



Universitas Airlangga

PIDATO PENGUKUHAN

**TRANSFORMASI TEKNOLOGI
KOMUNIKASI DIGITAL
TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL
SEBAGAI PERSOALAN AKTUAL**

Disampaikan pada Pengukuhan Jabatan Guru Besar
dalam Bidang Ilmu Komunikasi Politik
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga
di Surabaya pada Hari Sabtu, Tanggal 30 April 2016

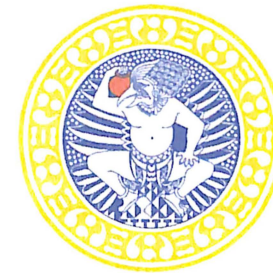
Oleh:

Prof. Dr. Drs. Henri Subiakto, S.H., M.Si.

SITAS
GGA
2
/20
0

KFB
KF2
PG. 02/20
Sub
t

**TRANSFORMASI TEKNOLOGI KOMUNIKASI DIGITAL
TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL
SEBAGAI PERSOALAN AKTUAL**



Pidato :

Disampaikan pada Pengukuhan Jabatan Guru Besar
dalam Bidang Ilmu Komunikasi Politik
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga
di Surabaya pada Hari Sabtu, Tanggal 30 April 2016

Oleh :

HENRI SUBIAKTO



Bismillahirrochmanirohim,
Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh,

Yang Terhormat,
Ketua dan Anggota Majelis Wali Amanat Universitas
Airlangga,
Rektor dan para Wakil Rektor Universitas Airlangga,
Ketua dan Anggota Senat Akademik Universitas
Airlangga,
Para Guru Besar di lingkungan Universitas Airlangga
dan Guru Besar Tamu dari Universitas lain yang hadir,
Para Dekan dan Wakil Dekan Universitas Airlangga,
Para Direktur di lingkungan Universitas Airlangga,
Para Ketua dan Sekretaris Lembaga di Lingkungan
Universitas Airlangga
Kolega, rekan, keluarga, teman sekantor, serta hadirin
undangan yang saya muliakan.

Pada hari yang berbahagia ini, perkenankan
saya mengucapkan puja dan puji syukur yang tak
terhingga kehadiran Allah SWT atas anugerah-Nya yang
luar biasa pada kita semua, sehingga pada hari ini kita
bisa mengikuti Sidang Terbuka Pengukuhan Guru Besar
di lingkungan Universitas Airlangga yang kita
banggakan dan kita cintai. Terima kasih yang tak

terhingga saya sampaikan atas kehadiran, perhatian dan kesediaan bapak, ibu, saudara untuk hadir dan menyimak sejenak orasi ilmiah saya ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, hidayah dan ridlo-Nya kepada kita semua, amin.

Bapak/Ibu, Hadirin yang saya muliakan,

Melalui mimbar ini, perkenankan saya menyampaikan orasi ilmiah, berdasarkan pemikiran, pengalaman, dan perhatian saya tentang perkembangan teknologi komunikasi yang signifikan mempengaruhi fenomena sosial, termasuk komunikasi politik yang selama ini saya alami. Pada kesempatan yang sangat baik ini, saya menyampaikan orasi berjudul :

**TRANSFORMASI TEKNOLOGI
KOMUNIKASI DIGITAL TERHADAP
PERUBAHAN SOSIAL SEBAGAI
PERSOALAN AKTUAL**

Bapak/Ibu, Hadirin yang saya muliakan

Banyak ahli meyakini, teknologi komunikasi adalah determinan kehidupan sosial. Bagaimana orang berinteraksi, bentuk organisasi sosial, hingga sejarah kehidupan manusia, ditentukan oleh teknologi komunikasi yang digunakan. Tercatat dalam sejarah perkembangan manusia, teknologi komunikasi berperan penting dalam perubahan sosial. Everett M Rogers (1986) mengatakan, penemuan tulisan atau teknologi tulisan (*writing*) telah menyebabkan perkembangan teknologi cetak menjadi sangat pesat. Sementara itu, penemuan teknologi telekomunikasi dan komputer, telah membawa pengaruh besar terhadap kemajuan teknologi interaktif (McQuail, 2005: 102).

Dalam pandangan teori determinisme teknologi, kehidupan masyarakat tergantung pada mesin-mesin teknologi komunikasi yang ditemukan. Menurut Harold Adam Innis, tokoh utama *technological determinism theory*, yaitu sejarawan ekonomi dari Toronto School, menyatakan, setiap teknologi komunikasi yang dominan digunakan masyarakat, memiliki bias dalam hal pengaruhnya terhadap bentuk masyarakat itu sendiri (Mc Quail, 2005: 103). Determinisme teknologi komunikasi menjelaskan bahwa rangkaian penemuan dan aplikasi teknologi komunikasi telah mempengaruhi

perubahan-perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Sedangkan Wanda J. Orlikowski (2009) juga mengungkapkan teori yang hampir sama yaitu "*Socio materiality*". Dikatakannya, manusia dan teknologi komunikasi itu sudah menyatu, saling berinteraksi dan mempengaruhi satu dengan yang lain. Manusia menemukan dan mengembangkan teknologi komunikasi, lalu melengkapinya dengan fitur - fitur, ketika fitur-fitur itu digunakan, aktivitas manusia pun berubah, perubahan itu membutuhkan perbaikan dan pengembangan teknologi yang baru, begitu seterusnya. Susan Greenfields, dalam *Mind Change, How Digital Technologies are leaving their mark on our brains* mengatakan, otak manusia pada dasarnya menyesuaikan dengan lingkungan teknologi yang digunakan. Teknologi digital yang sangat canggih tidak membuat otak menjadi malas atau tidak bekerja, tetapi justru memunculkan potensi kreativitas dan kecerdasan yang sebelumnya tersembunyi (Greenfields, 2015).

Lebih dua dekade yang lalu, Daniel Dakhidae dalam disertasinya di Cornell University Amerika Serikat mencatat, implikasi inovasi teknologi cetak telah mempengaruhi ekspansi bisnis media cetak menjadi kian besar dan membutuhkan manajemen yang lebih profesional. Berkat penggunaan komputer dan mesin

cetak modern, terjadi intensifikasi kerja jurnalistik, yang mendorong ekspansi atau ekstensifikasi bisnis di bidang lain. Penggunaan teknologi baru tidak hanya sekadar memunculkan efisiensi, melainkan juga memunculkan transformasi kapital. Teknologi, bukanlah sekadar sarana, namun menjadi jantung persoalan, yang mengubah bentuk produksi komoditas yang sederhana menjadi bentuk produksi yang sangat maju. Istilahnya, "*to have more, to be more in order to be more*" (Dakhidae, 1991 :143). Terbukti teknologi telah mendorong terjadinya konsentrasi industrial menjadi industri baru (Dakhidae: 534). Maksudnya, perkembangan konglomerasi media yang masif di era 1980 – 1990-an, tak lepas dari pengaruh adopsi teknologi komputer dalam industri media.

Jauh sebelum itu, di abad ke-15 juga terjadi perubahan sosial yang luar biasa disebabkan penemuan teknologi mesin cetak. Johannes Gutenberg 1446 menemukan mesin cetak *press* di Mainz Jerman. Akibatnya, tidak main – main, kekuatan duplikasi mesin cetak Gutenberg mampu menyebar luaskan dan meningkatkan tingkat melek huruf secara dramatis (Vivian 2008:10). Seratus tahun setelah penemuan mesin cetak, Eropa mengalami revolusi pencerahan pemikiran, buku dan koran bermunculan dan tersebar.

Bahkan, agama pun "dikoreksi". Awalnya, kitab suci *Bible* jumlahnya terbatas, dalam Katholik, *Bible* hanya boleh dibaca oleh para pemimpinnya. Namun, setelah ada mesin cetak, jumlahnya meningkat pesat. Pengakses *Bible* menjadi lebih terbuka. Martin Luther dari Jerman mem-pelopori protes dan reformasi, sehingga lahirlah Kristen Protestan. Artinya, perubahan besar di Eropa waktu itu, tidak dapat diingkari karena hadirnya teknologi komunikasi yang baru.

Bapak/Ibu Hadirin yang saya muliakan,

Konvergensi Teknologi Digital

Fenomena yang sama, terjadi juga pada perkembangan teknologi komunikasi digital dewasa ini. Penggunaan *gadget* berupa *smartphone*, mengkonvergensi telekomunikasi, internet, dan penyiaran, telah mempengaruhi perubahan intensitas sosial tatap muka secara langsung. Banyak pergeseran bentuk interaksi sosial, dari yang kongkret menjadi *virtual*, lewat teknologi komunikasi digital. Sekarang, orang menjadi begitu mudah *get connected*, saling terhubung secara teknologi. Tidak ada lagi batasan jarak (*space*) dan waktu (*time*). Terjadi "revolusi komunikasi" yang menyebabkan "revolusi sosial". Aktivitas di *cyber space*, yang dulunya dianggap

"*virtual*", justru semakin membesar, dan menjadi dominan. Sekarang aktivitas di *cyber space* tak lagi dipandang *virtual*, tetapi sudah menjadi bagian dari *real life*. Punya konsekuensi yang riil terhadap kehidupan di dunia fisik.

Fenomena konvergensi teknologi, terjadi ketika teknologi komputer, telekomunikasi, internet, penyiaran, dan media cetak menyatu dalam kesatuan digital secara bersama, atau yang didefinisikan oleh Pavlik dan McIntosh sebagai "*the coming together of computing, telecommunications, and media in a digital environment is known as convergence*" (Pavlik & McIntosh, 2004:19). Konvergensi digital, juga diartikan menyatunya perusahaan penyedia layanan, menyatunya alat penerima atau *divice*, dan menyatunya *network* atau jaringan pada penyedia telekomunikasi, penyiaran, dan internet.

Walaupun definisi konvergen yang ada belum disepakati, namun intinya terjadi transformasi teknologi komunikasi dari bentuk lama ke bentuk baru yang menyatu, dengan implikasi-implikasi yang baru pula. Konvergensi teknologi komunikasi, menyebabkan transformasi tidak hanya pada institusi komunikasi, maupun kalangan kreatif atau profesional, tetapi juga pada industri, publik, dan bahkan pemerintah atau



negara. Perubahan teknologi komunikasi digital membawa paradigma baru dan perubahan sosial termasuk di dalamnya perubahan bentuk aktivitas ekonomi, model bisnis industri, hingga regulasi.

Marshall McLuhan (1989) pernah mengatakan, teknologi adalah kepanjangan dari indera manusia (*"technology is the extention of human minds"*) Radio adalah kepanjangan telinga kita (*the extention of ears*). Kamera adalah kepanjangan mata kita (*the extention of eyes*). Maka dari itu, saya berpendapat, teknologi digital *smartphone* sekarang ini adalah kepanjangan dari hidup kita (*the extention of our life*). Hampir semua aktivitas hidup manusia super-modern sekarang *life in fingers*, di jari-jari, di *smartphone*. Orang tidak bisa dipisahkan dari digital *smartphone*-nya, baik untuk aktivitas sosial, ekonomi, politik, budaya, rekreasi dan lain – lainnya.

Pada akhirnya, tuntutan untuk berubah tidak terelakkan bagi masyarakat, industri, dan juga pemerintah, seiring dengan perkembangan teknologi digital. Namun demikian tidak berarti teknologi digital akan menghapus penggunaan teknologi-teknologi konvensional atau tradisional. Media seperti televisi, radio, surat kabar, buku dan sebagainya, akan tetap ada, tidak akan hilang atau mati. Hanya fungsinya mengalami perubahan. Ibarat lilin yang tersaingi oleh

lampu listrik. Atau ibarat lukisan yang tersaingi dengan teknologi foto. Atau pengiriman surat berprangko yang kalah oleh email, *SMS*, *BBM* hingga *WhatsApp*. Akan tetapi, teknologi konvensional itu, tidak mati atau tersapu, melainkan berubah fungsi, menjadi bernilai seni, menjadi bahan koleksi, menjadi media romantisme masa lalu. Saya yakin di masa depan, akan semakin banyak teknologi atau media konvensional yang senasib dengan lilin, lukisan, dan perangko.

Ketika konvergensi teknologi komunikasi sudah dimanfaatkan secara luas, maka tuntutan penyesuaian pada teknologi tersebut menjadi tuntutan sejarah atau keharusan. Tuntutan tersebut meliputi perubahan regulasi, model bisnis, reposisi kelembagaan, kebijakan negara, hingga kesiapan SDM dan masyarakat. Intinya, transformasi teknologi digital telah memunculkan perubahan sosial dan bisnis model baru di berbagai sektor kehidupan, yang berpotensi memunculkan "benturan" dengan model bisnis konvensional, atau yang lama.

Bagi dunia industri yang terkait teknologi komunikasi, implikasi dari konvergensi digital bukan sekadar berimplikasi pada berubahnya sarana, tetapi *"It means technology is not just a technology, It is transformed into hyper capital with new business"*

models". Artinya, untuk negara besar seperti Indonesia, yang sekarang kondisi ekonominya cukup baik, ketika internet hadir, gelombang kapitalis pun berebut masuk untuk memodali *start-up* yang kelak akan mendominasi jagat *e-commerce* Indonesia (Yuswohadi, 2016). Begitu pula perusahaan global berbasis aplikasi digital, juga menyerbu pasar negeri ini, bersama kekuatan *hyper capital* mereka, tetapi diterima, dan diminati secara luas. Masyarakat mendukung, karena merasakan manfaat teknologi komunikasi digital, yang membawa efisiensi, kemudahan, dan meningkatkan kualitas hidup (Tim Unair, 2008: 8 – 9). Secara konseptual, kehadiran teknologi komunikasi digital, memunculkan kolaborasi fungsional antara kekuatan kapitalis global (yang ada di belakang perusahaan berbasis aplikasi), dengan masyarakat luas, yang memanfaatkan peluang teknologi aplikasi tersebut, *vis a vis* dengan kapitalisme menengah (lokal atau nasional) yang menguasai bisnis konvensional.

Bapak/Ibu, Hadirin yang saya muliakan,

Bergesernya Aktivitas ke Dunia Maya

Kita sekarang hidup di dunia yang teknologi dan pengaruhnya tidak pernah kita bayangkan pada satu dekade sebelumnya. Aktivitas sosial, ekonomi, budaya,

dan politik, terjadi tidak hanya di dunia fisik, melainkan semakin banyak bergeser ke dunia siber (*cyber life*). Hampir setiap bulan, selalu muncul fitur aplikasi baru, yang penggunaannya berdampak pada aktivitas masyarakat. Dahulu orang melakukan aktivitas komunikasi, kegiatan sosial, ekonomi, dan budaya, adanya di dunia fisik, sekarang bertransformasi secara signifikan ke dunia *cyber* atau *online*. Kalangan *net generation*, waktunya semakin dihabiskan dalam aktivitas di dunia *cyber*. Tidak sedikit yang beraktivitas *online* sampai sepuluh jam sehari. Dunia *cyber* menjadi dunia nyata *real life* yang porsinya semakin ke depan semakin besar bagi *net generation*.

Sebagai contoh di sektor pendidikan, *Google* sudah cukup lama meluncurkan fitur *Google Scholar*. Dengan fitur ini, kita bisa mengakses berbagai materi pelajaran teks dalam berbagai format publikasi. Di dalamnya terdapat jurnal – jurnal *online* dan publikasi ilmiah yang memudahkan bagi siapa saja yang mencari literatur. Ada pula fitur *Microsoft Academic*, yaitu mesin pencari referensi penelitian dalam format publikasi. Dalam fitur ini, kita mudah mencari jurnal berdasarkan penulis, atau afiliasi terpat para peneliti bernaung. Ada pula *Library Genesis*, ini adalah situs penyedia buku digital paling lengkap, dari berbagai

jurusan, baik eksak maupun sosial, dan semuanya dapat kita akses secara gratis. Lalu, ada pula media sosial yang saling mempertukarkan hasil penelitian di kalangan akademisi terutama mahasiswa, yaitu *Academia*. Di aplikasi ini, setiap pengguna bisa saling ngobrol membahas penelitian dan saling berbagi hasilnya.

Dengan keberadaan situs dan aplikasi seperti itu, apakah masih relevan kita membangun perpustakaan fisik dengan bangunan yang luas? Bisa jadi nantinya toko buku dan perpustakaan akan semakin sepi. Mahasiswa kalau masih membeli buku ke toko buku, karena diwajibkan dosennya, yang sudah terlanjur menerbitkan buku secara manual. Mahasiswa kalau datang ke perpustakaan bukan untuk mencari buku cetak, tetapi lebih sekadar mencari *wifi* gratis untuk *searching* buku digital di *virtual library* seperti yang saya ungkapkan. Atau malah mau kencan, *nge-date*, ngadem, sambil melihat – lihat museum buku cetak yang ada. Terkait perkembangan tersebut, teknologi komunikasi digital terbukti telah menciptakan kesempatan yang sama bagi siapa pun, dimanapun penggunaanya berada, dalam mengakses informasi maupun aktivitas di dunia maya. Dalam hal ini, teknologi telah memberi kesempatan *empowerment*

pada individu penggunaanya yang disebut *the world is flat* (Friedman, 2005).

Survei tahunan Lembaga Riset *Childwise* di Inggris mencatat bahwa, kalangan muda sekarang rata – rata menggunakan internet selama tiga jam dalam sehari. Situs video *sharing You Tube, Instagram, Snapchat, Facebook* dan *Twitter* merupakan tujuan paling populer mereka (Laporan Tim internet Sehat, 27/01/2016). Adapun menurut Laporan *Smartphone User Persona Report* (SUPR) November 2015, para pengguna *smartphone* di Indonesia menghabiskan waktu rata – rata 2 jam 9 menit per hari untuk *online*. Aktivitasnya didominasi *chatting*, mengakses jejaring sosial, mengakses aplikasi, dan situs internet (SUPR, 2015).

Ada perubahan yang signifikan dengan kehadiran teknologi komunikasi digital. Perubahan itu bukan hanya pada perilaku, tetapi juga model industrinya. Pada mulanya, hanya ada dua macam industri berbasis frekuensi, yaitu Telekomunikasi dan Penyiaran. Dulu penggunaan Frekuensi hanya dipakai untuk dua aktivitas tersebut. Tahun 1990-an internet mulai berkembang, muncullah *internet Service Provider*. Belakangan tahun 2000-an muncul industri informatika terbaru yang levelnya ada di atas tiga

industri sebelumnya, yang disebut layanan *Over The Top (OTT)*.

Bisnis Telekomunikasi merupakan bisnis pertama yang dijalankan oleh *Nasional Service Provider (NSP)*. Perusahaan NSP adalah perusahaan penyedia infrastruktur telekomunikasi sekaligus *operator* yang melayani jasa telepon dan *short message service (SMS)*, seperti PT Telkom, Telkomsel, Indosat, Exelcomindo, dan lainnya. Bentuk bisnis kedua adalah *Penyiaran*. Bisnis penyiaran menggunakan frekuensi khusus untuk memancarkan siaran radio maupun televisi. Penyiaran sering juga disebut telekomunikasi khusus (UU no 36 tahun 1999). Adapun menurut UU 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, ada empat macam lembaga penyiaran, yaitu Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Komunitas dan Lembaga Penyiaran Berlangganan. Bentuk bisnis ketiga adalah *Internet Service Provider (ISP)*, yaitu perusahaan penyedia layanan internet, seperti *Speedy, Biznet, Im2 Indosat*, dan lainnya. ISP ini sebagian dimiliki oleh perusahaan NSP. Kemudian bentuk bisnis keempat yang adalah layanan *Over the Top (OTT)*, yaitu layanan pengiriman *content* menggunakan CDN (*Content Distribution Network*) yang memungkinkan *user*

memperoleh manfaat internet yang sebenarnya, yang tidak disediakan NSP maupun ISP.

Keberadaan aplikasi *Over the Top (OTT)* menjadi karakter *digital life* dewasa ini. Namun kehadirannya sering dinilai sebagai “ancaman”. Perusahaan telekomunikasi atau NSP (*National Service Provider*), perusahaan ISP, media massa, dan perusahaan lain yang model bisnisnya masih konvensional sering merasa “terganggu” dengan kehadiran OTT. Perusahaan OTT sering dinilai menjadi “benalu” yang merusak model bisnis lama. Repotnya belum ada regulasi yang memadai. Padahal OTT sebagian besar perusahaan global yang dimiliki dan berasal dari negara asing.

Ada beberapa jenis OTT yang kita ketahui berdasarkan fungsi kegunaannya. **Pertama**, *OTT Komunikasi*, yaitu perusahaan aplikasi yang fungsi utamanya layanan komunikasi secara *online* berbasis *internet* dan *real time* bagi penggunaannya. Contoh, *WhatsApp, Line, Messenger*, dan layanan sejenis lainnya. **Kedua**, *OTT Content Media*, perusahaan aplikasi untuk mengakses *content* media, baik yang berbentuk video, film, music, atau *content* digital yang lain. Contoh OTT ini adalah *You Tube, Netflix, Sound Cloud* dan aplikasi sejenis lainnya. **Ketiga**, *OTT*

Commerce, yaitu perusahaan aplikasi untuk layanan *e-commerce*, perdagangan *online*, atau bisnis-bisnis baru berbasis *online*. Contoh, *Pay Pal*, *Trivago*, *Airbnb*, *Grab*, *Uber*, *Lazada*, *OLX*, *Go-Jek*, dan sejenisnya. Bentuk *OTT e-commerce* ini masih dapat dikelompokkan sesuai sektor penggunaannya. **Keempat**, *OTT Social Media*, yaitu bisnis aplikasi untuk bersosialisasi di dunia maya seperti *Face Book*, *Twitter*, *Instagram*, *Path*, *Linkedin*, *Tumblr*, *Academia* dan lain lain. **Kelima**, *OTT Information Aggregator*, yaitu perusahaan aplikasi untuk layanan informasi, bank data atau panduan informasi untuk *user*. Contoh *Google Search*, *Google Map*, *Google Earth*, *Google Scholar*, *Mozilla Fire Fox*, *Yahoo Search*, *Waze*, *Microsoft Academia* dan perusahaan aplikasi sejenis.

Pembagian lima jenis *OTT* tersebut, masih dapat diperdebatkan. Bisa ditambah atau dikurangi sesuai perkembangan. Karena aplikasi *OTT* memang fleksibel, longgar, jumlah dan jenisnya terus tumbuh secara kreatif, ke berbagai sektor, bahkan karakteristik layanannya juga berkembang. Kesamaannya, semua *OTT* berkeinginan punya *user* sebanyak-banyaknya. *User* (pengguna) adalah kekuatan, atau modal untuk layanan jasa, maupun bisnis *big data*, hingga penarik investor. *Big data* menjadi bisnis baru yang

dikembangkan *OTT* global, yang dikumpulkan dari aktivitas para pengguna *OTT* yang bersangkutan.

Bapak/Ibu, Hadirin yang berbahagia,

Era *Big Data* dan Transparansi

Big data atau *smart data* adalah hasil observasi mesin *OTT* terhadap interaksi dan transaksi yang dilakukan oleh seluruh *user* aplikasi internet. Semakin banyak orang menggunakan atau men-*download* aplikasi yang bersangkutan, semakin banyak pula *big data* diperoleh dan disimpan dalam *cloud* mereka. Semakin aktif para *user* berinteraksi dan bertransaksi, maka semakin kaya *big data* yang terkumpul. Setiap orang saat tersambung dengan aplikasi internet adalah *data*. Kita semua adalah *data*. Perilaku kita yang tersambung dengan internet adalah *data*. Interaksi dan transaksi kita adalah *data*. Apa yang kita hasilkan dan *upload* di internet juga *data*. Ada *data* yang dibuat secara sadar, dan ada pula yang dibuat secara tidak sadar. Saat kita membuka *Face Book*, *Twitter*, *WhatsApp* atau lainnya, berarti kita sedang menstransmisikan *data* lokasi, mobilitas, *gadget* yang dipakai, hingga perilaku atau pola hidup yang terekam. Teknologi komunikasi digital memungkinkan semua aktivitas individu yang terkoneksi ke sistem internet,

menjadi *big data* secara kualitatif dan kuantitatif, dengan ukuran *petabytes* (melebihi *terabyte*, *gigabytes* dan *megabytes*).

Teknologi *digital* merekam *purchase detail*, *purchase record*, dan *payment record*. Kemudian memilah berdasar segmentasi demografi, aktivitas dan transaksi, hingga kordinat dimana kita beraktivitas. Juga data mengenai afiliasi jaringan, kemampuan membeli, pasar yang dicari, perilaku yang disukai, hingga saluran dan informasi yang dipilih. Kesemuanya *ter-record* dan terkumpul sebagai *big data*. *Big data* juga berisi kumpulan jutaan berita, video, dan foto, yang terus bertambah, dari hasil *user generated content* di *internet*. Walhasil, *big data* adalah bahan baku untuk mengungkap apa saja yang sudah terjadi, sekaligus bahan pengambilan keputusan secara lebih cepat dan tepat, oleh organisasi politik, industri, lembaga pendidikan, perbankan, pemerintah, hingga publik. Bahkan, data hasil investigasi, atau bocoran sekalipun saat masuk sistem internet, juga menjadi bagian dari *big data*.

Dengan *big data*, banyak pihak bisa *searching* mengenai *track record* atau reputasi seseorang. Bahkan berita, ataupun fitnah yang ada dalam sistem internet, akan “permanen” menjadi bagian dari *big data*. Tentu

ini bisa dipakai sebagai bahan komunikasi politik, investigasi hukum, hingga kepentingan intelejen. Teknologi digital yang memunculkan *big data*, identik dengan fenomena transparansi. Artinya, di era teknologi digital ini, siapapun dia akan terekam segala aktivitasnya sebagai *big data*. Fenomena inilah yang kemudian memunculkan tuntutan pentingnya *right to be forgotten*, hak seseorang untuk minta dibersihkan dari *content* fitnah, atau informasi palsu yang ada di internet. Inilah salah satu tuntutan dalam regulasi Rancangan Undang Undang Perlindungan Data Pribadi. Sayangnya sering terjadi kesulitan, bagaimana negara bisa melindungi data-data pribadi warga negaranya kalau keberadaan *server*, ataupun *cloud computing* yang menyimpan data tersebut ada di luar kendali, atau di luar kedaulatan negara yang bersangkutan.

Bapak/Ibu, Hadirin yang saya muliakan,

Di era teknologi komunikasi digital, tidak terhindarkan data menjadi modal atau kekuatan penting, yang kemudian dikapitalisasi. Kapitalisasi data karena data yang dikumpulkan OTT seperti *Google*, *Face Book*, *Twitter* dan lainnya dari ratusan juta, atau bahkan milyaran penggunaanya di seluruh dunia, adalah kekuatan bisnis yang luar biasa. *Big data* dapat

digunakan untuk dasar promosi dan iklan *micro targeting* yang sangat spesifik *audience*-nya, sesuai target yang dituju, baik dari sisi lokasi, segmen, hingga waktu yang tepat berdasar data histori para pengguna internet yang disasar. *Google* misalnya, sekarang adalah "perusahaan iklan" terbesar di dunia, dengan produk yang bernama *Google AdSense*. Tahun 2014 *AdSense* meraup pendapatan \$59 milyar atau 826 trilyun rupiah. Dengan memanfaatkan *big data*, *Google AdSense* mampu melakukan *micro targeting advertisement* dan *e-promotion* yang lebih efisien dan tepat sasaran. Cara kerja demikian tidak hanya dilakukan *Google*, tetapi juga *Face Book* dan OTT lain. *Face Book* yang 2014 sudah digunakan oleh 1.32 milyar penduduk dunia, telah meluncurkan fitur *Pages* untuk promosi dan iklan secara personal para pemilik akun. Fitur *Pages* dapat dipasang pesan, foto, atau iklan yang jika *di-boosted* akan tersebar ke berbagai akun yang diinginkan. Target yang dituju dapat berdasar wilayah keberadaan pemilik akun, demografi pemilik, gaya hidup, hingga yang paling spesifik misalnya yang suka *nge-like* kuliner, *nge-like* postingan politik, dan lainnya. Kesemuanya dapat dilakukan secara mudah dan murah, tinggal pencet di layar akun *Face Book*-nya dan mencantumkan nomer kartu kredit, maka iklan akan tersebar sesuai kehendak

personal si pemasang. Misalnya seorang kandidat calon kepala daerah ingin memposting pemikirannya untuk kalangan pemilih pemula di suatu daerah, dia bisa menggunakan fitur pages di *Face Book*. Fenomena ini, tentu merupakan tantangan baru, sekaligus "mengancam" model bisnis iklan media massa konvensional. Porsi iklan media konvensional, akan digrogoti secara signifikan. Ini persoalan serius, sebagaimana kasus *Grab* dan *Uber taxi*.

Data tidak hanya untuk iklan, tetapi data identik dengan *user*. Semakin banyak *user*, semakin banyak data, begitu pula sebaliknya. Karena itu, banyak perusahaan OTT agresif mencari *user* dengan berbagai cara, termasuk subsidi, dan *discount*. Dengan *user* yang semakin banyak, jangkauan semakin luas, data pun semakin banyak pula. Kuantitas dan kualitas *user* dan data, akan menarik *crowd funding* atau *investor*. Upaya meraup uang dari investor itulah salah satu tujuan mengumpulkan *user* sebanyak banyaknya. *User* akan semakin banyak tergantung kreativitas aplikasi yang ditawarkan. Artinya, intelektualitas para pembuat aplikasi akan memperoleh apresiasi dengan banyaknya *user*. Di situlah di era teknologi komunikasi digital terjadi fenomena, intelektual akan menjadi magnet bagi kapital. Menggeser fenomena sebelumnya, dimana yang

menjadi magnet itu kapital, yang menarik kalangan intelektual.

WhatsApp misalnya, ketika dirilis tahun 2009 oleh seorang intelektual muda, yaitu Jan Koum, waktu itu modalnya hanya \$ 250. Dua tahun kemudian *WhatsApp* dapat suntikan dana \$ 80 juta dari *Sequoia Capital*. Tahun 2013 *Sequoia Capital* menambah investasi \$ 50 juta. Akhirnya, tahun 2014, *WhatsApp* dibeli *Face Book* sebesar \$ 19 milyar. Bayangkan, betapa kayanya Koum, pemuda kelahiran Ukraina ini sekarang menjadi milyarder. Akan tetapi itulah harga sebuah kreativitas aplikasi OTT dengan *user* sebanyak 800 juta, yang berarti jangkauan dan data penggunanya juga luar biasa. Tidak hanya *WhatsApp* yang dapat suntikan dana dari investor, *start-up company* lain juga memperoleh suntikan investasi dari para investor. Tahun 2015, *Uber* memiliki nilai pasar \$ 65 miliar, sementara *Airbnb* nilainya \$ 25 miliar. Pasokan *capital* dalam jumlah besar terus mereka terima. Dari kebutuhan dana operasional *Uber* 2015 sebesar \$ 6.5 miliar, hampir \$ 5 miliarnya berasal dari suntikan investor. Begitu pula *Airbnb*, di tahun yang sama, dari anggaran \$ 2 miliar, \$ 1.6 miliar diantaranya juga berasal dari suntikan modal baru dari investor. Tentu para pemodal itu berharap,

nantinya mereka akan meraup untung, terutama setelah perusahaan melakukan IPO.

Jadi, OTT berteknologi *big data* ini, akan mempengaruhi secara signifikan pengambilan keputusan, promosi, iklan, hingga model bisnis komunikasi. Martha Bennett dari *University of Maryland*, mengatakan: “*big data technologies are changing the world, everything from the internet of things to gathering both more qualitative and more quantitative data will lead to better decision making and inside*” (Bennet, 2015).

Fenomena *Wikileaks* dan *Panama Papers* yang baru – baru ini ramai dibicarakan, juga merupakan bukti kekuatan *data*. Dengan teknologi komunikasi *digital*, menjadikan aktivitas pembuatan, pengumpulan, pencarian, hingga pembocoran data menjadi begitu mudah. Siapa pun dapat tersimpan dan ditelusuri data pribadinya sepanjang transaksinya berbasis internet. Ini berarti kehadiran teknologi digital telah menciptakan kultur transparansi. Aktivitas manusia sepanjang terkoneksi dengan internet, akan ter-*record* dengan sendirinya, ataupun melalui *feeding* atau yang di-*generate user* yang lain. Komunikasi yang terjadi di masa lalu hingga sekarang dapat diketahui dan dipakai untuk mempengaruhi masa depan. Di situlah sifat

komunikasi benar-benar *continuous*, dan *irreversible*, tidak bisa dibalik. Semua menjadi serba transparan. Repotnya, tidak semua data yang berasal dari *user generated content* itu selalu berdasar fakta. Dalam sistem komunikasi digital yang makin mudah dan setiap orang bisa berpartisipasi ini, juga memunculkan fenomena anonimitas. Para pelaku komunikasi politik banyak yang menyembunyikan identitas, atau anonimitas untuk menghindari tanggung jawab terhadap kebenaran informasi yang disampaikan. Banyak orang memanfaatkan kebebasan, sehingga di media sosial sulit dibedakan mana informasi yang benar, dan informasi hasil rekayasa untuk tujuan propaganda (Subiakto, Ida, 2014: 25). Dalam praktek terkait maraknya media sosial, sekarang dikenal adanya akun-akun *buzzer* di *Tweetland*, *Face Book* maupun media berita *online*. Akun-akun tersebut keberadaannya disokong atau dibiayai untuk perang informasi dan opini. Ada yang tugasnya melakukan *tweet-war*, ada yang membuat berita di situs tertentu, dan ada pula yang menyebarkan. Mereka bekerja-sama, “merekayasa” berita, menyebarkan, dan menggiring opini. Pengalaman membuat media dan manipulasi berita dikemukakan Ryan Holliday (2012) dalam buku *Trust Me I am lying: Confessions of An Media Manipulator*, Ryan mengakui

telah dibayar untuk memanipulasi informasi dan berita di Amerika Serikat. Bersama teman-temannya, dia membuat media *online* abal-abal, berita berita pesanan itu di-*upload* dan disebarakan lewat sosial media oleh *buzzer* yang sudah disiapkan. Maka, beredarlah berita rekayasa tersebut di *viral* media sosial untuk mempengaruhi opini publik. Itulah yang sekarang marak mewarnai komunikasi politik di negeri ini. Data yang berbasis fakta, bercampur dengan informasi hasil rekayasa, kesemuanya menjadi *big data*. Jadilah *becik ketitik olo ketoro*, keburukan akan begitu mudah diketahui, tapi kalau kebaikan hanya tampak kecil.

Mudahnya setiap orang menghasilkan *content* di media sosial, dibarengi kebebasan, partisipasi yang tinggi, dan fenomena anonimitas, menyebabkan *density of communication* tinggi dan *split in participation* dalam beropini. Ada fenomena kebebasan yang cenderung liar di media sosial. Sebagai *public sphere* media sosial dipenuhi informasi yang beragam, banyak isi saling serang, baik dengan data dan fakta, maupun *rumor* dan *gossip*. Para tokoh politik, para pemimpin acapkali menjadi objek serangan komunikasi. Daniel Solove mengkhawatirkan masa depan reputasi di era kebebasan berinternet sekarang ini. Reputasi akan hancur tatkala hukum tidak mampu melindungi secara efektif privasi

seseorang di era internet yang bebas (Solove 2007: 4). Sekarang, sejarah telah berubah bersamaan dengan datangnya teknologi digital berbasis internet. Sehebat apa pun para pemimpin itu di era internet bebas, mereka akan “dihancurkan” reputasinya oleh musuh atau pembecinya. Baik lewat data, *rumor* maupun *gossip*. Hanya pemimpin yang sabar yang akan mampu bertahan. Rakyat pun juga harus sabar menyaksikan pemimpinnya diserang dan dihancurkan reputasinya oleh sebagian rakyat lain yang membencinya.

Catatan dari pembahasan ini, teknologi komunikasi digital telah memperkuat prinsip demokrasi, kebebasan dan transparansi, tetapi sekaligus persoalan untuk reputasi siapa pun. Negara dengan kekuatan regulasinya, dan kapitalis dengan penguasaan infrastruktur dan teknologinya, ternyata juga tidak mampu mengontrol atau mengarahkan *content* secara sempurna.

Bapak/Ibu, Hadirin yang kami muliakan,

Technical Connectivity dan Social Connectivity

Perangkat teknologi komunikasi digital berbasis internet, secara teknis memungkinkan para penggunanya menjadi saling terhubung atau *get connected* dengan lain di seluruh dunia. Terjadi

technical connectivity, yang kemudian terjadi pula *social connectivity*. Orang saling terhubung secara sosial karena *gadget* yang mereka gunakan. Sebelumnya, teknologi televisi memunculkan konsep “*global village*” (Mc Luhan, 1964). Sekarang teknologi *smartphone* memunculkan konsep “*global brain*”. *Global brain* menurut Peter Russell adalah *worldwide community*, yang merupakan *the distributed intelligence emerging internet*. Lebih jauh dikatakan, *It is creating a collective consciousness that is humanity's only hope of saving its self from itself* (Russell, 2008). Konsep *global brain*, mirip pertumbuhan otak bayi yang tumbuh menjadi manusia dewasa. Jumlah sel otak bayi tumbuh semakin banyak hingga menjadi milyaran, dan menjadi semakin cerdas tatkala milyaran sel otak itu semakin saling terhubung. Begitu pula penduduk dunia, saat teknologi komunikasi mampu menghubungkan milyaran penduduknya, maka terwujudlah *worldwide community* yang juga semakin cerdas. Punya kesadaran humanis secara kolektif, untuk saling menyelamatkan, saling membantu, dan saling *sharing* apa pun yang bermanfaat. Itulah *global brain* berkat teknologi internet.

Teknologi Komunikasi digital selain memunculkan konsep *global brain*, juga memunculkan pula konsep *mass self communication*. Media sosial

terbukti mampu menyebarkan pesan komunikasi kepada orang banyak atau *masif*, tetapi tidak serentak sebagaimana terjadi dalam komunikasi massa. *Informasinya menyebar melalui media sosial pesan dan merambat dari person to person, atau dari self to self.* Komunikasi bentuk ini disebut "*mass self communication*" (Castells, 2010:). Dengan teknologi

komunikasi digital dan media sosial, dunia menjadi semakin terhubung. Persoalan di suatu wilayah, bisa menjadi persoalan di negara lain. Atau *the world the more global, the more national matters*. Persoalan-persoalan yang terjadi di negara lain, atau global, muncul menjadi persoalan nasional.

Kembali pada kehadiran teknologi komunikasi digital yang telah memunculkan *technical connectivity* sekaligus *social connectivity*, ternyata juga mempengaruhi *economical connectivity*. Fenomena *economical connectivity* ditandai dengan terjadinya *sharing economy*, dan *access economy* yang disebabkan terkoneksiannya elemen-elemen masyarakat ke dalam suatu kerjasama ekonomi karena difasilitasi aplikasi OTT. Contoh *sharing economy* adalah pemanfaatan kursi kosong di kendaraan pribadi (*carpooling*) untuk berangkat dan pulang kerja, pemanfaatan kamar-

kamar kosong untuk membantu tamu yang butuh penginapan. Juga pemanfaatan barang-barang bekas yang ada di rumah yang tidak terpakai untuk masyarakat lain yang lebih membutuhkan. Teknologi OTT mempertemukan mereka yang membutuhkan, dan mereka yang memiliki. Sebenarnya, *sharing* seperti ini bukan hal baru. Sejak lama orang punya kecenderungan berbagi dengan kerabat, teman atau dengan orang yang dikenal untuk saling membantu. Teknologi OTT memperbesar dan mempermudah fenomena ini. Itulah yang dilakukan *Grab, Uber, Airbnb, O LX, Tokopedia, Nebengers, dan sebagainya*. Persoalan menjadi rumit saat yang *dishare* bukan hanya kursi kosong atau kamar kosong milik pribadi yang menganggur, tetapi memang sengaja disediakan karena ada peluang bisnis. Sebagian mereka sengaja menyediakan kamar baru dan kursi kursi di mobil baru untuk mencari keuntungan. Jadilah bisnis baru berbasis *connectivity* lewat aplikasi OTT. Ini sebenarnya bukan lagi *sharing economy* untuk efisiensi sumber daya, tetapi menurut profesor ekonomi dari Inggris, Giana Eckhardt dan Fleura Bardhi, bentuk itu sudah menjadi *access economy* (Eckhardt & Bardhi, 2015). Kalau *access economy* keberlanjutannya belum tentu semurah awal awal diluncurkannya bisnis baru tersebut. Ada ketidaktransparanan dalam menentukan

surge pricing bisnis baru ini, menyangkut seputar asuransi, pajak, ketenagakerjaan dan hak hak masyarakat. Belum lagi dari subsidi atau *discount*, karena di belakangnya ada perhitungan lain yaitu algoritma dan bisnis *big data* (Katz, Vanessa, 2015).

Model bisnis lama yang dijalankan oleh perusahaan di sektor masing masing di tingkat nasional, bahkan lokal, misal perusahaan taxi, perusahaan hotel dan penginapan, harus bersaing dan berhadapan dengan siapa pun baik pengusaha maupun masyarakat biasa yang memanfaatkan kemudahan teknologi ini. Para pengusaha konvensional dan karyawannya, akan berhadapan dengan masyarakat yang menjalankan *sharing economic*, maupun yang membangun bisnis model baru berbasis aplikasi (*access economy*). Catatan untuk model *access economy*, ini selain melibatkan partisipasi masyarakat, sebagian juga melibatkan kapitalis global yang memiliki dan mendanai OTT Internasional. Maka terjadilah konflik kepentingan yang kompleks, benturan persaingan di berbagai sektor ekonomi.

Bapak/Ibu, Hadirin yang kami muliakan,

Apa yang Harus Dilakukan?

Atas nama kepentingan nasional, *in the name of national interest*, negara harus membuat regulasi, untuk mengatur OTT. Negara bersama *stake holder* terkait, harus menyiapkan masyarakat secara luas, pemanfaatan teknologi digital untuk kepentingan meningkatkan produktivitas dan kemaslahatan. Negara dan *stakeholders* industri informatika secara luas, memiliki tanggung jawab untuk mempersempit *digital divide* di masyarakat. Karena kesenjangan penggunaan teknologi komunikasi digital akan memperlebar kesenjangan ekonomi antarpenduduk. Kecepatan kemajuan ekonomi dari mereka yang menggunakan teknologi komunikasi digital, akan signifikan berbeda dan berpotensi semakin meninggalkan mereka yang *laggard*, atau tidak memanfaatkan teknologi digital. Semua pihak harus beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital yang telah diikuti perubahan sosial seperti perubahan pola komunikasi, perubahan bisnis model, perubahan sistem ekonomi masyarakat, hingga regulasi yang mengaturnya.

Regulasi mutlak harus diterapkan kendati kehidupan mengalami perubahan sangat pesat. Regulasi terhadap OTT harus dilakukan, termasuk adaptasi



regulasi pada sektor-sektor terdampak, seperti sektor transportasi, perdagangan, perhotelan, travel biro, media penyiaran, dan lain-lain. Di setiap sektor, harus mengantisipasi perubahan serta penyesuaian dalam regulasi. Tujuannya, agar penggunaan teknologi komunikasi digital benar-benar membawa manfaat luas bagi masyarakat, tetapi tetap dalam koridor hukum.

Penerapan teknologi yang memunculkan model bisnis baru tidak boleh dibiarkan tumbuh liar dan liberal, tanpa regulasi, atau menabrak aturan yang sudah ada. Regulasi dan kebijakan diarahkan untuk memunculkan persaingan yang sehat dan efektif (*to foster effective competition*). Juga menghindari kegagalan pasar (*to avoid market failure*), atau menghancurkan begitu saja pasar yang sudah ada, yang jelas-jelas sudah menghidupi begitu banyak rantai ekonomi masyarakat. Regulasi juga digunakan untuk melindungi kepentingan konsumen (*to protect consumer interest*), tetapi tetap menjamin berkembang dan meningkatnya akses teknologi dan layanannya (*to increase access to technology and services*).

Untuk itu, regulasi dan kebijakan yang dibuat harus bersifat *fairness*, adil untuk semuanya, atau tidak memihak. Mengatur terciptanya *transparency*, atau keterbukaan. Regulasi itu dibuat secara *independent*,

tidak dipengaruhi oleh kekuatan tertentu. Berkualitas untuk mengatur dan menyelesaikan masalah (*quality*) secara tetap untuk jangka panjang (*consistency*). Isi regulasi itu bisa dipertanggungjawabkan (*accountability*), dan dapat digunakan atau diterapkan secara efektif (*effectiveness*). Dengan demikian, perkembangan teknologi komunikasi digital yang memunculkan perubahan sosial, model bisnis baru, pada dasarnya tidak jadi masalah sepanjang tidak ada regulasi yang dilanggar. Tidak menentang atau melawan regulasi yang akan dibuat, untuk memastikan maslahat bagi masyarakat. Efisiensi dan perolehan profit karena teknologi adalah suatu hal yang sah, sepanjang masih dipandang etis, dan tidak dicapai dengan membawa efek destruktif untuk ekonomi masyarakat atau pun negara.

Persoalan perubahan karena teknologi komunikasi, dengan kemunculan OTT dan model bisnis baru terjadi tidak hanya di negeri ini, tetapi juga di negara-negara lain. Beberapa di antaranya bisa kita lihat *bench marking* berikut. Di Uni Eropa, misalnya, mereka sedang menyiapkan regulasi *subject to license* untuk OTT. Jadi OTT nantinya tidak bebas begitu saja masuk suatu negara di Eropa. Beberapa perusahaan infrastruktur telekomunikasi atau NSP di Eropa, diperbolehkan mempunyai kebijakan mem-*block* iklan

online di OTT yang melewati infrastruktur yang dimiliki Perusahaan tersebut. Mereka mewajibkan adanya pembagian keuntungan antara OTT Global dengan perusahaan infrastruktur yang dilewati atau digunakan OTT tersebut untuk menayangkan iklan. Jadi negara negara Eropa akan menerapkan prinsip *sharing* keuntungan, tujuannya untuk memelihara dan meningkatkan kualitas infrastruktur yang ada. Di Amerika Serikat, mereka memberlakukan prinsip "*net neutrality*", biaya sewa infrastruktur bagi penyedia *content* dilarang. Boleh dikata negeri *super power* itu, tidak banyak meregulasi yang bisa membebani OTT. Perusahaan OTT yang *notabene* banyak berasal dari negeri tersebut, justru didorong untuk berkembang bebas secara global. Tetapi perlu diingat, bahwa di negara itu persoalan infrastruktur memang sudah selesai dibangun puluhan tahun yang lalu, dan OTT dianggap sebagai bagian evolusi teknologi. Agak berbeda kondisinya dengan negara negara lain. Di Jerman dan Spanyol, *Google* sebagai mesin pengumpul *big data*, diwajibkan membayar pada setiap berita yang diterbitkan pada si empunya berita atau *content*. Artinya OTT global wajib memberikan *share* keuntungan dari data, berita yang mereka dapat dari negara Jerman. Kanada memberlakukan katagori *exempt broadcaster*

pada Netflix, sehingga OTT *content* ini dapat tersentuh regulasi, sebagai penyiaran khusus. Di China, beberapa OTT dilarang masuk, tetapi mendorong OTT nasional tumbuh menggantikan OTT Global. Misalnya tidak ada *Face Book* di *China*, tetapi mereka punya *Ren Ren*. China melarang *Twitter* masuk, tetapi mereka punya *Weibo*. Mereka juga punya OTT besar untuk *ecommerce*, yaitu *Alibaba* yang sudah mendunia. China juga memiliki OTT pesaing *Google*, yaitu *Baidu* yang juga sudah banyak digunakan di negara – negara di luar China, termasuk di Indonesia.

Langkah untuk Indonesia selain harus menyiapkan regulasi yang tepat, negara, dan *stakeholders* juga harus mendorong dan membangun (*build*) OTT Nasional, agar bisa bersaing dengan OTT Global. Negara tidak boleh lelah memfasilitasi OTT Nasional dengan insentif dan kemudahan, sampai mereka bisa bersaing. OTT Global bisa dipertimbangkan untuk dikenakan kebijakan berbayar dan dikenai pajak, agar OTT Nasional bisa berkembang lebih murah. Di luar itu, pemerintah dan industri nasional harus terus meningkatkan SDM untuk *developer* yang kreatif. Kalau perlu SDM Indonesia yang di pusat pusat ICT luar negeri untuk ditarik kembali memperkuat dunia teknologi digital yang

memang menjadi penentu keberhasilan masa depan. Akan tetapi, semua itu, membutuhkan perubahan *mind set*, atau *mind change*, pada semua pihak. Tanpa perubahan *mind set* yang *complay* dengan tuntutan model bisnis berbasis teknologi digital.

Pemerintah juga perlu mendorong *partnership* antara NSP, ISP dan OTT Global untuk membangun ataupun perawatan infrastruktur dan aplikasi yang ada di negeri ini. *Partnerships* diarahkan pula agar perusahaan NSP dan ISP dapat melakukan *income sharing*, saling membantu dalam penyelenggaraan iklan *micro targeting*. Kita tidak perlu kebijakan memblokir iklan *online* di OTT sebagaimana kebijakan di Eropa, lebih baik mengembangkan sinergi atau kerja sama saling menguntungkan. Termasuk juga perusahaan NSP dan ISP dapat melakukan *branding* di layanan OTT yang mereka fasilitasi.

Bapak Ibu hadirin yang saya hormati,

Ucapan Terima Kasih

Untuk menutup orasi yang saya sampaikan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik langsung ataupun tidak langsung, sehingga hari ini saya bisa berdiri di atas mimbar terhormat sebagai Guru Besar Universitas

Airlangga. Pertama tentu saja sebagai seorang muslim saya bersyukur atas nikmat dan anugerah yang tak terhingga dari Allah SWT, Sang Khalik, Sang Penentu kehidupan kita. Tanpa izin Allah, saya tidak mungkin berdiri di sini memperoleh gelar dan jabatan akademik tertinggi dari Universitas Airlangga yang saya banggakan.

Rasa syukur dan terima kasih kedua saya sampaikan kepada almarhum kedua orang tua saya, Haji Pankardi Mulyodarminto dan ibu Hajjah Alfiah. Tanpa kedua beliau, tanpa kasih sayang beliau, tidaklah mungkin saya menjadi seperti sekarang. Ibuku adalah wanita yang paling menentukan hidupku, termasuk pendidikanku. Beliaulah yang sejak kecil membimbingku, mengingatkanku, menerangi hatiku dengan doa-doa, dan amalan tahajudnya. Karena itu, tidaklah berlebihan jika gelar dan kebahagiaan saya hari ini, sebenarnya saya peruntukkan untuk ibu saya, doa dan Al-Fatehah untuk almarhumah ibu dan bapak.

Saya masih ingat dan akan selalu ingat, tatkala kecil, saya amat cengeng, tidak percaya diri, dan “bodoh”. Saat sekolah di Taman Kanak Kanak, saya selalu menangis jika ditinggal ibu. Sering saya lari pulang dari TK ke rumah sambil menangis karena tidak ditunggu Ibu. Cengeng dan tidak mandiri, sehingga

tidak naik kelas, tidak bisa melanjutkan ke jenjang Sekolah Dasar. Tapi, ibuku mengurusnya, hingga saya pun bisa sekolah di kelas 1, di SD Negeri Pujokusuman Jogjakarta. Di kelas satu ini, saya tidak bisa membaca, saya ketinggalan dibanding teman-teman lain. Saya pun tidak naik kelas lagi. Kembali ibuku menjadi penyelamatku, dipindahkanlah saya ke SD luar Negeri. Maksudnya, SD Muhammadiyah, di Danunegaran, Jogjakarta. Karena pindah, saya dinaikkan ke kelas 2 berkat "pertolongan" ibuku. Tapi, lagi-lagi karena "bodoh", atau guru-guruku ingin supaya saya lebih lama di kelas 2, saya kembali tinggal kelas. Praktis selama 3 tahun berturut – turut belum pernah merasakan naik kelas yang sesungguhnya tanpa pertolongan ibuku. Kemudian dipindahkan lagi saya ke kelas 3 di SD Negeri 1 IKIP Percobaan, Yogyakarta. Setahun di sekolah ini, barulah saya bisa naik kelas, tetapi dengan predikat percobaan, kalau di kelas 4 tidak bisa mengikuti pelajaran, saya akan diturunkan lagi ke kelas 3. Ada teman saya yang benar-benar diturunkan ke kelas 3, saya alhamdulillah tidak jadi diturunkan. Di SD IKIP inilah saya memperoleh ijazah SD.

Di jenjang SMP saya meneruskan ke SMP Negeri I IKIP. Ternyata lagi lagi penyakit lama datang. Di kelas 1 SMP saya kembali tinggal kelas. Saat itu,

saya tidak nakal, tapi "nakal banget", kata teman – teman. Saya selalu terlambat sekolah, terkadang sekolah tidak sempat mandi, dan sering gelut, dan berkelahi. Tetapi di balik itu, kondisi keluarga memang sedang sulit. Setiap subuh, saya dibangunkan ibuku untuk bekerja menjadi kernet angkutan pedesaan, dulu namanya Colt. Hampir tiap pagi saat saya SMP kelas 1 itu, saya menjadi kernet Colt jurusan Bantul Jogjakarta. Mengangkut *mbok – mbok* bakul yang berangkat ke pasar Beringharjo dan pasar Shopping. Kembali ke saya, di SMP saya dua tahun di kelas 1, namun kembali ibuku memindahkan sekolah saya ke SMP Favorit, yaitu di SMP Negeri 8, Yogyakarta. Di sini teman-teman saya sekolah adalah anak-anak pejabat. Ada anak menteri Pertanian, anak rektor UGM, anak Guru Besar, anak jenderal, dan pejabat pejabat DIY. Barulah saya sekolah dengan sungguh-sungguh dan lulus dengan baik.

Di SMA adalah jenjang pendidikan dimana saya mulai mandiri, saya mendaftar dan diterima tanpa "campur tangan" ibuku yang tercinta. Di SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta itulah saya mulai jadi juara kelas. Alhamdulillah, sampai lulus kelas 3, saya selalu juara, sehingga akhirnya diterima kuliah di tiga Universitas, yaitu UII, UNS dan UGM. Saya pilih UGM, tapi juga tidak melepaskan kuliah di UII. Sekali

lagi alhamdulillah keduanya lulus di tahun yang sama, awal 1987. Bahkan di Komunikasi UGM, saya lulus tercepat dari satu angkatan. Tradisi ini saya pertahankan saat di jenjang S2 dan S3, selalu lulus tercepat di banding teman seangkatan.

Selesai S1, di tahun yang sama, saya diterima sebagai dosen FISIP Universitas Airlangga, yang amat saya cintai. Jurusan Komunikasi belum ada saat itu. Bersama ibu Dra Siti Sutarsih Andarini, S.U., kami menyiapkan program studi komunikasi. Terima kasih Bu Rini, beliaulah PD II yang waktu itu menerima saya sebagai dosen honorer FISIP Unair. Sebagai dosen baru, honorer, di Surabaya saya menapaki hidup dengan "keprihatinan" bersama isteri saya, Onwardanti Ritriati dengan satu anak waktu itu, Lia Betzyba Nuryandanti, sekarang dokter gigi. Sebagai kepala rumah tangga, saya harus bertanggung jawab terhadap hidup anak dan isteri. Gaji honorer sekitar 60.000 rupiah saat itu tidaklah cukup, maka saya pun merangkap kerjaan sebagai agen koran, sales koran, sekaligus looper koran untuk sekitar rumah kontrakan kami. Alamat looper yang paling sering saya kirim adalah, rumah Prof. Ramlan Surbakti, Ph.D. Beliau tetangga, sekaligus belakangan menjadi promotor saya saat mengambil doktor. Terima kasih Prof Ramlan, tanpa bapak saya tidak bisa seperti sekarang.

Ada lagi Prof. Dr. Ida Bagus Wirawan, juga pelanggan koran saya yang setia, sekaligus *reviewer* karya tulis saya saat pengajuan Guru Besar kemarin. Terima kasih Prof, Wirawan. Kemudian yang juga masih tetangga adalah Prof. Dr. L Dyson, beliau juga pelanggan koran saya, sekaligus ketua program doktor saat saya sekolah S3. Terima kasih Prof. Dyson. Pernah juga saya looper di rumah ibu Dr. Pingky Saptandari, dan ketemu beliau. Saya juga looper ke rumah Drg. Adi Hapsoro MS, (mas Toni) yang sampai sekarang masih setia langganan koran ke agen saya. Juga Prof. Dr. Drg Latif Moduto dan istrinya Prof. Dr. Drg. Yeni Sunaryani, mereka juga pernah menjadi pelanggan koran saya, terima kasih Prof, terima kasih bapak ibu. Tahun 1990-an ada satu pelanggan yang pernah telepon marah-marah minta koran yang katanya tidak dikirim. Pelanggan itu minta saya harus mengantarkan sendiri, ternyata orang itu adalah sahabat saya Eko Supeno, sekarang Direktur Sistem Informasi dan Komunikasi Universitas Airlangga, Dialah satu – satunya pelanggan yang "ngerjain" saya waktu itu. Bilang tidak terima koran, ternyata hanya ingin melihat saya bagaimana kalau saya dimarah-marah ditelepon. Terima kasih H. Dr. Eko Supeno, sahabatku.



Kisah ini saya sampaikan, karena adalah sejarah. Sejarah yang bisa menjadi pelajaran bagi siapa saja. Seorang mantan kernet, mantan agen dan loper koran, bisa menjadi seorang Guru Besar, Staf Ahli Menteri, Komisaris Utama BUMN, apabila mau bekerja keras, belajar, dan selalu bersyukur kepada Allah SWT. Sekarang semua perjalanan itu menjadi indah pada akhirnya, saat Allah memberikan buah ketekunan dengan jabatan dan gelar yang dianugerahkan kepada saya sekarang ini. Jadi bapak ibu, maafkan saya Profesor Henri Subiakto ini, kalau tutur kata saya, cara bicara saya, dan perilaku saya selama ini, kurang berkenan di hati bapak ibu. Maklumlah, karena yang berdiri di depan mimbar akademik ini hanyalah seorang bekas kernet Colt jurusan Bantulan Jogja, Seorang bekas loper koran dan sales di daerah Semolowaru, Surabaya.

Selanjutnya, di kesempatan yang berbahagia ini ucapan terima kasih tentu juga saya sampaikan kepada Pemerintah Republik Indonesia, yang pada saat ini diwakili Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi. Prof. Drs. Muhamad Nasir, MSi, Ak, Ph.D, yang telah memberi kepercayaan kepada saya untuk menduduki jabatan sebagai Guru Besar dalam bidang ilmu Komunikasi Politik. Ucapan terima kasih saya

sampaikan juga pada Prof. Dr. Ir. Mohammad Nuh, DEA, mantan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, karena sesungguhnya pada saat beliau menjabat, telah memproses pengajuan Guru Besar ini. Apalagi Pak Nuh adalah tokoh yang membawa saya ke Jakarta sebagai Staf Ahli Menteri bidang Komunikasi, tanpa beliau saya tidak akan seperti sekarang. Terima kasih Pak Nuh.

Kepada yang terhormat Rektor Universitas Airlangga, Prof. Dr. Mohammad Nasih, SE, MT, AK, CMA, CA, Wakil Rektor I Prof. Djoko Santoso, dr, PhD, Sp.PD, K. GH, FINASIM., Wakil Rektor II Dr. Muhammad Madyan, SE, M.Fin, Wakil Rektor III Prof. Moch Amin Alamsyah, Ir, Ph.D, dan Wakil Rektor IV Juneidi Khotib, S.Si, MKes, Ph.D., terima kasih atas kepercayaan yang diberikan kepada saya untuk memangku jabatan sebagai Guru Besar. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Prof. Dr. H. Fasichul Lisan, mantan rektor dan para mantan wakil Rektor, terutama Prof Dr. Achmad Syahrani, MS, Apt, dan Prof. dr, Soetjipto, Ms, Ph.D, terima kasih atas proses, bantuan, dan dukungan, hingga sekarang saya menjadi Guru Besar.

Kepada yang terhormat Ketua Senat Akademik Universitas Airlangga, Prof. Dr. dr. Mohammad Amin, Sp.PK. dan mantan Ketua Senat Akademik, Prof. Dr.

Fendi Suharyadi, Psi, beserta sekretaris Senat dan segenap anggota PAK, Tim Verifikasi yang telah membantu dan memproses pengusulan jabatan Guru Besar saya. Ada nama-nama seperti Prof. Dr. H. Mustain Mas'ud, Drs, MSi, Prof. Dr. Djoko Mursinto, SE, MS, dan Prof. Dr. Suryanto, Psi.

Kepada Direktur Sumberdaya Universitas Airlangga, Dr. Purnawan Basundoro, SS, M.Hum, juga mantan Direktur Sumberdaya, Drs. Koko Srimulyo, M.Si, yang sekarang sebagai Sekretaris Universitas Airlangga, kami mengucapkan terima kasih atas segala bantuannya, memproses hingga pengukuhan Guru Besar pada hari ini.

Kepada Dekan FISIP Universitas Airlangga, Dr. Drs. H. Falih Suaedi, MSi, juga mantan Dekan FISIP, Bapak Drs. I. Basis Susilo, M.A., beserta jajaran Wakil Dekan I, Prof. Dr. Budi Prasetyo, Drs., M.Si, Wakil Dekan II, Dr. Tutik Budirahayu, Dra., M.Si, dan Wakil Dekan III Myrtati Diah Artaria Dra., M.A., Ph.D. Saya mengucapkan terima kasih atas proses dan bantuannya selama ini sehingga saya berhasil dikukuhkan sebagai Guru Besar pada hari berbahagia ini.

Kepada sahabat saya Karnaji, S.Sos., M.Si, mantan Wakil Dekan II yang sekarang Direktur Sarana Prasarana dan Lingkungan Universitas Airlangga, saya

ucapkan terima kasih. Pak Karnaji lah yang kemarin pontang – panting membantu saya dalam memproses berkas-berkas pencapaian Guru Besar ini. Terima kasih juga saya sampaikan kepada segenap kolega dan senior serta seluruh staf di FISIP Universitas Airlangga. Ada nama-nama yang selama ini banyak memberikan kontribusi terhadap saya, yaitu Prof. Dr. Hotman Siahaan, almarhum Prof. Soetandyo Wignyosoebroto, MPA, dan Pak Daniel Sparinga, Ph.D, beliau beliau adalah guru yang ikut membangun karakter akademik saya. Adapun kolega seperti Drs. Priyatmoko, M.A., Drs. Aribowo, M.S., Drs Haryadi, M.S., Drs. Soetrisno Enpe, M.S., dan Drs. Wisnu Pramutanto, M.S., Drs. Gitadi Tegas S, M.Si., Drs. Sunaryo Suradi, M.Pst., adalah teman-teman diskusi yang sangat mencerahkan.

Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada kolega dan Guru Besar Komunikasi dari Universitas lain yang juga mendukung dan membantu saya. Secara khusus kepada mantan Ko-Promotor saya Almarhum Prof. Dedy Nur Hidayat, Ph.D. dari FISIP UI, beliau adalah tokoh yang banyak membentuk saya menjadi seorang akademisi, terima kasih, semoga Allah SWT menerima semua amal baik Mas Dedy, *amin ya robal alamin*. Untuk Prof. H. Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D., dari FISIP UI, dan Prof. Nunung Prajarto, Ph.D.

dari Fisipol UGM saya ucapkan terima kasih atas bantuannya selama proses pengajuan Guru Besar yang juga sempat melibatkan beliau berdua. Dari lingkungan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, saya mengucapkan terima kasih kepada Staf Khusus Menteri, KH, Drs., Abdul Wahid Maktub, M.A., mantan Duta besar RI di Qatar, yang selalu memantau proses administrasi pengajuan Guru Besar ini di Kementeriannya.

Kepada kolega saya di Jurusan Komunikasi Unair, terutama Prof. Dra., Hj. Rachmah Ida, Ph.D., yang selalu menjadi partner saya dalam pekerjaan akademik, saya ucapkan terima kasih. Kepada segenap kolega dan senior di Jurusan Komunikasi, yaitu Bapak Drs. Soetojo Darsosentono, M.S., Ibu Dra. Siti Sutarsih Anadarini, S.U., Dra. Sri Murdiati, M.S., Dra. Siti Puji Rahayu, M.S., Dra. Liestianingsih, M.Si, Drs. Yan Yan Tjahyana, M.A., Drs. Suko Widodo, M.A., Yuyun WI Surya, S.Sos., M.A., Dr. Yayan Suryandaru MSi (Ketua Departemen Komunikasi), I.G.A.K. Satrya Wibawa, S.Sos, MCA, Titiek Puji Rahayu, S.Sos, M.Comms, Kandi Aryani, S.Sos, MA, Irfan Wahyudi, S.Sos, M.Comms, Dr. Santi Isnaeni, SE, MA, Dina Septyani, B.Comms., M.Comms., Nisa Kuria, S.Sos, M.Med.Kom, dan Rendi Pahrn, S.Sos, MSi. Mereka

semua adalah keluarga besar komunikasi Unair, ditambah beberapa nama seperti Dr. H. Ishadi SK, M.Sc, yang merupakan senior sekaligus sahabat lama yang sama-sama mengajar, juga Dr. H. Djoko Wahyono Cahyo, S.E., M.Si, adalah kolega yang menjadi dosen luar biasa di Universitas Airlangga, yang jelas banyak membantu dalam berbagai hal hingga saya sekarang menjadi Guru Besar, terima kasih semuanya.

Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada yang terhormat Menteri Komunikasi dan Informatika, bapak Rudiantara, Mantan Menteri Komunikasi dan Informatika, bapak Tifatul Sembiring, dan bapak Mohammad Nuh. Karena izin dan dukungan beliaulah saya masih bisa mengajar dan mendarma bakti di sela – sela waktu saya selama ini sehingga saya berhasil mencapai tahapan sebagai Guru Besar. Terima kasih pak Rudiantara.

Kepada kolega eselon satu dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, pertama kepada Kepala Badan Litbang, Dr. Ir. Basuki Yusuf Iskandar, bersama mantan Dirjen Aptika, Dr.Ir.Ashwin Sasongko, yang sekarang menjadi peneliti LIPI, terima kasih saya sampaikan kepada dua sahabat saya ini, karena bersama merekalah saya banyak berdiskusi, berdebat, dan mengasah kalimat, selama di Jakarta. Kepada Sekjen

kementerian Kominfo, Dra. Farida Tjahyani, MM dan Dirjen IKP, Dra. Rosarita Niken Widiastuti M.S., Dr. H. Suprawoto, Drs., S.H. M.Si., Prof. Ir. Kalamullah Muhli, Ph.D., Mantan Dirjen PPI yang juga Guru Besar Elektronika UI, Dr.Ir. Mohammad Budi Setiawan, mantan Dirjen SDPPI, Ir. Bambang Heru, MA, Mantan Dirjen Aptika, Ir. Djoko Agung Haryadi, MM, Staf Ahli Menteri bidang Sosial Budaya, Ir. Woro Indah Widiastuti MM, Staf Ahli Menteri Bidang Teknologi. Juga Plt. Dirjen Aptika, Dra. Mariam Barata, Plt. Dirjen PPI Ir. Geryantika Kurnia, M.Eng, MA, dan tentu saja terima kasih bapak ibu semua atas dukungan dan persahabatan selama ini. Untuk bapak ibu, dan teman-teman eselon dua dan tiga yang hadir, saya juga mengucapkan banyak banyak terima kasih atas dukungannya, mohon maaf tidak bisa saya sebut satu persatu.

Untuk kolega, relasi dan teman-teman semua, baik yang datang dari Kementrian Komunikasi dan Informatika, dari Kantor Berita Antara, dan dari Metra Digital Media (Telkom Group), dari asosiasi media dan wartawan, saya mengucapkan terima kasih atas dukungan, doa dan kehadirannya. Untuk teman-teman alumni SMP N 8 Yogyakarta, alumni SMA Muh 1 Yogyakarta, Alumni FH UII, ada tokoh nasional Prof.

Dr. Mahfud MD dan Prof. Dr. Jawahir Tanthowi, S.H., M.A., alumni Komunikasi FISIPOL UGM, Alumni S2 Komunikasi UI dan Alumni S3 Ilmu Ilmu Sosial Univeritas Airlangga, juga teman-teman sesama penerima program *British Chevening Award* di Inggris, dan seluruh sahabat saya yang lain, termasuk para tetangga kami yang sudah seperti saudara sendiri, sekali lagi dengan ketulusan hati yang amat dalam saya ucapkan terima kasih atas segala dukungan, doa dan bantuannya. Semoga kita semua selalu mendapat barokah, rahmat dan hidayah dari Allah SWT.

Terakhir kepada keluarga saya. Hari ini adalah waktu yang tepat untuk mengucapkan terima kasih, khususnya pada istri saya yang setia dan sabar, serta selalu mendukung apa yang saya lakukan. Hari ini 30 April adalah hari ulang tahun istriku, selamat berbahagia, selamat ulang tahun, semoga selalu sehat dan dirahmati Allah SWT. Penganugerahan jabatan Guru Besar ini sebenarnya adalah hadiah ulang tahun untuk istriku. Juga untuk anak anakku, Drg. Lia Bezyba Nuryandanti, dr. Sufiandika Nuryandari, dan Dimas Azar Subiakto, mari kita senantiasa lebih banyak bersyukur telah diberi satu lagi kenikmatan dari berbagai kenikmatan yang lain.

Kepada kakak-kakakku, Almarhum Mas Afianto, Mas Ferry Astono, Mas Budi Santoso, Mbak Atika Indriati dan keluarga masing masing, terima kasih dukungan, dan doanya. Kepada adik adik almarhum ibuku, tante Sri, tante Sun, Tante Min, terima kasih, semoga senantiasa diberi kesehatan dan kebahagiaan oleh Allah SWT.

Rektor, dan segenap undangan yang saya muliakan.

Demikianlah orasi saya yang cukup panjang ini, dan sangat saya sadari, pasti banyak ketidaksempurnaan di sana sini. Ketidaksempurnaan adalah karakter kehidupan, yang perlu kita perbaiki dengan silaturahmi dan permohonan maaf. Untuk itu pada bagian terakhir ini saya mohon maaf, bila ada yang tidak berkenan, dan atas perhatian serta kesabarannya kami mengucapkan terima kasih.

Wabillahitaufik wal hidayah

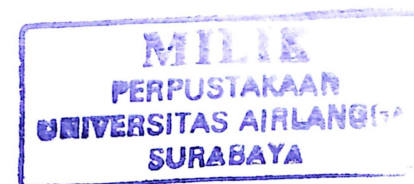
Wassalamualaikum warahmatullahi wabarokatuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Castells, Manuel, *Communication Power*, Oxford New York, Oxford University Press, The European Journal of Communication, 2010.
- Dakidae, Daniel, *The State, The Rise of Capital and The Fall of Political Journalism Political Economy of Indonesian News Industry*, A Dissertation, Cornell University, 1991
- Dargue, Michael & Wadsworth, William, "Over the Top, Operator Threat and Opportunity", Cartesian Consultant, 2013.
- Eckhardt, Giana, & Bardhi, Fleura, "The Sharing Economy isn't about Sharing at All" Harvard Business Review, Edition: January, 2015.
- Friedman, Thomas L, "The World is Flat, A Brief History of the Twenty first Century", Farar, Straus and Giroux, 2005.
- Greenfield, Susan, *Mind Change, How Digital Technologies are Leaving Their Mark on Our Brains*", Penguin Random House UK, 2015.
- Katz, Vanessa, "Regulating the Sharing Economy", Berkeley Technology of Law Journal, Vol.30/5 2015.

- McLuhan, Marshall, *Understanding Media, The Extention of Man*, Mc Graw Hill, Canada, 1964.
- McQuail, Denis, *Mass Communication Theory*, Fifth Edition, Sage Publication, London, Thousand Oaks, New Delhi, 2005
- Solove, Daniel J. *The Future of Reputation, Gossip, Rumor and Privacy on the internet*, New Haven: Yale UP, 2007.
- Orlikowski, W. J. "The Sociomateriality of Organisational Life : Considering Technology in Management Research", *Cambridge Journal of Economics* 34 (2009) : 125-141.
- Pavlik, John, & Shawn, McIntosh, *Converging Media: An Introduction to Mass Communication*, USA Person, 2004.
- Russell, Peter, *Global Brain, The Awakening Earth in a New Century*, Floris Books, 2008.
- Subiakto, Henri, dan Ida, Rahmah, "*Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*", Edisi Kedua, Penerbit Kencana, Jakarta, 2014.
- Tim Unair, *Laporan Penelitian Studi Analisis Isi Media Konvergensi (Computer Based Multimedia Communication)* Depkominfo, Jakarta, 2008.

- Smartphone User Persona Report (SUPR) 2015 for Indonesia. www.vserv.com *unveiling the Smartphone User Persona Report*.
- Yuswohadi, "*Sharing Economy dan Koperasi*" *Tabloid Pendidikan Online*, 28 Maret 2016. www.tabloidpendidikan.com/ *Koperasi-dan-ukm/sharing-economy-dan-koperasi*.





CURRICULUM VITAE

DATA PRIBADI

Nama : Prof. Dr. Henri Subiako, Drs, SH, MA
Tempat/tanggal lahir : Yogyakarta, 29-3-1962
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Pria
Pekerjaan : Staf Pengajar Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP Unair.
NIP : 196203291988101001
Pangkat/Golongan : Pembina Muda /IV C
Jabatan Fungsional : Guru Besar FISIP Unair.
Alamat Rumah : Semolowaru Elok blok E: 20-21 Surabaya.
Telepon : 031 5949003
Telp Kantor/fax : 021 3503844
HP : 0818522902
Alamat email : dr.henrisubiako@gmail.com
hs_project2002@yahoo.com
Twitter : @henrysubiako
Instagram : Henri_Subiako
Face Book : Henri Subiako

RIWAYAT PENDIDIKAN

Pendidikan Formal :

1982 - 1987: Ilmu Komunikasi, FISIPOL Universitas Gadjah Mada
1982 - 1987: Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
1994 - 1996: Magister Ilmu Komunikasi, Pascasarjana UI Jakarta
2005 - 2010: Doktor Ilmu Sosial Konsentrasi Komunikasi, di Pascasarjana Universitas Airlangga, dengan disertasi "Kontestasi Wacana Sistem Penyiaran Yang Demokratis Pasca Orde Baru, Analisis Konstruksi Sosial, Relasi Negara, Industri Penyiaran dan Civil Society ". Promotor : Prof. Ramlan Surbakti, Ph.D. dan Co Promotor Prof. Dedy N. Hidayat, Ph.D.

Pendidikan Tambahan :

2000: Penerima *British Chevening Scholarship* dari Pemerintah Inggris untuk studi "*A Short Course in Democracy*" in Public Administration International (PAI), London, from October-November.
2003: International Fellow in US, awarded by US Department of State, *Development on Curriculum on Journalism*, from August-September.
2006: *Short Course of Advance Research for Communication*, in Edith Cowan University, Perth Australia, October.
2008: Short Course of "*IBT (Telecommunication) Policy Program*" in Information and Communication University (ICU, now to be part of KAIST), Daejeon Republic of Korea, in April
2010: *International Workshop for Media Development*, in Taiwan, awarded by International Corporation and Development Fund (ICDF), Taiwan Government.

RIWAYAT PEKERJAAN :

1988 - Sekarang : Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UNAIR pengampu Mata Kuliah Komunikasi Politik, Teori dan Hukum Media.
1989 - 1994 : Dosen KKN Universitas Airlangga.
1997 - 2003 : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNAIR.
1997 - 2005 : Wakil Direktur Airlangga University Press
2002 - 2007 : Ketua Program Studi, Pascasarjana Studi Media dan Komunikasi Universitas Airlangga.
2002 - 2006 : Dosen pengampu mata kuliah Komunikasi Bisnis di Program Pascasarjana Studi Media dan Komunikasi Unair.
2002 - Sekarang : Dosen pengampu mata kuliah Riset Penelitian Komunikasi di Program Pascasarjana Studi Media dan Komunikasi Unair.
2002 - Sekarang : Dosen pengampu mata kuliah Komunikasi Politik di Program Pascasarjana Studi Media dan Komunikasi Unair.
1999 - 2005 : Instruktur Nara Qualita Ahsana, *Achivement Motivation Training Plus*
1999 - 2007 : Host siaran "Talkshow" di Radio Suara Surabaya FM, 100 (www.suarasurabaya.net) pada program "Media Watch" setiap selasa sore pukul 15.00 WIB.
2004 - 2007 : Nara sumber tetap Talkshow "Dinamika Komunikasi" di radio Merkuri tiap Kamis jam 8-9 pagi.
2002 - 2005 : Konsultan Lembaga Informasi Nasional (LIN)
2003 - 2006 : Direktur Media Watch (Lembaga Konsumen Media)
2005 - 2007 : Tenaga Ahli Badan Informasi Publik (BIP) Depkominfo
2006 - 2012 : Anggota Ombudsman JAWA POS Group.
2011 - Sekarang : Dosen Mata Kuliah Komunikasi dan Kepemimpinan, Program Doktor Pascasarjana Program Suberdaya Manusia, Universitas Airlangga.
2007 - 2011 : Staf Ahli Menkominfo RI Bidang Media Massa

- 2007 - 2012 : Ketua Dewan Pengawas (Komisaris Utama) Perum LKBN Antara.
- 2011 - 2016 : Staf Ahli Menkominfo RI Bidang Komunikasi dan Media Massa
- 2013 - 2015 : Komisaris PT Metra Digital Media (Telkom Group)
- 2015 - 2022 : Guru Besar Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga (SK Menristekdikti sejak 1 Oktober 2015)

PENGHARGAAN DAN PENGALAMAN KHUSUS:

- 2012 Mei : *Head of Delegation of Indonesia*, for Islamic Conference Information Minister at Libreville, Gabon.
- 2010 Maret : *The Best Participant for Outstanding Performace* pada acara Workshop on Media Development, yang diikuti 25 negara, dilaksanakan di Taiwan.
- 2000 : *British Chevening Award* from UK Government, Dr. Richard Grozncy, British High Commissioner for the Secretary of State for Foreign and Commonwealth Affairs.
- 1998 : Dosen Teladan ke III Fisip Unair.

PENELITIAN :

- 2011 Studi "Dampak Program Kewajiban Pelayanan Universal Telekomunikasi (KPUT) terhadap Perkembangan Desa dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. Kerjasama Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Airlangga dan Telkomsel.
- 2010 Studi "Kontestasi Wacana Tentang Sistem Penyiaran Yang Demokratis Pasca Orde Baru" Analisis Konstruksi Sosial Relasi Negara, Industri Penyiaran dan Civil Society", Disertasi, Pascasarjana Universitas Airlangga.
- 2007 Studi, Model Komunikasi Efektif dalam rangka Meningkatkan Kerukunan di Nangroe Aceh Darusalam, bersama Badan Litbang Depkominfo.
- 2006 Studi "Khalayak Televisi di Jawa Timur", kerja sama dengan JTV.
- 2004 Studi "Evaluasi dan Antisipasi Krisis Komunikasi dalam Pemilu 2004", Kerjasama FISIP Unair dengan Lembaga Informasi Nasional (LIN), sebagai ketua peneliti.
- 2004 Studi Tentang "Sosialisasi Pemilu 2004", Pusat pengembangan dan Penelitian Lembaga Informasi Nasional (LIN) bekerja sama dengan FISIP Unair, sebagai ketua peneliti.
- 2003 Studi "Layanan Informasi Pemilu 2004", kerjasama FISIP Unair dengan Lembaga Informasi Nasional (LIN), sebagai ketua peneliti tahun 2003.
- 2002 Penelitian "Image Indonesia Di Luar negeri dan Sistem Layanan Informasi Luar Negeri, kerjasama FISIP Unair dengan Lembaga Informasi Nasional, tahun 2002, sebagai ketua peneliti.
- 2002 Penelitian "Analysis and Voter Outreach in Surabaya". Kerjasama Komunikasi FISIP Unair dengan International Republican Institute (IRI-USA). tahun 2002, sebagai kordinator.
- 2000 Penelitian "Jurnalisme Damai pada Pers Indonesia 1999-2000". Kerja sama LKM

Media Watch dengan USAID, sebagai ketua.

- 1999 Penelitian "*The Fairest Media On Political News In Indonesian Press 1999*", Kerja sama Media Watch dan USAID, sebagai ketua.
- 1998 Penelitian "Pers dan Opini Publik di Bali", 1998, bekerja sama dengan BP3U Departemen Penerangan, sebagai anggota.
- 1998 Penelitian "Efektivitas Kampanye AIDS di Jawa Timur 1998", kerja sama Komunikasi FISIP Unair dengan BKKBN dan UNFPA), sebagai ketua peneliti.
- 1996 Penelitian "Kemandirian Institusi Pers pada Berita-Berita Politik di Indonesia", Tesis S2 di Pascasarjana Komunikasi Universitas Indonesia

PUBLIKASI:

Penerbitan Buku:

- 2014 : "*Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*", Buku, Edisi Kedua : (bersama Rahmah Ida, Ph,D). Penerbit Prenada.
- 2012 : "*Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*". Buku Edisi Pertama: (bersama Rachma Ida, Ph,D). Penerbit Prenada.
- 2007 : "*Suara Indonesia, 70 tahun ANTARA mengabdikan Bangsa*", Sebagai Pengantar Desember, Penerbit Antara.
- 2005 : "*Membangun Masyarakat Melek Media*, Buku Potret Pers Indonesia, diterbitkan Dewan Pers dan European Commission.
- 2005 : "*Belajar Bencana Bersama Media*" dalam buku, Kctika Burung Burung Terbang. Berarak, Penerbit Gramedia.
- 2004 : "*Kampanye Capres dan Budaya Komunikasi*", dalam buku, Siapa Mau Jadi Presiden, Penerbit Gramedia, Buku Agustus.
- 2004 : "*Studi Evaluasi dan Antisipasi Krisis Komunikasi dalam: Pemilu 2004*", kerjasama FISIP Unair dengan Lembaga Informasi Nasional (LIN) 2004.

Jurnal Ilmiah:

- 2013 : "Internet untuk Pedesaan dan Pemanfaatannya bagi Masyarakat" Jurnal Masyarakat dan Kebudayaan, FISIP Universitas Airlangga. Vol 26/ No 4 ISSN 2086 - 7050 Maret.
- 2010 : "*Kontestasi Sistem Penyiaran Demokratis Pasca Orde Baru*, Jurnal Masyarakat dan Kebudayaan, FISIP Universitas Airlangga, Vol 24/ No 3 ISSN 2086 - 7050 Maret.
- 2010 : *Government Public Relations di Era Transparansi Radikal (Wikileaks) dan Web 2.0*, Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, Desember.
- 2007 : "*Konsentrasi Media dan Ancaman Demokrasi*", Media Watch the Habibie Center No 54, 15 Februari-15 Maret.

- 2005 : "Konsentrasi Media Massa dan Melemahnya Demokrasi", Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik, FISIP Universitas Airlangga Vol: 18/ No: 1 Januari.
- 2001 : "Menggagas Sistem Media yang Demokratis untuk Indonesia Baru, Jurnal ISKI, Rosda Karya, Bandung, November 2001.

Penulisan Artikel:

- 2011 : *Ketika Media Menjadi Kekuasaan*, Artikel Koran Jawa Pos (3Maret)
- 2010 : *Kekerasan Kerusuhan dan Berita TV*, Artikel Koran Jawa Pos (4 Juni).
- 2007 : "Dunia Rata ala Indonesia", Artikel Harian Kompas, Kamis 22 November.
- 2007 : "KPI dan "Rezim" Televisi", Artikel Harian Kompas, Rabu, 7 Februari.
- 2006 : "Informasi di Balik Lumpur", rubrik Selamat Sore Surabaya Post, 24 Juni.
- 2006 : "Kreativitas Membangun Daerah", Harian Jawa Pos, 15 April
- 2006 : "Karut Marut Penyiaran", Artikel Harian Kompas, 25 Februari
- 2006 : "Playboy dan Culture Hitman", rubrik Selamat Sore Koran Surabaya Post, 11 February
- 2006 : "Tekan Korupsi dengan Keterbukaan Informasi", rubrik Selamat Sore, Koran Surabaya Post, 14 Januari
- 2005 : "Pemerintah Fasis?", rubrik Selamat Sore Surabaya Post, 17 Desember
- 2005 : "Masihkah Tak Percaya?", rubrik Selamat Sore Surabaya Post, 19 November
- 2005 : "Terorisisme dan Mal Pikir", rubrik Selamat Sore Surabaya Post, 15 Oktober.
- 2005 : "Buruknya Komunikasi Pemerintah", rubrik Selamat Sore Surabaya Post 17 September.
- 2005 : "Gagalnya Penataan Penyiaran", rubrik Selamat Sore Surabaya Post, 3 September.
- 2005 : "Mengapa Pasar Yak Percaya", Artikel Harian Kompas, 30 Agustus.
- 2005 : "TV dan KKN", Rubrik Selamat Sore Surabaya Post, 20 Agustus
- 2005 : "Hemat Energi Media Dikorbankan", rubrik Selamat Sore Surabaya Post, 23 Juli.
- 2005 : "Polling Mengganggu Pilkada?" Artikel Harian Jawa Pos, 7 Juli
- 2005 : "Jatuh Miskin Usai Pilkada," rubrik Selamat Sore Surabaya Post, 25 Juni
- 2005 : "Walikota Polling," rubrik Selamat Sore Surabaya Post 28 Mei.
- 2005 : "Ketika Media Tak Objektif", rubrik Selamat Sore Surabaya Post 30 April.
- 2005 : "Puncak Kriminalisasi Kebebasan Pers", Artikel Harian Jawa Pos, 3 Januari
- 2004 : "Belajar Bencana Bersama Media", Artikel Harian Kompas, 8 Januari.
- 2004 : "Mau Kemana Kementerian Komunikasi? Artikel Harian Jawa Po, 11 November.
- 2004 : "Tak Cukup Cuma Juru Bicara", rubrik Selamat Sore Surabaya Post 25 Oktober.
- 2004 : "Volvo dan Empati Elite, rubrik Selamat Sore, Rubrik Selamat Sore, Surabaya Post 23 Oktober
- 2004 : "Presiden dan Media", Rubrik Selamat Sore Surabaya Post, 25 September.
- 2004 : "Pers versus Pencemaran Nama Baik", Artikel Harian Kompas, 18 September.
- 2004 : "Korupsi Di tengah Kebebasan Pers, rubrik Selamat Sore Surabaya Post 28 Agustus.

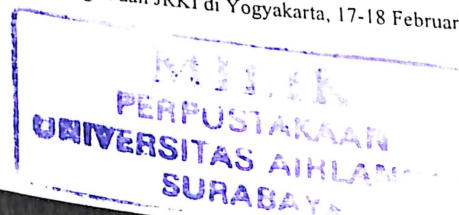
- 2004 : "Kekerasan di TV dan Regulasi KPI", Artikel Harian Kompas, 4 Juni.
- 2004 : "Tak Adil, Penataan Kanal Radio", Artikel Harian Jawa Pos. 3 Mei.
- 2004 : "Kampanye Capres dan Budaya Komunikasi", Artikel Harian Kompas 30 April
- 2004 : "Tak Etis Wartawan Berpolitik", Artikel Harian Jawa Pos, 23 Feb
- 2003 : "Intelektual dan Media Massa", Artikel Harian Kompas 2 Oktober
- 2003 : "Dilema Iklan Kampanye di Media Penyiaran", Artikel Harian Kompas . 26 Juni 2003 : "Perang dan Journalism of Attachment", Artikel Harian Kompas. 10 April
- 2003 : "Mengapa UU Penyiaran Ditolak? Artikel Harian Kompas, 3 Maret
- 2003 : "Salah Paham Tentang KPI", Artikel Harian Kompas, 12 November.
- 2002 : "Penguasaan Informasi Tuntutan Ekonomi Global", Harian Jawa Pos, 14 Agustus
- 2002 : "Ijin Frekuensi Jangan Rugikan Publik, Artikel Harian Jawa Pos, 4 Juni.
- 2002 : "Pers Gagal Menekan Korupsi", Artikel Harian Jawa Pos 9 Maret.
- 2002 : "Anomali Pertelevision Indonesia", Artikel Harian Kompas, 3 Februari
- 2001 : "Media Mendorong Komunalisme", Artikel Harian Jawa Pos, 22 Desember.
- 2001 : "Benarkah Media Pendorong Perang? Artikel Jawa Pos. 16 Oktober
- 2001 : "Mewujudkan Pertelevision yang Demokratis, Artikel Harian Kompas, 28 Agustus
- 2001 : "Menggugat Sentralisasi Televisi", Artikel Harian Kompas, 25 Agustus.

PEMBICARA SEMINAR

- 2016 : Nara Sumber Seminar Televisioner, Peran TV Komunitas Dalam Demokrasi Penyiaran, diselenggarakan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dan Universitas Multi Media Nusantara 31 Maret.
- 2016 : Narasumber Seminar Nasional, Media dan Pemberitaan Bencana, diselenggarakan Jurusan Komunikasi UII dan Museum Pers, di Yogyakarta, 22 Maret.
- 2016 : Narasumber di Seminar "Evaluasi dan Kritisi Peran dan Independensi TV" bersama DPP Partai Demokrat Jakarta Pusat, 20 Januari.
- 2015 : Narasumber kegiatan Prasinposium "Studi Dampak Sosial Ekonomi Pengembangan Broadband di Indonesia", diselenggarakan Badanlitbang Kominfo dengan Pusat Studi informatika UGM, di Yogyakarta, 23 November.
- 2015 : Narasumber Temu Ilmiah dan Seminar Penelitian tentang "Pemetaan Struktur Industri Penyiaran dan Peluang Usaha Penyiaran Evaluasi Terhadap Kebijakan Perijinan Frekuensi Penyiaran, kerjasama Badan Litbang Kominfo dengan Universitas Padjajaran, di Bandung 10 September
- 2015 : Narasumber FGD di Lemhanas RI, "Antisipasi Dampak Perkembangan Media Sosial Guna Membangun Perilaku Masyarakat Dalam Rangka Ketahanan Nasional" di Lemhanas Jakarta 10 September.
- 2015 : Pembicara Seminar Nasional dengan "Tema Kesiapan Indonesia Dalam Menghadapi Industri Dunia Maya" dilaksanakan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) di Solo 7 Oktober 2015

- 2015 : Narasumber Seminar "Peran Humas Pemerintah Dalam Mensukseskan Pilkada" diselenggarakan Pemprov Banten, di Serang Banten 14 Agustus.
- 2015 : Narasumber Seminar "Pentingnya Literasi Media" yang diselenggarakan Lembaga Konsumen Media (LKM) bekerjasama dengan Pemprof JATIM di Surabaya pada 19 Agustus.
- 2015 : Pembicara Seminar Nasional dan Temu Redaktur Kebudayaan (TRK) se Indonesia, "Jurnalisme Kebudayaan di Era Digital" diselenggarakan Dirjen Kebudayaan RI, di Semarang, 8 Agustus.
- 2015 : Seminar Nasional Forum Bakohumas, "Digital Government Public Relations Untuk Akuntabilitas Pembangunan", diselenggarakan BPKP di Jakarta, 8 Juli.
- 2015 : Narasumber Seminar Nasional tentang RUU Penyiaran di Gedung DPR/MPR Bersama Fraksi Partai Gerindra pada 20 April.
- 2014 : Seminar Hasil Penelitian, "Peranan TIK dalam Menunjang Akses Informasi dan Pelayanan Publik", di Banjarmasin. 8 Desember.
- 2014 : Pembicara pada Seminar Nasional "Kebijakan Pemerintah dalam Menghadapi Persaingan SDM Tenaga Kerja Bidang Kominfo pada Era MEA" diselenggarakan Badan Litbang Kominfo, pada 18 April di Surabaya
- 2014 : Pembicara Seminar Nasional Forum BAKOHUMAS dengan Tema "Kesiapan Batam Sebagai Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Menyongsong ASEAN Economic Community 2015" pada 25 Maret di Batam.
- 2014 : Speaker in Media and Gathering Seminar, *The Role of Education for Media in Facing ASEAN Free Trade Area 2015*, di Tanri Abeng University, Jakarta, 25 Februari.
- 2014 : Pembicara Seminar HUT Majalah Quas di Kementerian Luar Negeri RI, "Majalah Quas, Keberadaan dan Tantangannya" pada 22 Januari di Jakarta
- 2014 : Narasumber Seminar Nasional "Diplomasi Publik Melalui Pengembangan Kerjasama Strategis Bidang Informasi dan Komunikasi" diselenggarakan Dirjen IKP, di Bali, 24-26 Juni.
- 2013 : Narasumber Seminar Nasional "Pertarungan Kepentingan di Balik RUU Penyiaran", penyelenggara Departemen Komunikasi UI, di Kampus UI, Depok, 11 Desember.
- 2013 : Pembicara Seminar Nasional, "Humas Pemerintah dan Tantangan Perkembangan Teknologi Komunikasi" dalam Rangka Hari Kebangkitan Nasional dan Pekan Informasi Nasional di Hotel Aston Medan, 27 Mei.
- 2013 : Seminar Nasional, "Perkembangan ICT dan Perubahan Budaya: Menelusik Peran Teknologi Informasi dalam Perubahan Budaya di Indonesia", Kerjasama Fakultas Ilmu Budaya UGM dan Monumen Pers Nasional, di Jogjakarta, 14 Maret.
- 2012 : Keynote Speaker In the Health Promotion and Behavior Sciences Seminar. "Peran Media Elektronik terhadap Seks Pranikah dan Kesehatan", diselenggarakan Fakultas Kedokteran dan Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Jakarta, di Jakarta, 22 Desember.

- 2012 : Pembicara, Konvensi Nasional Humas Indonesia, "Reputasi Dalam Era Transparansi, Menuju Indonesia Jujur dan Mandiri", diselenggarakan PERHUMAS, di Hotel Sahid Jaya, Jakarta, 9-12 Desember
- 2012 : Narasumber Seminar Nasional Komunikasi, tentang "Demokrasi Komunikasi", diselenggarakan oleh Ikatan Mahasiswa Komunikasi Indonesia (IMIKI) di Unisba Bandung, 29 November.
- 2012 : Narasumber pada Seminar "Netralitas Pers Lokal dalam Pilkada Jawa Tengah" Diselenggarakan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro dan Monumen Pers Nasional, di Semarang, 11 September.
- 2012 : Pembicara pada Seminar Nasional, Forum Humas BUMN seluruh Indonesia, dengan tema "Bagaimana Humas menghadapi media dan perkembangan ICT" di Hotel Shangriila Surabaya, 8 Juni.
- 2012 : Pembicara pada acara Seminar Nasional "Festival TIK untuk Rakyat Wilujeng Surfing 2012", di Auditorium Gedung Telkom University Bandung, 29 April
- 2012 : Pembicara di acara Seminar Pemberdayaan Penyiaran lokal dalam Implementasi Sistem Televisi Digital, di hotel Bisanta Bidakara, Surabaya, 28 Maret
- 2012 : Pembicara Diskusi Publik acara LSM Media Link di Warung Daun, dengan tema "Migrasi TV Digital Antara Diversity of Ownership dan Kecenderungan Monopoli", di Jakarta, 2 Februari.
- 2012 : Pembicara Diskusi Publik pada acara LSM Media Link dengan tema "Migrasi TV Digital demi kepentingan publik atau pemodal?", di Hotel Pullman Jakarta, 8 Januari.
- 2011 : Pembicara pada acara National Seminar of Technology (NST) dengan tema "Cloud Computing", di ITS Surabaya, 1 Oktober.
- 2011 : Orasi Ilmiah pada perayaan Dies Natalis ke-26 "Peningkatan profesionalisme SDM dalam rangka menyongsong Era Industri Penyiaran Digital", Auditorium MMTC Yogyakarta, 28 Juli.
- 2011 : Pembicara dalam Seminar Penerimaan Mahasiswa Baru Angkatan 2011/2012 Pascasarjana Media dan Komunikasi "Pendidikan Komunikasi dan Perkembangan ICT di Indonesia", Aula Gedung A Fisip UNAIR Surabaya, 18 Juli.
- 2011 : Pembicara dalam acara Seminar Nasional "Communication Student Summit Aula Gedung C Fisip UNAIR Surabaya, 15 Mei.
- 2011 : Pembicara dalam acara Seminar "Mewujudkan MCH sebagai pusat media dan informasi haji", diselenggarakan Kementerian Agama RI, Hotel Borobudur Jakarta, 4 Mei.
- 2011 : Orasi Ilmiah dalam acara "Dies Natalis XXX (Lustrum IV) Universitas Islam Malang, "Perkembangan ICT dan Tantangan Pendidikan Masa Depan" di Malang 19 April.
- 2011 : Pembicara dalam acara Seminar "Radio Komunitas Menjawab Tantangan", diselenggarakan Radio Angkringan dan JRKI di Yogyakarta, 17-18 Februari.



- 2011 : Pembicara Scminar dan Talk show, *Bagaimana Memanfaatkan Internet secara Sehat dan Produktif*, diselenggarakan Pemprof Sulsel dan Unhas, di Tribuna Lapangan Karebosi di Makassar, 23 Januari.
- 2011: Pembicara dalam acara Seminar dan Studium General, *Kebijakan Komunikasi Dalam Pembangunan Bangsa*, diselenggarakan oleh UMM di Kampus 3 Universitas Muhammadiyah Malang, 15 Januari.
- 2010 :Pembicara Seminar FORKAPI diselenggarakan Institute Pertanian Bogor, *KebijakanKomunikasi Politik Pembangunan*, di Dramaga Bogor, 21 Desember.
- 2010 : Pembicara Seminar Nasional SHEMATICS, *Pemanfaatan Internet dan Fenomena Kejahatan di Dunia Maya*, di ITS Surabaya, 11 Desember.
- 2010 : Narasumber Seminar, "Media Cross ownership dan Dampaknya terhadap Masyarakat", diselenggarakan oleh Program Pascasarjana Magister Komunikasi. Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, di Jakarta, 25 Oktober.
- 2010 : Narasumber, Seminar dan Studium General, *Media Bencana Alam dan KomunikasiKrisis*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 10 Oktober.
- 2010 : Nara Sumber, National Broadcasting Forum. "Networking Television : Among Regulation, Decentralization and Corporation", diselenggarakan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Bana, di Jakarta, 5 Oktober.
- 2010 : Pembicara dalam Seminar Nasional dan Rakornas, Rapat Kordinasi Nasional. *Komisi Penyiaran Indonesia*, Tahun 2010, di Bandung, Juli.
- 2010 : Pembicara Key Note Speech, dalam Seminar Nasional tentang "Marketing Informasi, *Menjadi Enterpreuner Informasi Profesional Berbasis Internet*, diselenggarakan, Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Universitas Padjajaran, Bandung, 26 Mei.
- 2010 : Speaker on International Workshop Media's Development in Taiwan. "An Overview On The Media Industry di Indonesia" March 4-16 di Taiwan.
- 2010 : Pembicara dalam Seminar Nasional dengan tema "Tantangan dan Peluang Perdagangan Bebas Asean-Cina (ACFTA) Bagi Dunia Usaha Indonesia" diselenggarakan oleh Badan Informasi Publik, Kementerian Kominfo bersama Kementerian Perdagangan RI, tanggal 17-18 Februari di Batam, Kepulauan Riau.
- 2010 : Pembicara dalam Seminar Pendidikan Nasional dari Kementerian Pendidikan Nasional dan Nara Qualita Ahsana dengan tema "Merekonstruksi Sistem Pendidikan yang Holistik Berbasis Ke-Indonesiaan untuk Semua", tanggal 12-15 Februari di Surabaya.
- 2010 : Pembicara dalam Seminar Nasional dalam rangka "Hari Pers Nasional" diselenggarakan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan Dewan Pers di Palembang, tanggal 8-10 Februari.
- 2010 : Nara Sumber, National Broadcasting Forum. "Networking Television : Among Regulation, Decentralization and Corporation", diselenggarakan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, di Jakarta, 5 Oktober.
- 2008 : Pembicara Seminar Nasional, Temu Pakar dalam Rangka Government Public Relations dengan Tema "Media Massa dan Partai Politik dan Kampanye 2009 di

- Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 20 November
- 2007 : Pembicara Seminar Nasional, *Masalah dan Tantangan Dunia Penyiaran Indonesia*, diselenggarakan oleh DPP Golkar, 17 Desember, dibuka oleh Wapres Yusuf Kala, di Four Season Hotel Jakarta
- 2007 : Pembicara Sarasehan Nasional di PB NU, *Menakar Plus Minus Media Massa Indonesia*, 6 Desember, dibuka KH Hasyim Musadi.
- 2007 : Pembicara Workshop, *Forum Fasilitasi Peningkatan Peran Media Kampus* diselenggarakan Direktorat SKDI Depkominfo, di hotel Shapir, Yogyakarta 22-23 Agustus
- 2007 : Pembicara dalam Workshop, *Forum Komunkasi Politik untuk Masyarakat Rawan Konflik*, yang diselenggarakan oleh Depkominfo di Palu, Sulawesi Tengah, 18-19 Juli
- 2007 : Pembicara dalam Workshop, Forum Komunkasi Politik, "Kebijakan Komunikasi untuk Menjaga Integrasi Nasional", yang diselenggarakan oleh Depkominfo di Jaya Pura Papua, 9-10 Juli
- 2006 : Pembicara Seminar dalam *Peringatan Hari Anak Sedunia*, Kabupaten Natuna, Kepulauan Riau, 28 Desember.
- 2006 : Pembicara dalam Sarasehan Nasional Pedalangan Indonesia, *Mengembangkan Khalayak Media Pewayangan*, 18 Desember, Hyatt Regency Surabaya.
- 2006 : Pembicara Seminar Nasional, *Peran Public Relations dalam Mengembangkan Pariwisata kota Yogyakarta*, di Hotel Rubagraha Yogyakarta, 13 November
- 2006 : Pembicara Seminar Nasional tentang *Peran Media Watch dalam Media Literacy*, diselenggarakan Dewan Pers, di Hotel Sahid Solo, 7 Desember.
- 2006 : Pembicara Seminar, tentang "Komunikasi untuk Mengurangi Bencana", diselenggarakan oleh ITS di Hotel Narita Surabaya, 16 November.
- 2006 : Pembicara Seminar Nasional, *Demokratisasi Penyiaran dan Peran KPI*, penyelenggara Yayasan SET, di Hotel INA Denpasar, Bali, 24 November
- 2006 : Pembicara Seminar Nasional, *Desiminasi Informasi Melalui Media Radio*, diselenggarakan oleh Depkominfo dalam rangka International Broadcasting Expo, 14-15 November, di Hotel Haris, Kuta, Bali.
- 2006 : Pembicara dalam Workshop: *Menggali Teknik Penulisan Artikel Populer di Media Massa*, Universitas Katolik Widya Mandala, 14 Juli.
- 2006: Pembicara Seminar Nasional, *Praktik Kemerdekaan Pers dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*, diselenggarakan Universitas Prof DR. Moestopo, di Jakarta, 17 April.
- 2006 : Pembicara Workshop "Komunikasi Massa dalam koridor Penegakkan Hukum", diselenggarakan oleh Kantor Wilayah Departemen Hukum dan HAM Jawa Timur, 28 Maret.
- 2006 : Pembicara Seminar, *Membedah Majalah Playboy Indonesia*, diselenggarakan oleh Surabaya Pagi, 13 Maret, Hotel Hilton (Singgasana) Surabaya.
- 2006 : Pembicara Seminar tentang *Kebebasan Pers di tangan Demokrasi Lokal*, diselenggarakan oleh PWI Jawa Timur di Hotel Saptanawa, Gresik, 22 Pebruari

- 2006 : Seminar Seminar tentang "RUU Kebebasan Memperoleh Informasi Publik (KMIP) sebagai Perangkat Pendukung Perwujudan Pemerintahan yang bersih dan Bebas Korupsi, diselenggarakan oleh LSPS dan Yayasan Set di hotel Elmi Surabaya.
- 2005 : Workshops "Penyusunan Pedoman Pembentukan, Pemberdayaan, dan Pengembangan Media Komunitas, diselenggarakan oleh Depkominfo RI, di Hotel Sahid Solo, 12-14 Desember.
- 2005 : Seminar Nasional tentang "Membangun Media Literacy Melalui Media Watch", diselenggarakan oleh Depkominfo di hotel Garden Surabaya, 23 November.
- 2005 : Seminar Nasional, *Peran Kelompok Informasi Masyarakat dalam Sistem Demokrasi di Indonesia*, Diselenggarakan oleh Lembaga Informasi Nasional, Hotel Patra Semarang, 2 April.
- 2004 : Pembicara Seminar, "Mau Kemana Lembaga Informasi Nasional", 6 Oktober, Hotel Ibis Kemayoran, Jakarta.
- 2004 : Pembicara Seminar Nasional "Pelayanan Informasi Publik" tanggal 14 September, di Wisma Antara, Jakarta, diselenggarakan oleh Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) bekerja sama dengan Lembaga Informasi Nasional.
- 2004 : Pembicara Seminar "Humas untuk Mewujudkan Good Governance", tanggal 3 Agustus, hotel Singgasana, Kutei Kartanegara, Kaltim.
- 2004 : Pembicara dalam Workshop "Manajemen Krisis dan Komunikasi Efektif" Pembekalan Pejabat Pemda dan Anggota DPRD Kabupaten Malang Jawa Timur, tanggal 21 Juli.
- 2004 : Pembicara dalam Workshop "Mengoptimalkan Fungsi Humas Pemerintah Daerah" diselenggarakan oleh Pemprov Jawa Timur di Kabupaten Probolinggo Jawa Timur, 14 Juni.
- 2004 : Pembicara dalam Workshop "Pengawasan Kampanye Melalui Media Massa" diselenggarakan Panwaslu Jawa Timur, di Hotel Tretes Raya, 18 Mei.
- 2004 : Pembicara dalam Workshop "Optimalisasi Humas Pemda Jatim", diselenggarakan Dinas Kominfo Jawa Timur, di Hotel Natour Tretes, 28 April.
- 2004 : Pembicara dalam Workshop tentang "Penataan Kanal Radio dan Nasib Radio RKPDI" diselenggarakan oleh Dinas Kominfo Jawa Timur, 26 April.
- 2004 : Pembicara dalam Workshop "Menjinakkan Media" di hotel Raya Cilegon, Banten, bersama KADIN Banten 11 Maret.
- 2004 : Pembicara dalam Workshops, "Pemilu 2004 dan Penyandang Cacat" diselenggarakan oleh Koalisi Media, LSPS, di Hotel Santika Surabaya, 7 Maret
- 2004 : Pembicara dalam Seminar Nasional "Menggoda Media Massa dalam Pemilu 2004, Antara Idealisme dan Kepentingan Modal" di Auditorium Pascasarjana UI, Salemba Jakarta, 6 Maret.
- 2004 : Pembicara dalam Seminar Nasional yang dibuka oleh Wakil Presiden, tentang "Nasionalisme dan Profesionalisme Pers Indonesia, di Hotel Cempaka, 25 - 27 Februari.

- 2004 : Pembicara dalam Seminar Nasional dalam Rangka Hari Pers Nasional yang dihadiri Presiden Megawati, *Kritik Terhadap Pers Nasional*, di hotel Raddin Ancol, Jakarta, 9-12 Februari.
- 2003 : Pembicara Seminar Nasional "Implementasi Pendekatan Budaya untuk Integrasi Nasional, di Novotel Surabaya, 3 Juli.
- 2003 : Pembicara Seminar Nasional "Peran Media Massa dalam Pemilihan Umum 2004 di Universitas Merdeka Malang, 3 Juni.
- 2003 : Pembicara dalam Seminar "Wanita dan Demokrasi" diselenggarakan oleh Woman Care Forum, Jombang Jawa Timur, 28 Mei.
- 2002 : Pembicara Seminar Nasional, "Being Local in National Context Understanding Local Media and Its Struggle" diselenggarakan oleh Universitas Kristen Petra, di Hotel Majapahit Mandarin Surabaya, 14 Oktober
- 2002 : Pembicara dalam Training untuk Wartawan tentang *Etika Media Massa* diselenggarakan oleh UNESCO Jakarta Office, 9 Oktober
- 2002 : Pembicara Seminar Nasional "Media Massa dan Multikulturalisme di Indonesia" diselenggarakan oleh LSPS dan USAID, 5 Oktober
- 2002 : Pembicara dalam Seminar Besar Nasional, *Periklanan dan Etika* di Hotel Hilton Jakarta, 27 Juni, diselenggarakan oleh PPPI, PRSSNI, dan ATVSI
- 2002 : Pembicara pada Seminar Nasional "Televisi Lokal di Indonesia", FISIP Unan, 18 Juni, diselenggarakan oleh Jawa Pos Televisi (JTV) dan Universitas Airlangga
- 2002 : Pembicara pada Seminar "SCTV Goes To Campus", 29 Mei, di Convention Hall Surabaya, kerjasama antara Universitas Airlangga dan SCTV
- 2002 : Pembicara Seminar "Media Massa dan Pornografi" di Graha Pena, diselenggarakan oleh PMII, JTV dan Koran Jawa Pos, 4 Mei.
- 2002 : Pembicara dalam Workshops "Desentralisasi dan Pemberdayaan Institusi Lokal" di 3 kota, Lamongan, Lumajang, dan Madiun, diselenggarakan oleh LAKPESDAMI NU, dengan sponsor CSSP (USAID), 15, 23, 29 Maret.
- 2001 : Pembicara dalam Workshop "Investigative Reporting" untuk kalangan Wartawan, Hotel Lombok Raya, diselenggarakan oleh Dinas Infokom NTB dan PWI, November.
- 2001 : Pembicara Seminar Nasional, "Kebebasan Pers di Indonesia dan Disintegrasi Bangsa" diselenggarakan oleh LKP dan Pemerintah Propinsi Jawa Timur, di hotel Equator Surabaya, November.
- 2001 : Pembicara Seminar Nasional, "Jurnalisme Damai dalam Pers Indonesia Selama SI MPR, Agustus, di Hotel Shangri La Surabaya, diselenggarakan oleh LSPS (ISAI) atas sponsor USAID.
- 2001 : Pembicara pada Seminar International, "Public Broadcasting", 30 April, di Novotel Surabaya, diselenggarakan oleh Universitas Indonesia, IFES (USAID) TVRI dan RRI.
- 2001 : Pembicara pada Seminar Nasional *Integrasi Media pada Masyarakat Tradisional*

- 2000 : Pembicara pada Lokakarya dan Pelatihan di Diklat PLN Semarang, "*Komunikasi Organisasi yang Efektif*", 19-21 Juli dan 29-30 Juli.
- 2000 : Pembicara pada Seminar Nasional Maritim dengan topik *Strategi Komunikasi untuk Pembangunan Wisata Laut di Indonesia*, 20 Juli di Hotel Hyatt Regency Surabaya.
- 2000 : Pembicara pada Seminar Nasional "*Idealisme Pers pada Era Bebas dan Kompetitif*" di Hotel Cendana Surabaya, 3 Juni.
- 2000 : Pembicara pada Seminar International "*Revisi terhadap Undang-Undang Penyiaran Indonesia*", Jakarta 11 Mei 2000 di Hotel Peninsula Tower.
- 2000 : Pembicara pada Diskusi Terbatas Pimpinan dan Manajemen RRI tentang "*Perkembangan Radio*" di Kantor Pusat RRI, di Jakarta 20 April.
- 2000 : Pembicara tentang "*Metode Komunikasi*" di Diklat PT. Petrokimia, Gresik, 21 April.
- 2000 : Pembicara tentang "*Komunikasi Publik*", dalam Lokakarya di PT. Jamsostek, di Hotel Equator Surabaya, 7 April.
- 2000 : Pembicara tentang "*Undang-Undang bagi Jurnalis Indonesia*" pada seminar "Hari Pers Nasional", diselenggarakan oleh Koran Surabaya Post, di Surabaya, 11 Februari.
- 2000 : Pembicara tentang "*Format Program Radio*" pada Lokakarya yang diadakan oleh PRRSNI, 11 Februari, di Hotel Santika Surabaya.
- 1999 : Pembicara tentang "*Komunikasi Politik di Indonesia*" pada Seminar di Universitas Airlangga, bekerja sama FISIP UNAIR dan Media Watch, 14 Desember.
- 1999 : Pembicara tentang "*Hak bagi Konsumen Media*" pada Lokakarya untuk Konsumen Media, yang diselenggarakan oleh Media Watch Indonesia, di Hotel Equator, November.
- 1999 : Pembicara tentang "*Peningkatan Profesionalisme Jurnalis Indonesia*" pada Lokakarya yang diselenggarakan oleh Media Watch Indonesia di Hotel Elmi Surabaya, 12 Desember.
- 1999 : Pembicara tentang "*Persoalan Hukum Media*", kasus Presiden dan Andi Ghalib, pada seminar yang diselenggarakan oleh AJI di Hotel Fortuna Surabaya, 20 Maret.
- 1999 : Pembicara pada Seminar Interaktif, yang diadakan oleh Visi Anak Bangsa Jakarta "*Saatnya Berbicara pada Wakil Rakyat*" (Anggota DPR), 20 Juli, di Universitas Airlangga. Seminar ini disiarkan secara langsung di SCFM.
- 1999 : Pembicara pada Seminar Interaktif yang diselenggarakan oleh Visi Anak Bangsa Jakarta, "*Apa Arti Pemilihan Umum di Indonesia 1999*", 25 Februari, Hotel Radisson Surabaya, disiarkan langsung oleh Radio SCFM.

PENGALAMAN LAIN

2015 – 2022 : Anggota Panitia Seleksi (Pansel) Rekrutment Dewan Pengawas