yang concern di media pendidikan. Contohnya kayak ada mamspellis, ada the urbanmama kayak gitu.

P : Untuk media social itu sendiri , seperti Facebook, Twitter, gitu ?

N : Lebih efektif di Twitter. Emm.. gak ada satu gerakan pun yang saya lihat di Indonesia yah.. itu berkembang dari Facebook. Gak ada. Semua mulai nya dari Twitter.

P : Terus, struktur organisasi di GIB ini sendiri, seperti apa mas ?

N : haha.. nggak ada struktur organisasi di GIB, Cuma ada ketua sama.. emm.. nggak ada udah selesai. Ketua dan *volunteer – volunteer*. Sebenarnya itu juga dibuat, sebenarnya saya juga bukan ketua banget, tapi saya bantu koordinasinya ajah. Tapi karena waktu itu ditunjuk jadi ketua, yah jadi ketua ajah. Sebenarnya penggiat – penggiat inilah yang mereka adalah *leader- leader* , pemimpin – pemimpin yang menggelontorkan senjatanya, kami kan cuma hub, jadi tidak ada struktur organisasi, jadi kalau ada, wahh.. ada nih.. kita akan bantu berjejaring , saling koordinasi untuk bikin emm.. kegiatan yang positif untuk pendidikan Indonesia, tapi harus terkoordinasi supaya orang tau, naah.. dokumentasinya kita bantu nih. Seperti itu..

P : Terus, saya pernah lihat ada petisi yah mas? Nah.. itu seperti apa mas ?

N : Kalo petisi itu tuh, aduhh.. maaf saya jadi..

P : Iyah.. gapapa mas.. santai ajah..

N : Kalau petisi itu ada di chance.org itu kayak platform untuk bikin petisi, waktu itu tuh kita buat petisi terkait dengan kurikulum tahun 2013, gitu. Emm.. memang secara kontekstualnya bagus, tapi banyak hal – hal yang nggak sesuai, banyak hal – hal yang untuk implementasi masih susah. Yah.. untuk UN kemaren ajah masih berantakan kan.. nah.. banyak *concern – concern* dan itu hasilnya petisi tersebut. Tapi itu adalah kegiatannya a chance.org

P : Nah untuk evaluasinya.. mas jika kita melihat dari awal terbentuknya GIB pada September 2012, hingga akhir tahun 2012, bagaimana sikap masyarakat terhadap GIB ?

N : Yaa.. *so far* sih *alhamdulillah* yaa.. respons masyarakat sangat positif yah.. yah.. tadi itu.. ketika kita bilang, yah.. kita mah tidak berasosiasi dengan siapapun kita hanya berjejaring dan kita tidak mengambil untung, kita bukan *broker* CSR gitu.. kita Cuma meng- *connect*-an yauda mereka jalan sendiri tapi terkordinir, masalahnya tuh nggak ada yang mengkoordinir, padahal tuh banyak banget kegiatan yang keren – keren, banyak banget dana CSR, banyak banget orang yang mau berpartisipasi dan sebenarnya pemerintah juga pengen pendidikan Indonesia ke arah yang lebih baik. Yah.. ini nggak ada yang mengkoordinir aja gitu.

P : Kalau dilihat dari kacamata GIB, pendidikan di Indonesia hingga saat ini seperti apa mas ?

N : Emm.. masih banyak room to improve. Pendidikan di Indonesia saat ini memang masih sangat sangat tidak ideal, tapi sudah ada beberapa sekolah yang menuju ke arah sana, terutama yang paling concern terbesar saya adalah ke arah adalah pendidikan tentang keberagaman yang ada di Indonesia dan pendidikan untuk damai dalam keberagaman di Indonesia. Toleran, itu penting sekali. Itu yang belum ada, apa mulai bermunculan kota yang justru mengajarkan intoleransi dan mengajarkan tidak damai dalam keberagaman , yang artinya mengajarkan kebencian pada kelompok, kaum, suku, bangsa agama tertentu. Dan itu tidak benar, itu bahaya dan itu tidak baik. Sebenarnya mereka itu masyarakat yang minoritas, tapi mereka sangat terkoordinir .itu yang mengerikannya dalam pendidikan di Indonesia, makanya itu yang harus dibangun adalah kita harus bareng bareng dan terkoordinir dalam menyikapi keberagaman.

P : Terus mas, sejauh mana sih objectives GIB sudah tercapai ?

N : Saat ini untuk membangun network, network sudah terbentuk gitu sekitar 50% , untuk kegiatan – kegiatan kolaboratif, ini sama XLfuture leaders sudah berjalan ke beberapa kota, dan harapannya memang akan semakin banyak kegiatan – kegiatan kolaboratif lainnya dengan komunitas, perusahaan , maupun pemerintah, untuk membangun pendidikan Indonesia ke arah yang lebih baik. Jadi sekarang seperti gelundungan bola salju, kan bola salju awalnya ditahan, kemudian yang akan menggelundung lebih lebih dan lebih lagi. Jadi harapannya bisa seperti itu.

P : Oke.. sudah sih mas, itu sajah..

N : Wah.. sudah nih ? iyah saya juga harus segera ke Bandung.

P : Iyah mas. Makasi banyak yah mas.

N : Ya.. *goodluck* untuk skripsinya. Maaf yah *hectic* banget.

P : Hahaha.. gapapa mas. *Thank you*