



Mobilisasi Sumber Daya Bagi Organisasi Masyarakat Sipil

Modul

4

Seri
PEMANFAATAN
TEKNOLOGI
INFORMASI BAGI
ORGANISASI NIRLABA

DAFTAR ISI

1. Kerangka Pikir Pemanfaatan Teknologi, Informasi dan Komunikasi dalam kerja-kerja Organisasi Masyarakat Sipil.....	1
2. Peta Revolusi Informasi Bagi Organisasi Masyarakat Sipil.....	3
2.1. Peta Terkini: Revolusi Informasi Yang Terjadi di Indonesia	3
2.2. Organisasi Masyarakat Sipil Sebagai Pembaca Peta.....	6
2.3. Makna Peta Revolusi Informasi Bagi Organisasi Masyarakat Sipil di Indonesia.....	10
2.4. Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi.....	11
3. Kesiapan Transformasi Organisasi Masyarakat Sipil.....	19
4. Digital Fundraising	23
4.1. Pengertian	23
4.2. Konsep Dasar Digital Fundraising	24
4.3. Manfaat Digital Fundraising.....	26
4.4. Lima Crowdfunding Yang Terkenal Di Indonesia	26
5. Optimalisasi Media Sosial Sebagai Alat Mobilisasi Sumber Daya Organisasi Masyarakat Sipil	29
5.1. Website	29
5.2. Jejaring Sosial Media.....	34
6. Lembar Kuisisioner	

1

Kerangka Pikir Pemanfaatan Teknologi, Informasi, dan Komunikasi Dalam Kerja-kerja Organisasi Masyarakat Sipil

Teknologi merupakan alat atau sarana teknis yang digunakan manusia untuk meningkatkan perbaikan/penyempurnaan lingkungannya. Teknologi merupakan suatu pengetahuan tentang cara menggunakan alat dan mesin untuk melaksanakan tugas secara efisien. Selain itu, teknologi dapat juga dikatakan sebagai pengetahuan, alat, dan sistem yang digunakan untuk membuat hidup lebih mudah dan lebih baik. Melalui pemanfaatan teknologi memungkinkan orang dapat berkomunikasi dengan lebih baik dan lebih cepat. Teknologi ada di mana-mana dan dapat membuat kehidupan manusia menjadi lebih baik.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bisa diartikan sebagai payung besar yang mencakup semua peralatan teknis untuk memproses dan menyampaikan informasi. Dalam TIK terdapat 2 konsep yang sangat tidak terpisahkan:

- Teknologi informasi adalah segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi dan pengelolaan informasi.
- Teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses serta mentransfer data dari perangkat yang satu ke perangkat yang lain.

Untuk itu dalam pengertian sederhananya, TIK adalah semua kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan dan juga pemindahan informasi antar media yang satu ke media yang lain. Dewasa ini, perkembangan TIK sangat berkembang pesat.

Teknologi informasi yang semakin canggih dan dapat diandalkan dalam mendukung segala aktivitas baik organisasi, individu dan sosial. Sedangkan peran aplikasi teknologi informasi saat ini sudah menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan, sekaligus menjadi tempat bergantung para penggunanya untuk menyelesaikan berbagai permasalahan.

Organisasi Masyarakat Sipil di Indonesia memiliki peran sebagai penyeimbang bagi pemerintah dan organisasi profit. Oleh sebab itu TIK menjadi bagian penting untuk mendukung pelaksanaan mobilisasi sumber daya. Salah satunya sebagai alat dan media kunci bagi komunikasi OMS, baik di tingkat internal organisasi maupun untuk keperluan komunikasi eksternal organisasi kepada para pemangku kepentingan terkait dengan isu yang dikelolanya.

Peta Revolusi Informasi Bagi Organisasi Masyarakat Sipil

2

2.1 Peta Terkini: Revolusi Informasi Yang Terjadi Di Indonesia

Indonesia, dengan sekitar 258 juta penduduknya pada tahun 2015 merupakan peringkat ke-4 negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia. Pendapatan per kapita Indonesia saat ini terus tumbuh mencapai US\$3.600 per tahun dan berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), segmen pendapatan kelas menengah bertumbuh mencapai 56,7% dari populasi penduduk Indonesia. Indonesia, saat ini tidak lagi masuk dalam kategori negara berkembang namun sudah menjadi negara dengan pendapatan ekonomi menengah (emerging country).

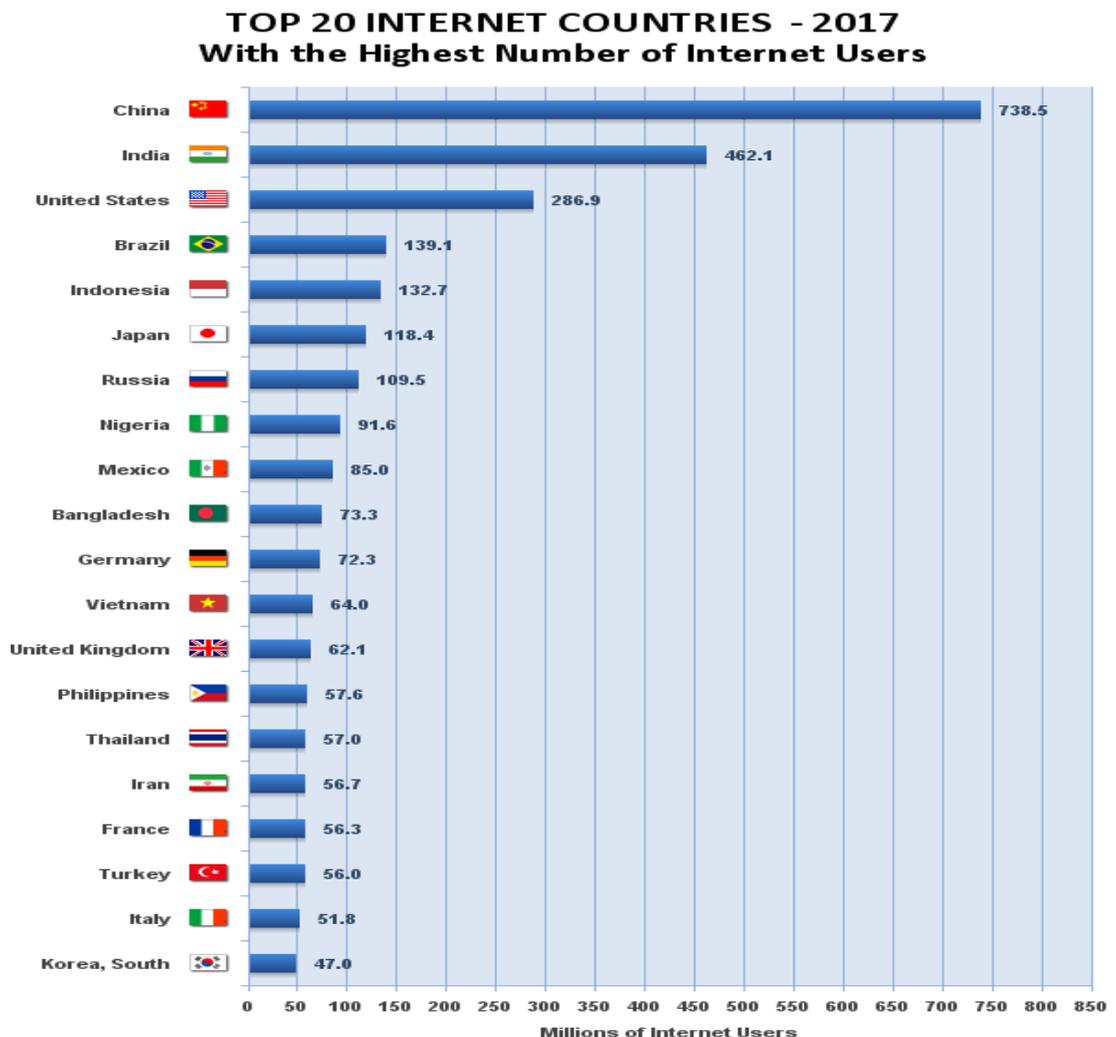
TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - JUNE 30, 2017						
#	Country or Region	Population, 2017 Est.	Internet Users 30 June 2017	Internet Penetration	Growth (*) 2000 - 2017	Facebook 30 June 2017
1	China	1,388,232,693	738,539,792	53.2 %	3,182.4 %	1,800,000
2	India	1,342,512,706	462,124,989	34.4 %	9,142.5 %	241,000,000
3	United States	326,474,013	286,942,362	87.9 %	200.9 %	240,000,000
4	Brazil	211,243,220	139,111,185	65.9 %	2,682.2 %	139,000,000
5	Indonesia	263,510,146	132,700,000	50.4 %	6,535.0 %	126,000,000
6	Japan	126,045,211	118,453,595	94.0 %	151.6 %	26,000,000
7	Russia	143,375,006	109,552,842	76.4 %	3,434.0 %	12,000,000
8	Nigeria	191,835,936	91,598,757	47.7 %	45,699.4 %	16,000,000
9	Mexico	130,222,815	85,000,000	65.3 %	3,033.8 %	85,000,000
10	Bangladesh	164,827,718	73,347,000	44.5 %	73,247.0 %	21,000,000
11	Germany	80,636,124	72,290,285	89.6 %	201.2 %	31,000,000
12	Vietnam	95,414,640	64,000,000	67.1 %	31,900.0 %	64,000,000
13	United Kingdom	65,511,098	62,091,419	94.8 %	303.2 %	44,000,000
14	Philippines	103,796,832	57,607,242	55.5 %	2,780.4 %	69,000,000
15	Thailand	68,297,547	57,000,000	83.5 %	2,378.3 %	57,000,000
16	Iran	80,945,718	56,700,000	70.0 %	22,580.0 %	17,200,000
17	France	64,938,716	56,367,330	86.8 %	563.1 %	33,000,000
18	Turkey	80,417,526	56,000,000	69.6 %	2,700.0 %	56,000,000
19	Italy	59,797,978	51,836,798	86.7 %	292.7 %	30,000,000
20	Korea, South	50,704,971	47,013,649	92.7 %	146.9 %	17,000,000
TOP 20 Countries		5,038,740,614	2,818,277,245	55.9 %	944.1 %	1,326,000,000
Rest of the World		2,480,288,356	1,067,290,374	43.0 %	1,072.2 %	653,703,530
Total World Users		7,519,028,970	3,885,567,619	51.7 %	976.4 %	1,979,703,530

NOTES: (1) Top 20 Internet User Statistics were updated in June 30, 2017. (2) Growth percentage represents the increase in the number of Internet users between the years 2000 and 2017. (3) The most recent user information comes from data published by Facebook, International Telecommunications Union, official country telecom reports, and other trustworthy research sources. (4) Data from this site may be cited, giving the due credit and establishing a link back to www.internetworldstats.com. Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Gambar 1.

Dengan jumlah penduduk sebesar itu dan tingkat pendapatan per kapita yang makin tinggi, Indonesia menduduki peringkat ke-5 negara pengguna internet terbanyak di dunia. Indonesia diperkirakan kini memiliki lebih dari 132 juta pengguna internet yang merupakan sekitar 51,4% dari total seluruh populasi Indonesia dan peningkatan sebesar 6,535% dari tahun sebelumnya. Bisa dilihat dari gambar 1 yaitu Tabel Top 20 Countries With Highest Number Of Internet Users - June 30, 2016. Tabel ini bersumber dari Internet World Stats.

Indonesia juga merupakan pengguna Facebook terbesar ke-4 di dunia, dengan total pengguna menurut Social Baker sebesar 44,2 juta dan penetrasi atas total populasi Indonesia sebesar 18,2%. Indonesia hanya berada di bawah (negara/jumlah pengguna/penetrasi terhadap total populasi): AS/165 juta/53,2%; Brazil/57,8 juta/28,8% dan India/54,7 juta/4,7%. Lihat gambar 2.



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/top20.htm
2,818,277,245 Internet users in the Top 20 countries as of June 30, 2017
Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group

Gambar 2.

Menurut wearesocial.com, dari sisi demografi, teridentifikasi bahwa mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia antara 25-29 tahun (35%), antara 13-19 tahun (26%), 30-39 tahun (12%), 40-49 tahun (2,8%), 50-59 tahun (1%) dan di atas 60 tahun (1,5%).

Masih dari sumber yang sama, sebanyak 25% dari total 88 juta pengguna internet Indonesia mengakses internet melalui ponsel. Sementara sisanya, mengakses internet bukan dari ponsel. Di Asia Tenggara, Indonesia adalah pengguna mobile web terbesar. Negara-negara lainnya, seperti Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Malaysia, mayoritas pengguna mengakses internet melalui perangkat bukan ponsel.

Seluruh data statistik di atas seharusnya kemudian dapat menggambarkan sebuah peta pemahaman baru dan terkini tentang Revolusi Informasi di Indonesia. Revolusi ini terutama terbentuk oleh arus deras penggunaan internet sebagai pilihan teknologi dalam komunikasi dan perolehan informasi di Indonesia.

Pilihan penggunaan jenis teknologi internet ini berjalan seiring dengan bertambahnya jenis perangkat berbasis layanan seluler seperti ponsel dan tablet yang memiliki kapabilitas untuk mengakses internet dengan mudah dan dengan biaya yang semakin terjangkau di Indonesia.

2.2 Organisasi Masyarakat Sipil Sebagai Pembaca Peta Perubahan Besar Dan Potensi Luar Biasa!

Masyarakat sipil adalah salah satu dari tiga pilar tata kelola pembangunan, selain sektor pemerintah dan sektor swasta/bisnis. Arah dan ukuran keberhasilan pembangunan Indonesia sekarang ini akan sangat ditentukan seberapa besar irisan sinergi dapat diwujudkan bersama oleh tiga pihak pelaku pembangunan tersebut. Peran sektor masyarakat sipil di Indonesia menjadi sangat penting, karena kompleksitas permasalahan dan kondisi yang dihadapi membutuhkan ruang dialog yang cukup setara serta partisipasi aktif dari masyarakat.

Organisasi masyarakat sipil (selanjutnya akan disebut OMS) adalah organisasi sukarela, bersifat nirlaba dan independen, bergerak untuk mengumpulkan kekuatan terpadu demi tujuan yang sesuai dengan kepentingan anggota/konstituen dan kelompok-kelompok yang dibantunya dengan dilandasi nilai-nilai bersama.

Diperkirakan sampai saat ini terdapat lebih dari 30.000 OMS di Indonesia, baik yang terdaftar secara resmi maupun yang belum/tidak. Jumlah yang sangat kecil dibandingkan dengan jumlah populasi penduduk Indonesia sendiri. Jika masing-masing organisasi diasumsikan memiliki rata-rata 20 anggota, maka dari sisi rasio jumlah sumber daya manusia yang dimiliki OMS, sektor masyarakat sipil hanyalah sekitar 0,24% dari total populasi Indonesia.

Sedang pada sisi yang lain, pengaruh sektor swasta akan sangat mudah diukur berdasarkan rasio modal yang mereka kelola, di mana pada aspek ini, OMS pasti tidak akan mampu mengimbangnya. OMS juga tidak mudah bersanding setara dengan kekuatan sektor pemerintah yang memiliki kendali di aspek regulasi dan dana belanja pembangunan. Bagaimana bisa tercipta sebuah keseimbangan tiga pilar pelaku pembangunan? Bagaimana membangun irisan sinergi secara maksimal antar tiga sektor pelaku pembangunan di Indonesia?

Lantas apa makna peta terkini Revolusi Informasi bagi organisasi masyarakat sipil di Indonesia?

Pertama, OMS perlu benar-benar menyadari, bahwa telah terjadi perubahan besar pada lanskap dan pola relasi dan pola tata kelola saat ini. Revolusi Informasi di Indonesia telah melahirkan kemungkinan untuk memperbesar kekuatan gerakan OMS secara berlipat saat ini.

Revolusi ini memungkinkan OMS terhubung dengan keseluruhan lapisan masyarakat madani di Indonesia.

Karakteristik khusus proses kelahiran dan pertumbuhan OMS di Indonesia telah sekian lama mencerabut posisi OMS dari masyarakat madani yang sesungguhnya harus mereka wakili. Kini, jarak tersebut menjadi mungkin untuk dipupus dalam waktu pendek dan segera.

Pada sisi yang lain, didasarkan pada penggunaan internet dalam era teknologi modern, masyarakat madani kini telah serba terhubung. Kondisi ini kemudian mendorong lahirnya begitu banyak komunitas (kelompok masyarakat dengan latar kesamaan tertentu).

Sebuah komunitas modern kini tidak dapat lagi dipantau detil keanggotaannya. Sebuah komunitas bukan lagi merupakan ruang eksklusif dan mengikat. Ruang komunitas kini lebih mirip ruang datar yang terbuka, tempat bagi siapapun yang berminat dan tertarik untuk dari sekedar menghampiri, menjenguk, menyapa; hingga terlibat (jika mereka merasa perlu). Komunitas kini juga cenderung untuk tidak mau dilabeli dengan sebuah bendera kelembagaan. Anggota komunitas yang terbuka ini sangat kritis akan potensi keterlibatan mereka yang dapat menjadi 'komoditas dagang' sebuah lembaga/pihak tertentu. Maka keterikatan mereka pada sebuah komunitas saat ini lebih berdasar pada bentuk aliansi dan keterlibatan yang lepas.

Secara intuitif, setiap komunitas terbentuk berdasarkan latar kesamaan tertentu, lalu secara bersama mereka menetapkan tujuan dan nilai-nilai komunitas, memilih posisi dan peran yang akan dimainkan, menetapkan batas-batas wilayah, membangun swa-tata-kelola dalam ruang komunitas, mengatur soal keanggotaan dan perilaku anggota, dan ujungnya adalah menetapkan kegiatan-kegiatan apa yang akan mereka jalankan dalam masa pertumbuhan mereka bersama. Komunitas ada untuk anggota, untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Beda dengan OMS yang lahir untuk dan atas nama masyarakat tapi kemudian tanpa sadar mengambil jarak dari masyarakat; komunitas adalah bagian dari masyarakat itu sendiri.

Urutan tersebut di atas menggambarkan bagaimana proses pengembangan sebuah 'kota-kota baru' dalam 'lanskap terhubung yang baru'. OMS di Indonesia harus membaca peta Revolusi Informasi ini sebagai sebuah kenyataan di depan mata bahwa telah lahir lanskap terhubung baru dengan tatanan yang sama sekali baru. Kenyataan dan perubahan ini tidak terelakkan.

Perubahan besar tatanan pada lanskap masyarakat sipil/madani di Indonesia memberikan tantangan perubahan bagi OMS. Revolusi Informasi di Indonesia telah melahirkan kemungkinan untuk penggandaan kekuatan gerakan OMS secara berlipat.

Akan tetapi revolusi ini juga akan segera membuat OMS kehilangan posisi dan perannya dalam peta lanskap di Indonesia, jika OMS tidak mampu segera mendefinisikan ulang arah dan strategi organisasi dengan cerdas dan matang.

Kedua, sebagai sebuah organisasi, OMS akan berdiri, bergerak dan bertumbuh sesuai dengan visi dan misi masing-masing organisasi berdasarkan sumber daya organisasi yang dimiliki. Sebagaimana layaknya organisasi secara umum, baik itu organisasi bisnis maupun organisasi nirlaba, OMS memiliki beberapa pilar sumber daya yang menentukan keluasan dan kedalaman ruang gerak organisasi. Pilar sumber daya OMS secara tradisional adalah: (i) dukungan pendanaan, (ii) sumber daya manusia, serta (iii) data dan informasi.

Pola dan skema ketersediaan dukungan pendanaan bagi OMS di Indonesia kini mengalami perubahan signifikan. Peta dukungan global dalam waktu singkat telah begitu bergeser. Indonesia bukan lagi lapisan teratas dalam daftar sasaran lembaga donor. Donor klasik mulai mengurangi anggarannya, sembari memindahkan fokus areanya ke wilayah-wilayah lain. Mereka kini juga lebih berkonsentrasi kepada isu-isu payung, semisal perubahan iklim, ekonomi hijau, atau isu lain yang berbasis skema-skema investasi.

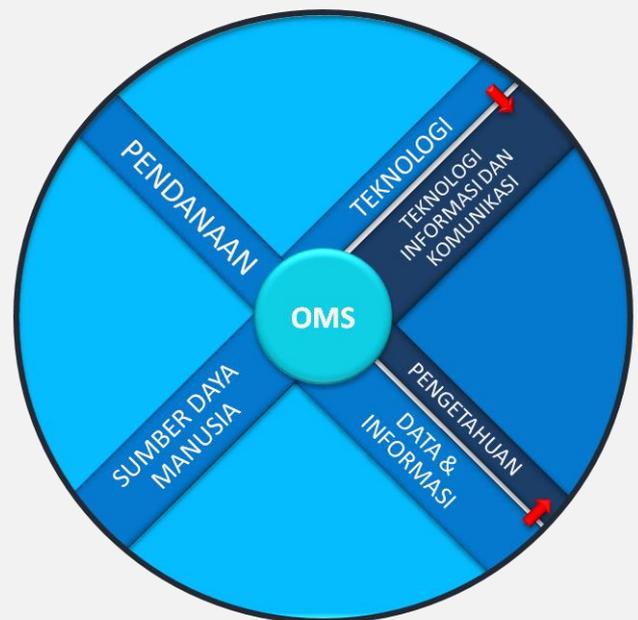
Krisis ekonomi AS dan negara-negara Eropa juga diyakini akan turut menyumbangkan ketidakpastian pola bantuan di masa depan. OMS tidak bisa lagi sepenuhnya bersandar pada dukungan lembaga donor. Sedang pencapaian tujuan OMS jelas tetap akan membutuhkan dukungan sumber daya yang stabil dan kontinyu. Pada titik ini, sumber daya OMS tidak bisa direduksi hanya sebagai dukungan dana. Partisipasi dan keterlibatan publik, bahkan kini telah jauh lebih berharga. Kemitraan, jejaring, aliansi ataupun sindikasi telah menjadi tuntutan strategi yang sangat penting.

Bagaimana dengan sumber daya OMS yang lain? Tidak seperti pada organisasi bisnis, OMS sampai saat ini belum menempatkan teknologi, – khususnya teknologi informasi– sebagai salah satu pilar sumber daya utama organisasi.

Selain untuk memperkuat jangkauan dan akses OMS terhadap komunitas dan masyarakat luas, serta selain sebagai alat komunikasi dan negoisasi yang efektif antara OMS dengan sektor pemerintah dan bisnis (telah diuraikan pada paparan pertama di atas); OMS kini dituntut untuk mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sebagai salah satu sumber daya internal organisasi.

TIK sebagai salah satu sumber daya organisasi memiliki daya ungkit bagi sumber daya organisasi yang lain. Pada aspek sumber daya keuangan/pendanaan, TIK memungkinkan peningkatan akuntabilitas organisasi melalui penggunaan dana secara lebih efektif, pengelolaan keuangan yang lebih akurat dan tepat waktu, serta juga memungkinkan terwujudnya penggalangan dana publik bagi OMS.

Pada aspek sumber daya manusia, TIK akan mendorong pengelolaan sumber daya manusia secara lebih tertata, terpantau dan terarah. Di sisi lain, TIK akan membantu setiap personil organisasi dalam mengeluarkan kemampuan terbaiknya dan meningkatkan kualitas capaian program melalui pengembangan dan penggunaan alat atau aplikasi berbasis TIK yang tepat.

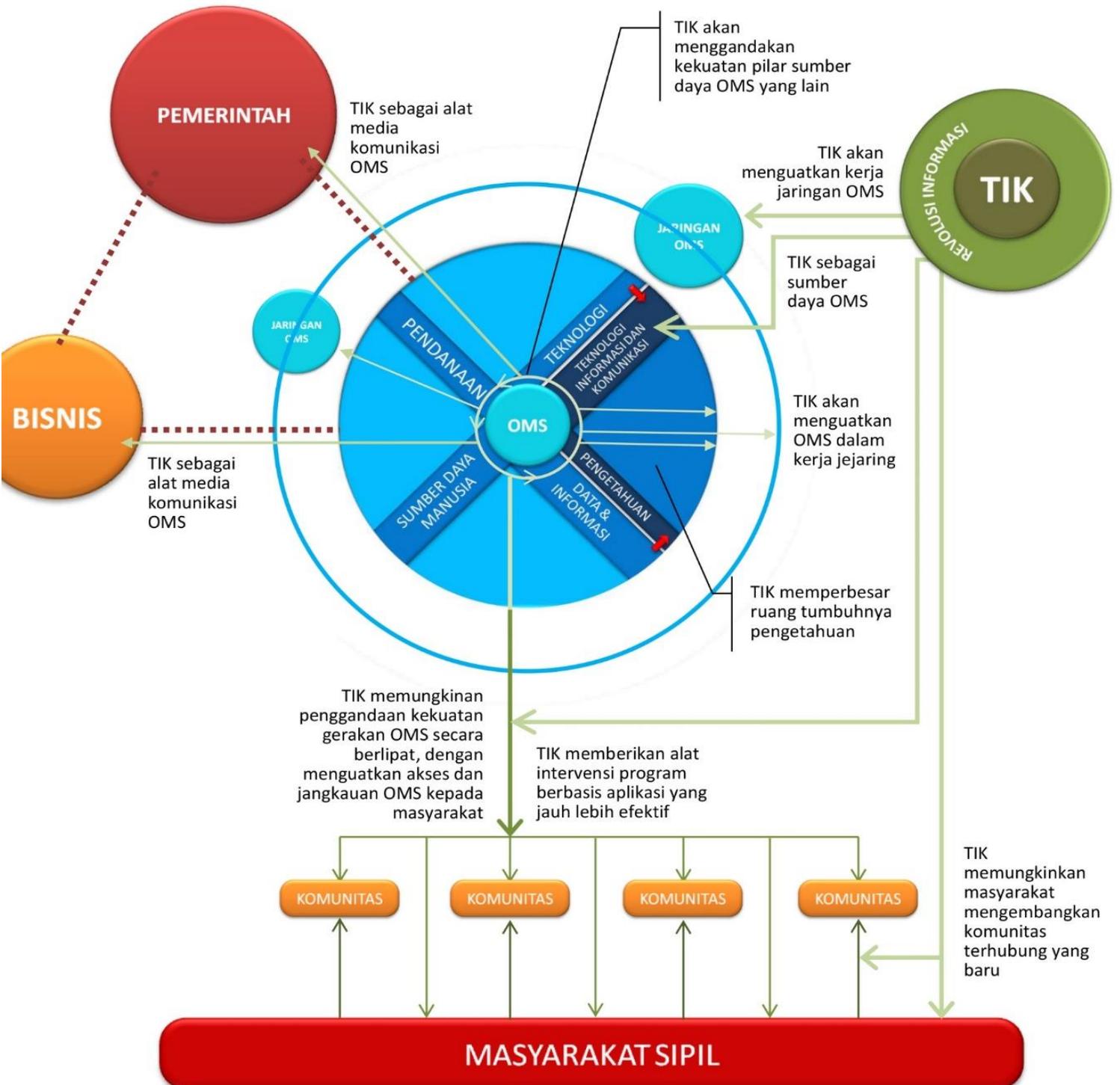


Gambar 3.

Tidak berhenti pada bentuk data dan informasi, kini beberapa OMS telah menempatkan pengelolaan pengetahuan sebagai salah satu aset baru yang berharga bagi organisasi. TIK akan menciptakan basis media pengelolaan data dan informasi serta mendampingi organisasi dalam pengembangan serta pendokumentasian pengetahuan, baik pada tingkat individu, organisasi maupun jaringan OMS.

TIK juga akan dapat membantu OMS dalam keseluruhan siklus gerak organisasi; mulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi. Kawalan siklus gerak tersebut akan dapat diterapkan mulai dari lapisan gerak kegiatan, program/proyek, unit/divisi hingga konsolidasi gerak organisasi secara utuh. Maka, makna peta terkini Revolusi Informasi seharusnya telah tergambar cukup jelas. Perubahan lingkungan eksternal telah memberikan pesan kuat bagi seluruh OMS di Indonesia.

2.3 Makna Peta Revolusi Informasi Bagi Organisasi Masyarakat Sipil Di Indonesia

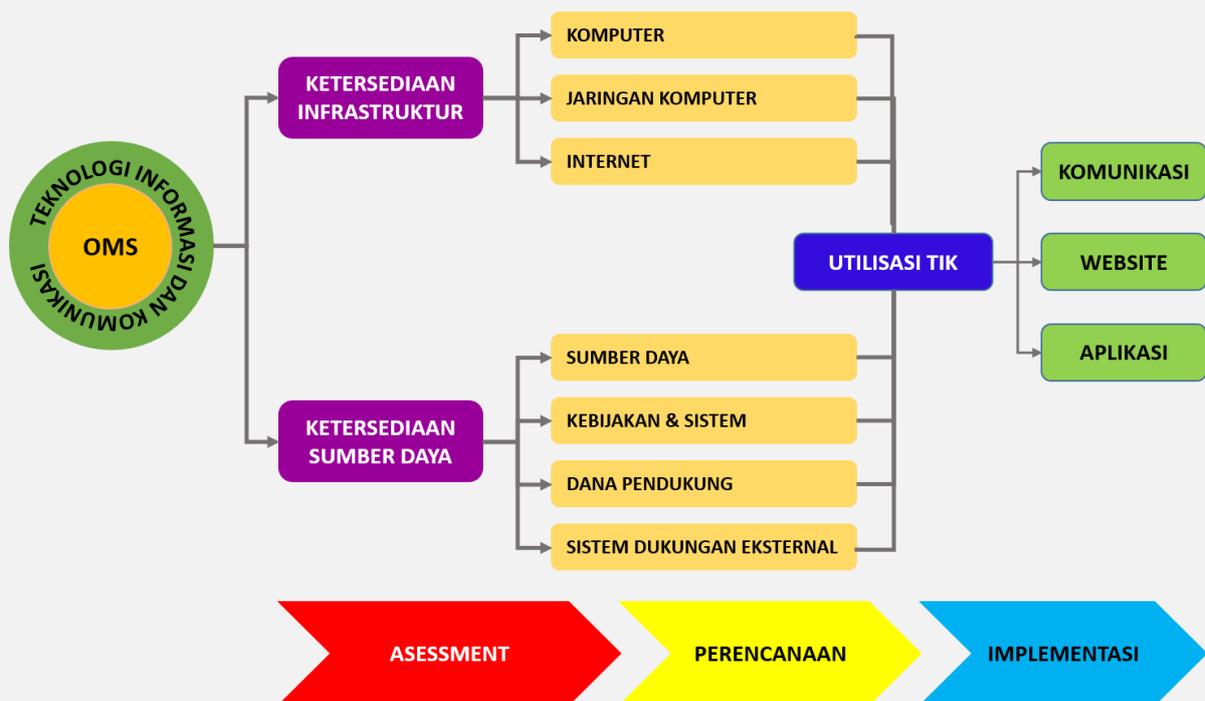


Gambar 4

2.4 Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Kondisi Pemungkin Dan Kerangka Utilisasi

Tujuan penggunaan TIK bagi OMS memiliki dua dimensi yang diharapkan dapat bekerja secara simultan. Dimensi pertama adalah TIK sebagai alat pemacu akses dan perluasan jangkauan OMS terhadap jaringan, komunitas dan masyarakat sipil; serta alat komunikasi yang efektif antara OMS, sektor pemerintah dan sektor bisnis. Sedang dimensi kedua adalah TIK sebagai pendorong perbaikan tata kelola internal organisasi, sekaligus pengganda kekuatan pilar sumber daya organisasi yang lain yaitu sumber daya keuangan, sumber daya manusia, serta data, informasi dan pengetahuan.

Kerangka utilisasi atau penggunaan TIK bagi OMS akan didasarkan pada terpenuhinya dua kondisi pemungkin, yaitu ketersediaan infrastruktur teknologi dan ketersediaan sumber daya pendukung.



Gambar 5.

Ketersediaan infrastruktur teknologi. Teknologi adalah alat organisasi untuk mencapai tujuan. Teknologi memungkinkan proses-proses dalam organisasi diselenggarakan dengan lebih efisien dan efektif. Dalam konteks TIK, infrastruktur teknologi akan mencakup tiga aspek sebagai berikut:

- a. Ketersediaan komputer dan piranti lunak secara memadai.

Ketersediaan komputer, baik dalam bentuk dekstop, laptop, maupun bentuk komputer canggih lain, yang kini telah berkembang begitu cepat, merupakan langkah paling awal bagi penggunaan TIK oleh OMS. Setiap personil yang bekerja dengan data dan informasi kini harus menggunakan komputer. Komputer sebagai alat kerja dapat dipandang sebagai tuntutan bagi masing-masing personil organisasi untuk menjamin ketersediaannya secara pribadi (seperti seorang murid yang harus menyiapkan buku tulis dan pensil sebelum berangkat ke sekolah).

Namun pada sisi yang lain, pemahaman organisasi tingkat lanjut atas pentingnya ketersediaan komputer sebagai sebuah intervensi organisasi pada aspek teknologi, akan mendorong penyediaan komputer bagi para personilnya serta pemeliharaan komputer tersebut ke dalam wilayah peran dan tanggung jawab organisasi.

Ketersediaan komputer bukan hanya soal pengadaan sejumlah peralatan semata. Dalam proses penyediaan komputer, organisasi atau masing-masing personil secara pribadi, perlu sangat memperhatikan faktor kebutuhan prosesor, memori, jenis sistem operasi dan piranti lunak dasar yang akan digunakan oleh komputer tersebut.

- b. Ketersediaan 'jaringan' yang menghubungkan komputer-komputer dalam organisasi.

OMS pasti memiliki lebih dari satu komputer. OMS harus menyadari kebutuhan untuk berbagi informasi di antara para personilnya, atau kebutuhan untuk mengakses perangkat tertentu, misalnya sebuah printer, yang terhubung ke salah satu komputer, atau kebutuhan berbagi koneksi internet. Penggunaan komputer dalam satu organisasi akan jauh lebih produktif dan bermanfaat jika komputer-komputer dalam organisasi tersebut saling terhubung dalam sebuah 'jaringan'.

Jaringan komputer dalam sebuah organisasi dapat dihubungkan melalui kabel atau WiFi, dan akan mempertimbangkan kebutuhan penggunaan komputer server, baik untuk tujuan berbagi maupun untuk tujuan penyimpanan. Pengelolaan jaringan membutuhkan keahlian khusus yang harus juga disertai dengan pemahaman atas aspek pengamanan jaringan itu sendiri.

- c. Ketersediaan koneksi internet sebagai penghubung organisasi dengan dunia luar.

Aspek terakhir yang harus dipenuhi dalam infrastruktur teknologi adalah ketersediaan koneksi internet yang memberikan akses untuk berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan terkait.

Selain itu juga memberikan peluang untuk meraup informasi, pengalaman dan pengetahuan baru yang relevan.

Bagi OMS, pengelolaan koneksi internet oleh organisasi terutama akan terkait dengan jenis dan biaya koneksi yang dipilih, serta bagaimana komposisi biaya tersebut dialokasikan menjadi beban individu dan/atau organisasi (karena, isu terkini yang mengejutkan dan harus segera dihadapi OMS dengan bijak adalah isu penggunaan koneksi internet yang berlebihan bagi kepentingan individu personil OMS sendiri).

Pengelolaan koneksi internet oleh OMS juga akan terkait dengan kebijakan penggunaan bandwidth atau besaran data yang dapat dilewatkan dalam koneksi melalui sebuah jaringan, pengelolaan lalu lintas data masing-masing personil dalam organisasi, dan juga soal proteksi password dan proteksi atas potensi serangan virus dari penggunaan internet.

Di Indonesia, fasilitas koneksi internet belumlah merata. Sejauh ini penyediaan koneksi oleh para provider masih terpusat pada kota-kota besar di Indonesia. Walau biaya koneksi makin lama makin dapat dijangkau, namun didapati kenyataan bahwa di sekian banyak wilayah di Indonesia masih tidak terdapat akses dan jaringan internet sama sekali.

Saat ini, ponsel dengan fasilitas koneksi internet dan modem berbasis layanan seluler menjadi solusi sementara bagi OMS yang berada di wilayah terpencil dan sulit dijangkau secara geografis (lihat bagian pemetaan di awal dokumen, di mana penetrasi pengguna internet di Indonesia baru mencapai 22,4% dari total seluruh populasi Indonesia, dan 61,88% dari pengguna internet di Indonesia mengakses internet melalui ponsel).

Ketersediaan dukungan sumber daya. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, TIK sebagai salah satu sumber daya organisasi memiliki daya ungkit bagi sumber daya organisasi yang lain. Namun penguasaan dan penggunaan teknologi ini bagi organisasi juga sangat membutuhkan dukungan sumber daya organisasi yang lain tersebut, terutama pada aspek keuangan dan sumber daya manusia.

Bagi OMS, sangat penting untuk memastikan ketersediaan dukungan sumber daya pada aspek keuangan dan sumber daya manusia bagi penggunaan TIK. Kedua aspek dukungan tersebut tak jarang bersifat substitutif. Apabila OMS memiliki dukungan aspek keuangan yang memadai, maka dukungan sumber daya manusia bisa saja digantikan dengan jasa konsultan.

Namun di sisi lain, apabila OMS memiliki dukungan sumber daya manusia yang cukup memadai, maka dukungan aspek keuangan yang dibutuhkan OMS bagi penggunaan TIK akan relatif lebih rendah.

Ketersediaan sumber daya pendukung bagi pengoperasian TIK oleh OMS berarti:

- Tingkat pemahaman, keterampilan dan keahlian sumber daya manusia secara memadai dalam penggunaan TIK,
- Ketersediaan kebijakan dan sistem manajemen TIK dalam organisasi,
- Ketersediaan dana pendukung yang cukup,
- Ketersediaan sistem pendukung eksternal bagi penggunaan TIK.

Pada intinya, dukungan sumber daya bagi terciptanya kondisi pemungkin yang paling penting adalah terpenuhinya tingkat pemahaman, keterampilan dan keahlian para personil OMS secara memadai dalam penggunaan TIK. Pemenuhan ini tidak bisa dilakukan hanya dengan penempatan satu atau dua orang sebagai staf IT support dalam organisasi, namun lebih dari itu; seluruh personil OMS harus memiliki pemahaman dan tingkat keterampilan yang cukup memadai bagi penggunaan TIK dalam proses kerja mereka.

Pelatihan dan praktek-praktek simulasi dapat disediakan oleh organisasi untuk mendorong peningkatan kapasitas personil dalam penggunaan TIK. Penggunaan program atau aplikasi tertentu berbasis TIK akan membawa perubahan mekanisme kerja dan bahkan perubahan/penambahan beban kerja para personil OMS. Maka, selain pelatihan, organisasi juga harus mampu mendorong dan memastikan tumbuhnya motivasi yang kuat bagi terjadinya perubahan kebiasaan dari masing-masing personil.

Adanya sebuah sistem manajemen yang terdokumentasi dengan baik, yang memuat kebijakan dan alur prosedur tentang tata kelola TIK dalam organisasi akan semakin memperkuat jaminan bagi internalisasi teknologi ini dalam gerak organisasi secara utuh. Dana pendukung memang akan menjadi basis sekaligus batasan bagi rencana pengembangan TIK dalam OMS.

Dana pendukung TIK akan lebih bersifat sebagai dana investasi yang manfaatnya tidak dapat diukur secara langsung. OMS perlu mengalokasikan secara khusus dana tersebut dan mencoba menggalang kontribusi dari setiap program/proyek yang didanai oleh lembaga donor. Selain berbentuk dana tunai, dukungan pendanaan juga dapat digalang oleh OMS melalui kerjasama sponsor maupun kontribusi/hibah dalam bentuk barang atau piranti lunak (in-kind contribution).

Ketersediaan sistem pendukung eksternal bagi penggunaan TIK oleh OMS tetap diperlukan karena dalam penggunaan TIK, ada banyak hal yang tidak sepenuhnya dapat dimengerti dengan baik, apalagi jika menyangkut soal teknis; dan bisa saja kesalahan penggunaan teknologi terjadi sewaktu-waktu dikarenakan beberapa sebab.

Permasalahan yang terjadi seharusnya dapat diklasifikasi secara berjenjang. Sebagian besar mungkin merupakan masalah tingkat dasar dan idealnya harus dapat diselesaikan oleh personil IT support dalam organisasi. Namun, sejumlah masalah yang ditemukan mungkin saja bersifat lebih teknis dan memerlukan solusi dari pihak tertentu dengan keahlian khusus.

Mengembangkan keterampilan secara internal bagi penyelesaian masalah-masalah khusus tersebut akan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, dan tidak benar-benar diperlukan oleh OMS. Cara terbaik bagi pemecahan masalah khusus ini adalah dengan membangun kesepakatan kerja dengan konsultan/vendor pihak ketiga secara ad-hoc atau on-call basis.

Konsep penggunaan TIK bagi OMS dikembangkan berbasis siklus tiga tahap, yaitu: tahap asesmen, tahap perencanaan dan tahap implementasi. Asesmen akan dilakukan atas ketersediaan infrastruktur teknologi dan ketersediaan dukungan sumber daya, untuk mengukur sejauh mana penggunaan TIK dapat dilakukan oleh OMS. Kemudian, berdasarkan hasil asesmen tersebut, disusunlah sebuah rencana penggunaan TIK. Proses asesmen dan perencanaan ini merupakan proses iteratif, di mana bisa saja hasil proses perencanaan tersebut akan memberikan umpan balik berupa rekomendasi peningkatan kapasitas infrastruktur teknologi dan penambahan dukungan sumber daya bagi penggunaan TIK dalam organisasi.

Penggunaan TIK oleh OMS secara umum dapat dilakukan pada tiga area besar sebagai berikut:

- Alat dan media komunikasi organisasi,
- Pengembangan web organisasi,
- Alat bantu kerja organisasi melalui penggunaan aplikasi, program atau piranti lunak tertentu.

TIK merupakan alat dan media kunci bagi komunikasi OMS, baik di tingkat internal organisasi maupun untuk keperluan komunikasi eksternal organisasi kepada para pemangku kepentingan terkait dengan isu yang dikelolanya. Jalur komunikasi berbasis TIK kini tidak hanya berupa email dan milis saja. Social media yang berkembang telah memberikan ruang yang cukup luas untuk terjadinya komunikasi dan forum diskusi yang lebih luas. BBM atau Whatapps kini telah memangkas begitu banyak biaya komunikasi antar personil/grup.

SMS Gateway atau 'SMS bundles' dan teknologi VOIP (Voice Over Internet Protocol, misalnya penggunaan MSN, Skype) adalah perkembangan alat komunikasi lain yang sebelumnya tidak pernah terbayangkan.

Penggunaan TIK juga memudahkan OMS untuk berkomunikasi dengan para pihak yang terkait mekanisme kerja organisasi; antara lain komunikasi dalam proses pengadaan, transaksi dengan bank (kini hampir seluruh bank besar di Indonesia telah memberikan layanan internet banking), komunikasi dalam proses rekrutmen staf atau sukarelawan, dan komunikasi dengan para pemangku kepentingan menggunakan fasilitas blog maupun audio/video conference. Sebagai alat komunikasi, TIK juga memungkinkan terwujudnya kelompok diskusi terfokus (FGD – focused group discussion), kampanye dan program pendidikan serta pelatihan secara on line.

Paparan di atas menegaskan daya luar biasa penggunaan TIK bagi OMS. Komunikasi organisasi kini memiliki begitu banyak ruang dan pilihan pengembangan yang jauh lebih efektif, dan juga efisien karena begitu banyak manfaat tersebut dapat diperoleh tanpa harus diikuti konsekuensi pengeluaran biaya secara linier.

Di area pengembangan web, kini OMS telah memasuki era web 2.0, di mana web bukan lagi hanya sebagai alat komunikasi satu arah. Web satu arah tetap dapat menunjang kerja OMS melalui penyampaian profil, dokumentasi, diseminasi informasi dan publikasi organisasi ke masyarakat luas (termasuk para lembaga donor potensial).

Namun dengan era baru pengembangan web interaktif saat ini, OMS di Indonesia sebenarnya telah diberikan ruang untuk dapat berkomunikasi dan berinteraksi secara langsung dengan jaringannya, komunitas dan masyarakat sipil secara luas. Web telah dapat dikembangkan sebagai media diskusi dan berbagi bagi jaringan OMS, komunitas dan masyarakat luas.

Perkembangan dan perubahan ini tampaknya belum dipahami dengan baik oleh OMS hingga saat ini. Alih-alih berkomunikasi dan menggalang keterlibatan komunitas dan masyarakat bagi gerak organisasi, OMS lebih memilih menjadikan web mereka hanya sebagai tampilan profil di dunia maya, sekedar menggantikan brosur dan publikasi yang biasanya mereka cetak dengan biaya mahal.

Yang juga perlu dipertimbangkan adalah aspek pemeliharaan sebuah web. Pengembangan sebuah web tidak hanya berhenti pada tahapan pembangunan web saja. Update isi (web content) dan pengembangan lanjutan web (re-development) harus dilakukan secara periodik sesuai dengan dinamika organisasi dan lingkungan eksternal yang berkembang.

Satu kemungkinan baru yang juga harus dipertimbangkan sungguh-sungguh oleh OMS adalah bahwa pengembangan web juga memberikan peluang berharga bagi organisasi untuk melakukan penggalangan dana publik. Dengan perubahan pola dan skema dukungan pendanaan saat ini bagi OMS, di mana dukungan dari lembaga donor mulai menurun atau bergeser, maka potensi dukungan dana dari publik menjadi alternatif terbaik.

Pengembangan web interaktif akan membuka peluang mendekati diri kepada konsituen publik masing-masing OMS. Dukungan dana dari publik bukan hanya bisa dipandang dari segi materi, namun juga harus dilihat sebagai sebuah bentuk partisipasi dan keterlibatan mereka dalam gerakan yang diusung oleh OMS di Indonesia (menurut beberapa presentasi dari sumber internal organisasi, kini Greenpeace Indonesia telah mampu memperoleh donasi publik lebih dari Rp 1 milyar per bulannya, atau ICW sebagai contoh lain dengan nilai sekitar Rp 150 – 200 juta perbulannya).

Penggunaan aplikasi, program atau piranti lunak tertentu sebagai alat bantu kerja dapat dilakukan oleh masing-masing personil (stand alone), atau juga dalam bentuk kolaborasi penggunaan. Penggunaan aplikasi akan membuat proses kerja lebih efisien, lebih cepat, lebih hemat biaya dan diharapkan dapat menghasilkan kualitas layanan yang lebih baik.

TIK kini menawarkan begitu banyak aplikasi yang dapat secara radikal merubah pola kerja dan juga pendekatan gerak organisasi. TIK memungkinkan terbangunnya layanan yang sama sekali baru yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan. Aplikasi open-source kini tersedia relatif cukup banyak dan telah mampu mendampingi pilihan bagi jenis aplikasi berbayar lainnya. Pemilihan aplikasi yang sesuai bagi OMS jelas membutuhkan analisa dan pemahaman teknis tertentu.

Berikut adalah klasifikasi umum dari begitu banyak aplikasi yang mungkin untuk digunakan oleh OMS, sesuai dengan karakteristik masing-masing OMS;

- Aplikasi manajemen organisasi mencakup jenis aplikasi terkait dengan Accounting System, Data Backup, Dashboards, Digital Asset Management, Document Management System, Multimedia Editing, Office Software, Online Surveys, Page Layout, Photo Editing, Email and Calendar Software, Virus Protection dan Web Analytics.
- Aplikasi terkait dengan kolaborasi dengan para pihak dapat mencakup Board Support Software, Collaborative Documents, e-Learning, File Sharing, Intranets and Portals, On line Chat, On line Conferencing, Project Management, dan Screenshots and Screencasting.

- Aplikasi terkait dengan pengelolaan konstituen antara lain adalah Association Management Software, Case Management Software, Constituent Relationship Management, Donor Management, Volunteer Management Software.
- Aplikasi terkait dengan penggalangan dana dan pengelolaan event akan mencakup Event and Auction Management, Event Registration, Friend-to-Friend Fundraising, House Parties and Meet Ups, On line Auctions dan On line Donations.
- Aplikasi terkait dengan penjangkauan dan pelibatan masyarakat luas dapat menggunakan aplikasi Reaching Out to New Friends, Engaging Current Supporters, Blogs, Broadcast Email, Charts, Maps and Diagrams, Custom Online Communities, Email Discussion Lists, Social Media (Facebook, Twitter, dll), Geo-Location Applications, Mobile Apps, Mobile Text Messaging, Mobile Website, Niche Social Networking Sites, Online Advertising, Petitions and Pledges, Photo Sharing Website, Podcasts, RSS, Search Engine Optimization, Social Content Websites, Supporting Online Actions, Video Sharing and Streaming dan Web Content Management System.

Puluhan kategori aplikasi di atas akan dikalikan dengan beragam jenis Software yang hingga kini telah dikembangkan oleh para developer. Hasilnya adalah ratusan pilihan aplikasi yang sangat mungkin diadopsi dan digunakan oleh OMS dalam mendukung operasi organisasi. Selain komunikasi dan pengembangan web, penggunaan aplikasi merupakan bentuk paling maksimal penggunaan TIK bagi OMS di Indonesia.

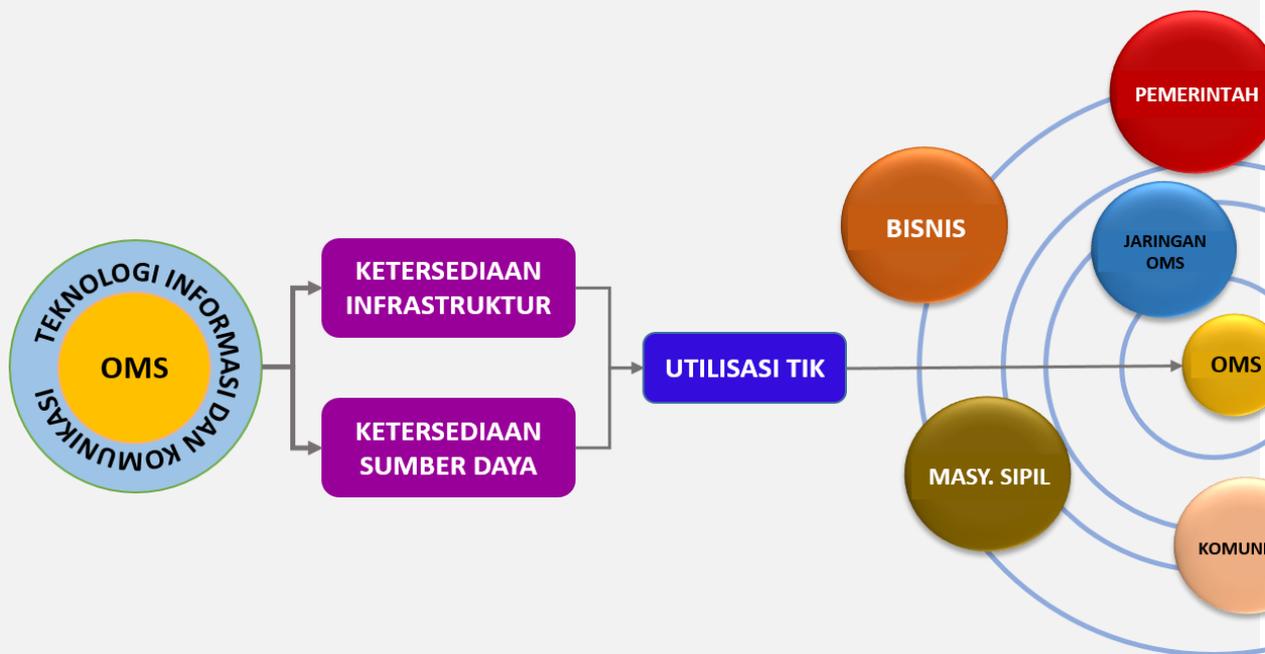
OMS tetap perlu ingat pada konsep penggunaan TIK berbasis siklus tiga tahap, yaitu: tahap asesmen, tahap perencanaan dan tahap implementasi. Penggunaan aplikasi pada tahapan implementasi harus didasari proses asesmen dan proses perencanaan yang baik. Ketersediaan infrastruktur teknologi dan ketersediaan sumber daya pendukung organisasi menjadi dasar bagi pemilihan aplikasi yang mungkin digunakan oleh masing-masing OMS.

Kesiapan Transformasi Organisasi



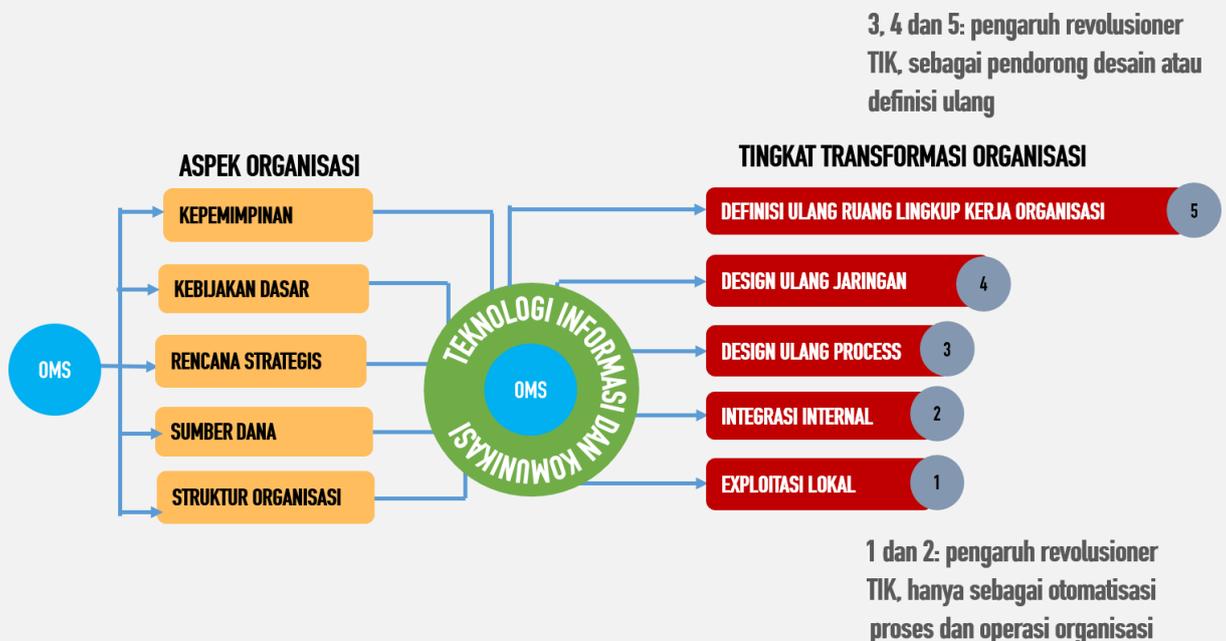
Sejauh mana kesiapan organisasi masyarakat sipil di Indonesia menghadapi peluang pemanfaatan dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi?

Seberapa jauh penggunaan teknologi tersebut mendorong terjadinya transformasi organisasi?



Gambar 6.

Gambar diatas menjelaskan manfaat yang begitu besar dari penggunaan TIK oleh OMS, tetapi sekaligus juga memberitahukan konsekuensi yang harus dipenuhi oleh OMS jika ingin mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi tersebut dalam gerak organisasi.



Gambar 7.

Kesiapan OMS dalam pemanfaatan TIK akan ditentukan kesiapan seluruh aspek organisasi, mulai dari aspek kepemimpinan, aspek kebijakan dasar, aspek perencanaan strategis, aspek sumber daya, dan struktur organisasi. Kelima aspek tersebut saling bertaut dan tidak terpisahkan satu sama lain.

Aspek kepemimpinan dan kebijakan dasar akan memberikan landasan bagi penggunaan TIK oleh seluruh personil dalam kerangka kerja organisasi. Sedangkan rencana strategis, tata kelola sumber daya dan struktur organisasi akan menjamin penggunaan TIK bermanfaat dan menunjang gerak organisasi secara holistik dan integratif.

Menimbang kelima aspek organisasi tersebut berarti telah memperhitungkan tingkat kesiapan OMS. Selain tingkat kesiapan komponen organisasi, penggunaan TIK bagi OMS juga harus memperhitungkan tingkat kedewasaan (maturity level) organisasi dalam menentukan ruang lingkup penggunaan TIK yang sesuai. Umur, volume, jenis, karakter bahkan lokasi organisasi akan ikut menentukan cakupan ruang lingkup tersebut.

OMS juga harus menyadari bahwa TIK memiliki pengaruh yang evolusioner dan revolusioner terhadap organisasi.

Pengaruh itu akan mendorong terjadinya perubahan organisasi berbasis TIK yang bersifat transformatif. Beberapa literasi menunjukkan pengaruh penggunaan TIK dalam mendorong terjadinya level transformasi OMS sebagai berikut.

Eksplorasi lokal. Pada tingkatan ini, OMS hanya memanfaatkan kemampuan dasar TIK, misalnya bagi tujuan kecepatan dan akurasi. Sebagai contoh adalah penggunaan komputer untuk penyusunan laporan, manajemen data, atau kegiatan lainnya menggunakan piranti lunak pengolahan data. Penggunaan TIK dalam konteks ini bersifat individual dan lokal.

Integrasi internal. Pada tingkat ini TIK dimanfaatkan sebagai media untuk mengintegrasikan seluruh sistem yang ada dalam OMS. Ciri utama level ini adalah penggunaan jaringan komputer untuk kepentingan organisasi secara menyeluruh. Integrasi pada tingkat ini terdiri dari keterkaitan teknik operasi antar sistem dan aplikasi yang berbeda dalam sebuah platform TIK dan keterkaitan peran dan tanggung jawab lintas fungsi di dalam organisasi.

Desain ulang proses organisasi. Pada tingkatan ini TIK menjadi sarana bagi organisasi dalam mendesain kembali proses organisasi yang telah dijalankan selama ini. Tahap ini disertai dengan analisa mendasar terhadap proses organisasi yang tengah berjalan, dan mencoba menemukan proses yang lebih efisien dan efektif. TIK akan mendorong penciptaan proses organisasi yang lebih lintas departemen dan lebih fleksibel. OMS harus berani menghilangkan proses yang tidak perlu dan menjadikan TIK sebagai tulang punggung proses operasi yang baru.

Desain ulang jaringan organisasi. Tingkat ini merupakan sebuah transformasi organisasi yang melibatkan beberapa OMS yang terjalin dalam sebuah jaringan kerja bersama. Pada level ini TIK mempunyai peranan lebih dari sekedar alat komunikasi atau pengirim data tapi lebih sebagai media transfer informasi dan pengetahuan antar OMS.

Tingkatan ini mengandalkan partisipasi dan kerjasama antar pihak yang terlibat dalam jaringan. OMS yang mampu menjangkau level ini akan bisa memetik manfaat yang jauh lebih luas dari pada sekedar efisiensi operasi. Jaringan OMS dapat bertukar informasi, berbagi sumber daya, dan mengembangkan basis pengetahuan yang diperlukan bagi kerja-kerja jaringan.

Pendefinisian ulang ruang lingkup organisasi. Pada tingkat manfaat tertinggi, TIK akan mempunyai kemampuan untuk mendorong OMS dalam mendefinisikan kembali visi dan misi, serta cakupan programnya.

Dengan penggunaan TIK, sebuah organisasi akan dapat membangun kompetensi tersendiri yang pada titik tertentu bisa menjadi bentuk layanan baru. TIK akan menjadi faktor penentu dalam iklim kompetisi di tengah terbatasnya ketersediaan sumber daya. Pemanfaatan TIK memungkinkan pertumbuhan dan berlanjutan operasi organisasi, selaras dengan perubahan dinamika lingkungan eksternal yang terjadi begitu cepat.

4.1 Pengertian

Fundraising adalah sebuah kegiatan pengumpulan kontribusi sukarela dalam bentuk uang atau sumberdaya lain dengan meminta sumbangan dari individu, perusahaan, Yayasan, lembaga atau organisasi dana bagi program tertentu. Dengan kata lain digital fundraising adalah kegiatan penggalangan dana dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi seperti jaringan internet dan seluler secara online.

Dalam melakukan penggalangan dana sangat mudah jika kita menggunakan digital fundraising. Semakin banyaknya pengguna smartphone untuk mengakses internet artinya harus di pikirkan bagaimana, kapan, dan dimana orang – orang dapat melakukan donasi dan bagaimana mereka dapat merinteraksi dengan proses donasi online. Dengan smartphone donasi online dapat dilakukan dengan beberapa “klik” namun perlu dipertimbangkan untuk membuat proses donasi ini tidak terlalu rumit agar tidak mengakibatkan calon donatur tidak jadi melakukan donasi. Saat ini tersedia beberapa platform untuk memudahkan digital fundraising seperti Crowdfunding, Lelang amal online, situs donasi online, tombol donasi dan kampanye viral.

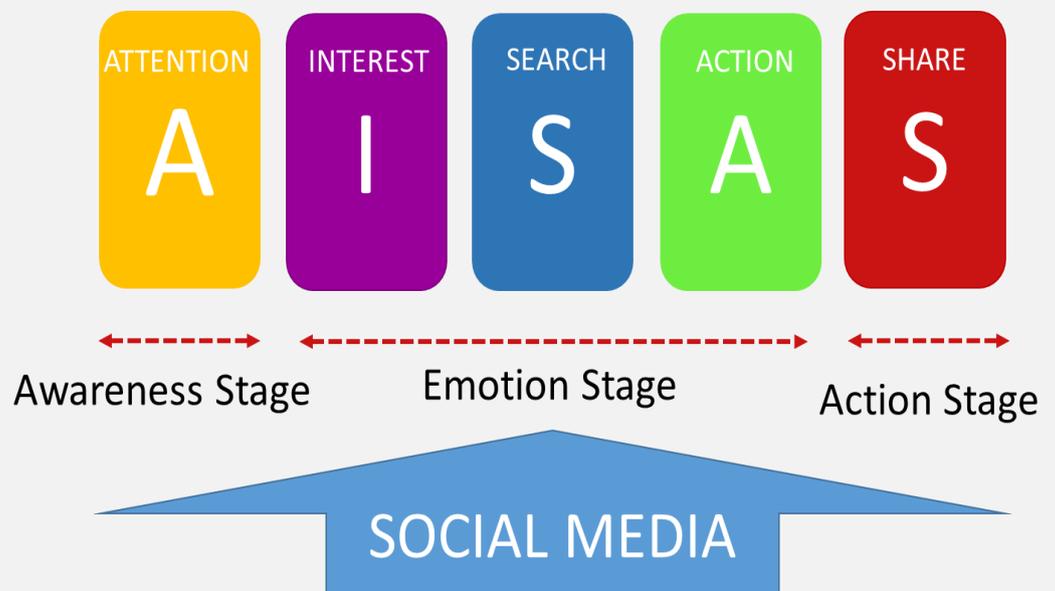
Crowdfunding adalah penggalangan dana publik adalah sebuah kegiatan meingkatkan donasi dari jaringan personal. Platform yang terkenal adalah kitabisa.com. Crowdfunding menawarkan kemudahan dalam menggalang dana publik secara online seperti; design yang responsif untuk PC, Mobile, dan tablet, branding organisasi, mudah digunakan dan hanya dikenakan fee 2,5 % - 10 % dari penerimaan penggalangan dana lewat platform tersebut.

Beberapa study menyatakan bahwa kamu milenial (lahir tahun 1980 – 2000an) dan seterusnya memberikan donasi berdasarkan hubungan pribadi. Ini yang membuat crowdfunding adalah salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan potensi generasi baru pendonor.

4.2 Konsep Dasar Digital Fundraising

AIDDA sebelumnya adalah salah satu strategi komunikasi yang terdiri dari 5 element, Attention (perhatian), Interest (minat), Desire (hasrat), Decision (keputusan), dan Action (tindakan). Dari konsep ini menarik perhatian sebagai awal dari suksesnya komunikasi, setelah itu berlanjut ke tahap berikutnya hingga tahapan Action yang sesuai dengan harapan dibangunnya komunikasi.

Namun kehadiran internet merubah pola komunikasi dan paradigma donor. AISAS di perkenalkan oleh Dentsu sebagai pola baru interaksi antara konsumen dengan sebuah produk atau brand atau dalam organisasi nirlaba bisa kita artika antara donor dengan sebuah program atau kampanye. AISAS adalah kepanjangan dari Awareness, interest, search, action, share.



Gambar 8.

a. Awareness Stage

Attention, pada tahapan ini adalah bagaimana organisasi masyarakat sipil bisa mendapatkan perhatian atau "Attention" dari kampanye yang dilakukan kepada para donatur.

b. Emotion Stage

- Interest, ini adalah next process setelah di awal kampanye donasi kita sudah mendapatkan "Attention" dari calon donatur. "Search
- Search, dalam bagian ini merupakan tambahan kemudahan bagi calon donatur untuk mengambil keputusan. Dengan adanya mesin pencari akan semakin mudah bagi calon donatur berusaha mencari sebanyak-banyaknya informasi.
- Action adalah langkah selanjutnya setelah orang mendapatkan informasi yang utuh dari kampanye penggalangan dana kita. Di bagian inilah biasanya terjadinya proses pemdonasian, sehingga akan ada cash in dalam proses ini.

c. Action Stage

Share adalah proses akhir dari konsep AISAS ini di mana donatur yang telah mendonasikan untuk kegiatan kita akan membagikan pengalamannya kepada orang lain melalui email, chatting, blog, milist, forum-forum on line, social media dan masih banyak lagi. Tidak hanya itu, mereka pun akan membagikannya melalui jalur "off line" ketika mereka saling berinteraksi dengan teman-teman atau kerabatnya.

4.3 Manfaat Digital Fundraising

Beberapa manfaat dalam menggunakan digital fundraising adalah sebagai berikut:

- Meningkatkan donasi yang diterima. Melalui digital fundraising, organisasi dapat menjangkau lebih banyak orang/lembaga yang ditargetkan.
- Digital Fundraising membuat organisasi lebih hemat dalam melakukan kampanye atau penggalangan dana. Contohnya melalui kitabisa.com, organisasi hanya mengeluarkan 5% dari total pendapatan donasi.
- Digital Fundraising dapat Menghubungkan organisasi kita kepada donor yang Menggunakan Perangkat Mobile.
- Digital Fundraising Mempersiapkan organisasi untuk era *Internet of Things*.

Gartner melaporkan bahwa pada tahun 2020 diperkirakan adanya 26 miliar gadget, smartphone, tablet, jam tangan, kacamata, sepatu dan peralatan lainnya yang akan saling terhubung dalam ekosistem online secara global yang akan membentuk era *Internet of Things*.

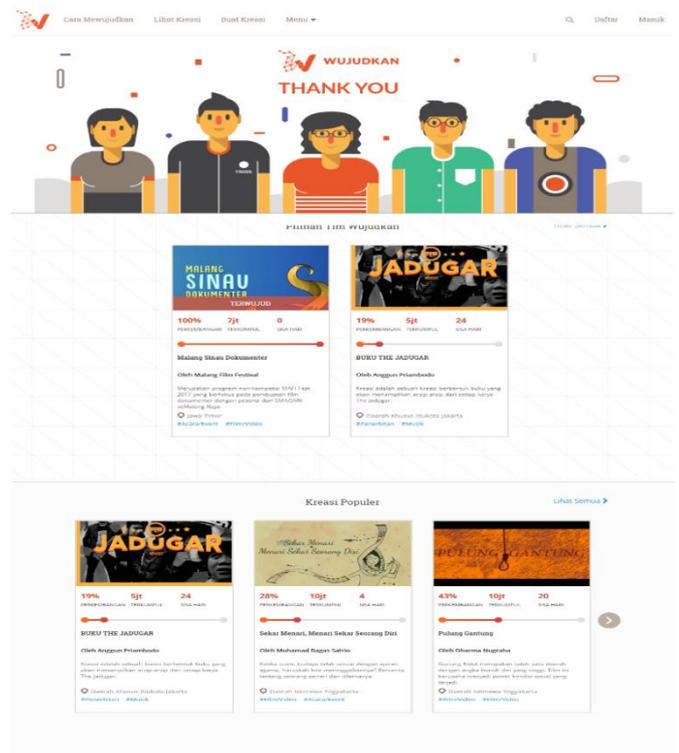
4.4 Crowdfunding Yang Terkenal Di Indonesia

wujudkan.com

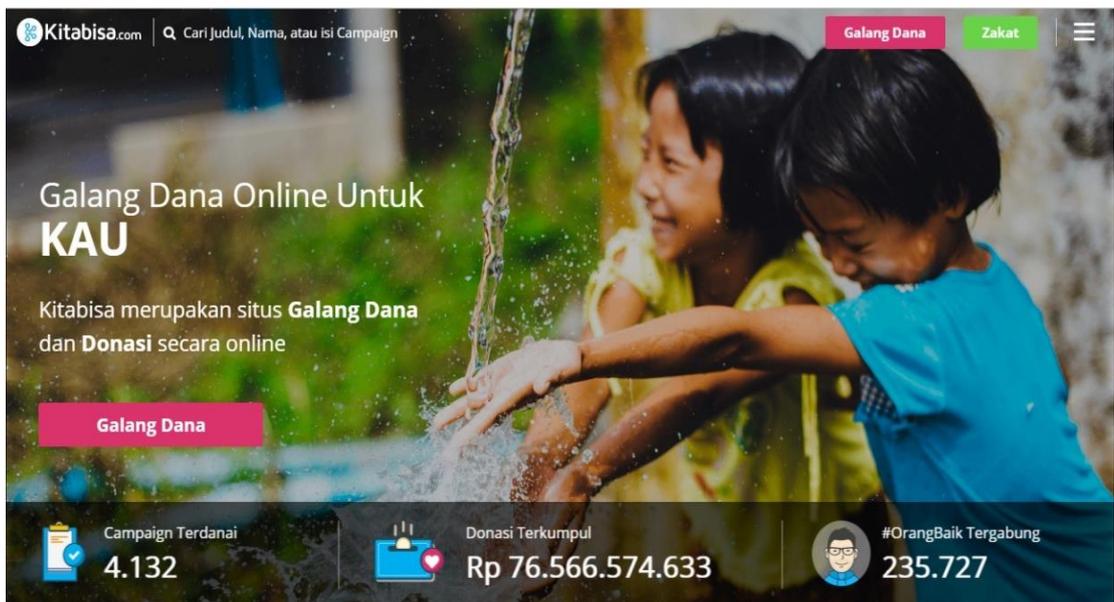
Adalah salah satu crowdfunding yang tertua bersama KitaBisa.com. wujudkan.com adalah perusahaan crowd-funding yang dibuat oleh perusahaan telekomunikasi XL. Pembayaran dari wujudkan.com ada bermacam-macam, seperti ATM Transfer, Credit Card sampai mobile payment.

Proyek paling besar adalah film Atambua 39 Derajat Celcius dari Mira Lesmana. Proyek film ini telah terkumpul sampai 312 juta dari 300 juta yang ditargetkan.

Gambar 9.



kitabisa.com



Gambar 10.

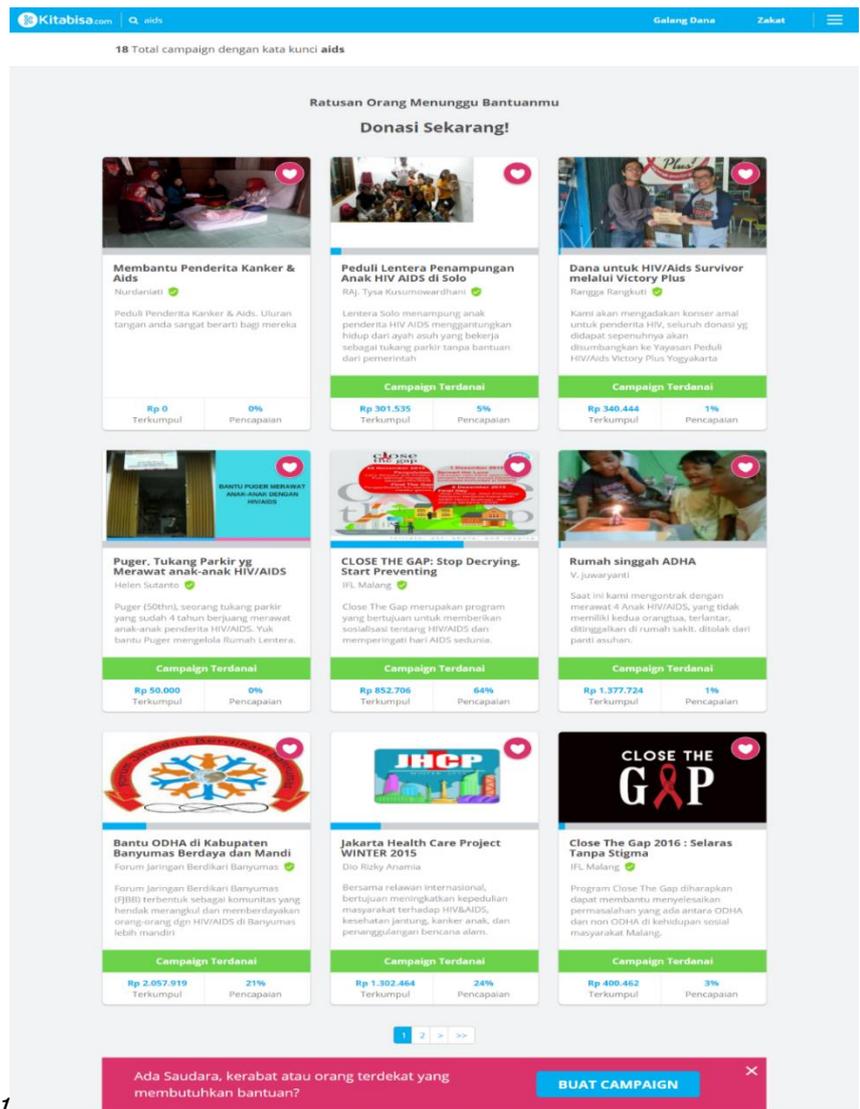
KitaBisa adalah website crowdfunding di Indonesia, merupakan website yang memberikan layanan untuk memajukan proyek di bidangnya sosial, teknologi, kreatifitas dan bisnis UKM.

KitaBisa juga akan mengirimkan laporan menyeluruh mulai dari financial sampai perkembangan proyek yang telah didanai.

Ada beberapa kampanye penggalangan dana dengan isu HIV Aids di KitaBisa, baik yang sudah berakhir ataupun yang masih berjalan.

Salah satu proyek yang telah berakhir adalah campaign "Bantu anak-anak dengan HIV atau kanker".

Dalam proyek selama kurang lebih satu bulan oleh Yayasan Rumah Rachel dengan total donasi sejumlah Rp. 37.316.635 dari 42 donatur.



Gambar 11.

crowdtivate.com

Adalah website crowdfunding dari Singapura dan telah masuk pasar Indonesia pada tahun lalu Crowdtivate adalah lebih tertarik ke proyek teknologi. Beberapa proyek yang masuk adalah teknologi, komik, games sampai film. Proyek yang sukses adalah iBam, alat musik dari bamboo yang mendapatkan pendanaan sampai 13 ribu dolar Singapura atau sekitar 130 juta rupiah.

ayopeduli.com

Ini adalah crowdfunding khusus sosial. Jadi Anda bisa menemukan proyek seperti bidang pendidikan, kesehatan sampai masalah lingkungan. Untuk sektor pendidikan, biasanya Anda akan melihat banyak proyek beasiswa. Proyek paling banyak adalah Rumah Harapan yaitu proyek untuk anak-anak yang sedang sakit. Mereka mendapatkan donasi sebesar 20 juta rupiah.



Gambar 12.

GandengTangan

Crowdfunding ini agak berbeda daripada crowdfunding lainnya. Sistem yang ditawarkan bukan dalam bentuk donasi tetapi peminjaman atau investasi.

Contoh: kita meminjamkan uang sebesar Rp. 100.000 ke salah satu proyek di GandengTangan, uang kita akan kembali ketika proyek telah mendapatkan keuntungan.

Gambar 13.





5 Optimalisasi Media Sosial Sebagai Alat Mobilisasi Sumber Daya Organisasi

5.1 Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink).

Bersifat statis apabila isi informasi website tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik website. Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna website. Contoh website statis adalah berisi profil perusahaan, sedangkan website dinamis adalah seperti Friendster, Multiply, dll. Dalam sisi pengembangannya, website statis hanya bisa diupdate oleh pemiliknya saja, sedangkan website dinamis bisa diupdate oleh pengguna maupun pemilik.

Pentingnya Website Bagi Organisasi

- **Kredibilitas dan Kepercayaan**
Di era saat ini, orang mencari ulasan secara online pada apa pun & segalanya. Setelah hadir di dunia online melalui website dan mendapatkan ulasan / testimonial positif dapat membantu Anda dalam membangun Kredibilitas & Kepercayaan.
- **24 x 7 bisa dihubungi**
Melalui website, kita bisa diakses dan dihubungi kapanpun sehingga ruang untuk membuka diri terhadap hadirnya kesempatan dan peluang dari pihak lain akan terbuka lebih besar.

- **Ekspos ke seluruh dunia**
Website merupakan media yang bisa diakses dari belahan dunia manapun selama terkoneksi dengan internet, sehingga sangat memungkinkan untuk mengekspos informasi ke seluruh dunia melalui website.
- **Membangun imej**
Imej organisasi bisa dibangun melalui website. Imej organisasi akan terbangun seiring dengan ketersediaan informasi yang terdapat di internet mengenai organisasi Anda dan juga ulasan maupun testimoni mengenai organisasi Anda di dunia online baik di media sosial maupun media lainnya.
- **Media multi fungsi dan fleksibel**
Website bisa dimanfaatkan untuk beragam fungsi, antara lain untuk penguatan branding organisasi, untuk transaksi jual beli, kampanye, edukasi dan lain sebagainya. Kecenderungan organisasi saat ini membuat satu website untuk satu fungsi dengan mempertimbangkan setiap fungsi memiliki segmentasi pengakses yang berbeda satu sama lain.

Masih banyak organisasi yang belum menganggap website sebagai bagian penting untuk kerja-kerja organisasi, hal ini yang kemudian website juga tidak bisa menjadi rumah informasi bagi organisasi.

- **Website sebagai brosur**
Memandang website sebagai brosur dalam artian memandang website hanya sebagai tempat untuk menampilkan informasi secara statis dan tidak bergerak mengikut kekinian sebagaimana halnya brosur yang dicetak sekali lalu selesai. Sementara website organisasi adalah sebuah bangunan media digital yang akan selalu mengiringi arah gerak dan kerja-kerja organisasi.
- **Website tidak berpengaruh terhadap citra organisasi**
Website dianggap tidak mempengaruhi citra organisasi sementara dunia saat ini menilai organisasi diawali dengan melakukan pencarian di internet untuk mendapatkan informasi mengenai organisasi dan kemudian memberikan pengaruh terhadap bagaimana citra organisasi yang didapatkan pengakses melalui internet. Pengakses tersebut bisa siapapun termasuk donor, mitra organisasi lain, sektor bisnis, pemerintah dan lain sebagainya.
- **Website tidak perlu dikelola**
Perspektif ini cukup banyak terjadi di kalangan LSM di Indonesia. Website tidak perlu dikelola, yang penting ada dan informatif. Ini adalah kesalahan besar.

Website tidak akan mendatangkan benefit sedikitpun jika website tidak dikelola dengan baik, baik pengelolaan di sisi content/isi untuk senantiasa mengupdate informasi-informasi terbaru maupun di sisi teknis untuk menjaga kualitas performansi website.

- Organisasi cukup punya Facebook atau Twitter, website organisasi tidak penting
Media sosial seperti Facebook dan Twitter tidak bisa dijadikan media resmi organisasi. Media sosial adalah ruang publik atau istilah lainnya adalah tempat nongkrong, tempat berkumpulnya massa dunia digital. Sejatinya media sosial tidak bisa dijadikan media resmi karena kita memiliki banyak keterbatasan dalam menyajikan informasi di media sosial. Media sosial adalah media yang tepat untuk pemasaran, promosi dan menjaga relasi dengan komunitas. Sementara website organisasi menjadi ruang bagi organisasi membangun citra organisasi dengan segala macam data, informasi dan pengetahuan yang dimiliki oleh organisasi.
- Website tidak mendatangkan benefit bagi organisasi
Buat apa punya website? apa untungnya? Bicara mengenai benefit website bagi organisasi sangatlah banyak. Di satu sisi, website akan membuka lebar-lebar peluang dan kesempatan kerjasama dengan berbagai macam pihak untuk mendukung program kerja organisasi. Selain itu, website pun bisa dimanfaatkan sebagai database untuk mengarsipkan berbagai macam informasi kegiatan organisasi dan memudahkan proses temu kembalinya.

Kesalahan Yang Sering Terjadi Dalam Tata Kelola Website Organisasi. Berikutnya kita akan membahas 4 Kesalahan yang sering terjadi dalam tata kelola organisasi berdasarkan perjalanan Penabulu selama ini menemani beberapa organisasi dalam memaksimalkan website yaitu:

- Pengelolaan website hanya diserahkan kepada satu orang staf.
Pengelolaan website organisasi idealnya harus melibatkan seluruh staf di dalam organisasi, karena sumber-sumber informasi dan pengetahuan yang akan disajikan di website berada di setiap staf organisasi termasuk pimpinan. Menyerahkan seluruh tanggung jawab pengelolaan website ke satu orang untuk membuat content hingga mengupdatenya ke website adalah hal yang mustahil untuk dilakukan. Jikalau pun dilakukan maka dalam implementasinya akan berpotensi besar menghadapi kegagalan.
- Kunci-kunci utama website organisasi tidak berada di tangan organisasi.

Kunci-kunci utama website adalah akses terhadap manajemen nama domain, hosting server dan akses administrator website.

Sering dijumpai organisasi yang sudah mengembangkan website tidak memiliki kunci-kunci tersebut dan kunci tersebut dimiliki oleh pihak ke-3 yang mengembangkan website yang secara sengaja tidak memberikan akses tersebut untuk membangun ketergantungan atas jasa yang mereka berikan. Dalam beberapa kasus, kejadian seperti ini berujung dengan penggantian nama domain website.

- Staf organisasi tidak terlibat dalam proses perancangan website. Membangun website organisasi sejatinya perlu melibatkan staf dari lintas divisi di dalam organisasi untuk menggali potensi-potensi content yang dimiliki organisasi untuk kemudian ditinjau apakah berpotensi untuk dipublikasikan di website organisasi atau tidak. Di sisi lain, proses pelibatan staf dalam diskusi perancangan website akan membangun *sense of belonging*, rasa memiliki terhadap website organisasi sehingga staf akan terdorong untuk berkontribusi terhadap produksi content website. Jika staf tidak dilibatkan, maka proses kontribusi content website akan lebih sulit dilakukan dan akhirnya informasi di website tidak akan *up to date*.
- Pimpinan tidak terlibat secara aktif dalam proses pembuatan dan juga pengelolaan. Keterlibatan pimpinan dalam pembuatan dan pengelolaan website menjadi faktor yang bisa dibilang sangat krusial. Adakalanya dalam pembuatan dan pengelolaan website diperlukan adanya kebijakan-kebijakan dari pimpinan terkait dengan pembagian tugas, pengalokasian pendanaan, dan hal-hal strategis lainnya untuk mendukung proses pembuatan dan pengelolaan website. Seringkali proses pembuatan dan pengelolaan website menjadi terhambat ketika pimpinan tidak terlibat.

Kunci Keberhasilan Website:

- Memahami pengetahuan dasar tentang website
Memahami bahwa website memiliki siklus kehidupan dari mulai perencanaan lalu pembangunan, dilanjutkan dengan pemantapan dalam operasionalisasinya sehari-hari lalu dilanjutkan dengan pengembangan yang akan kembali lagi ke perencanaan untuk fasa berikutnya mengikuti keterkinian kebutuhan organisasi.

Kemudian pemahaman tentang kunci-kunci utama website untuk menghindari terjadinya pembajakan akun oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Kunci utama website harus dipegang oleh pimpinan organisasi atau staf yang ditunjuk, meliputi kunci akses nama domain, server hosting dan administrator website.

Pemahaman lain yang perlu dimiliki adalah mengenai metodologi perencanaan website, bahwa ada tahapan-tahapan yang harus dilalui sebelum pembuatan website, dimulai dari penentuan tujuan strategis, target pengunjung, perancangan arsitektur informasi yang akan menentukan apa saja informasi yang akan disajikan di website, dilanjutkan dengan penentuan konsep pesan kunci dan visualisasinya. Baru kemudian diteruskan dengan melakukan pengumpulan dan pembuatan content/isi website.

Setelah seluruh tahapan di atas sudah dilakukan, baru kemudian organisasi akan mampu menentukan spesifikasi website yang akan dibangun dan proses pembuatan/pembangunan website akan dilakukan mengacu kepada spesifikasi yang sudah ditentukan oleh organisasi.

- Pemilihan teknologi yang berbasis *open source* dan mudah dikelola
Cukup banyak pilihan teknologi yang bisa digunakan untuk membangun sebuah website. Dari hasil pengalaman beberapa organisasi selama ini, platform Wordpress menjadi pilihan karena kemudahannya dalam mengoperasikan dan juga merupakan kode terbuka (Open Source) yang didukung oleh seluruh komunitas IT dari seluruh dunia.
- Konsistensi pengelolaan baik Content maupun Teknis
 - Menjaga kualitas content website organisasi (ketepatan, keterbaruan, kecepatan, kemudahan)
 - Perbanyak konten berbasis visual (foto/video)
 - Menjaga performansi dan keamanan website
 - Perkuat SEO (Search Engine Optimization)
- Konsistensi promosi di media social
Perkuat tata kelola media sosial organisasi, manfaatkan Facebook Page untuk penguatan Branding di Facebook, Twitter, Instagram.
- Leadership yang kuat dan keterlibatan seluruh pihak dalam organisasi/komunitas.
Keterlibatan pimpinan menjadi bukti atas keberhasilan beberapa website organisasi yang akan memberikan dukungan penuh terhadap berjalannya siklus kehidupan website baik dari sisi pendanaan, penyediaan SDM dan peralatan pendukung, kebijakan dan lain sebagainya.

5.2 Jejaring Sosial Media

Jalur komunikasi berbasis TIK kini tidak hanya berupa email dan milis saja. Social media yang berkembang telah memberikan ruang yang cukup luas untuk terjadinya komunikasi dan forum diskusi yang lebih luas. BBM atau Whatapps kini telah memangkas begitu banyak biaya komunikasi antar personil/grup. SMS Gateway atau 'SMS bundles' dan teknologi VOIP (Voice Over Internet Protocol, misalnya penggunaan MSN, Skype) adalah perkembangan alat komunikasi lain yang sebelumnya tidak pernah terbayangkan.

Penggunaan TIK juga memudahkan OMS untuk berkomunikasi dengan para pihak yang terkait mekanisme kerja organisasi; antara lain komunikasi dalam proses pengadaan, transaksi dengan bank (kini hampir seluruh bank besar di Indonesia telah memberikan layanan internet banking), komunikasi dalam proses rekrutmen staf atau sukarelawan, dan komunikasi dengan para pemangku kepentingan menggunakan fasilitas blog maupun audio/video conference. Sebagai alat komunikasi, TIK juga memungkinkan terwujudnya kelompok diskusi terfokus (FGD – focused group discussion), kampanye dan program pendidikan serta pelatihan secara on line serta penggalangan dana.

Email

E-mail (electronic mail) adalah surat dalam bentuk elektronik. E-mail merupakan salah satu fasilitas atau aplikasi internet yang paling banyak digunakan dalam hal surat-menyurat. Hal ini dikarenakan e-mail merupakan alat komunikasi yang murah, cepat, dan efisien.

Menggunakan e-mail memungkinkan OMS untuk dapat berkomunikasi dengan mengirimkan pesan dalam bentuk surat ke berbagai pihak di seluruh dunia dalam waktu yang sangat cepat dan biaya yang murah. E-mail yang dikirimkan akan sampai ke alamat yang dituju sesaat e-mail tersebut dikirimkan. Biaya yang dikeluarkan pun hanyalah biaya untuk mengakses internet pada saat kita mengirimkan/membuka untuk menerima e-mail tersebut.

Komunikasi menggunakan e-mail dilakukan dengan cara mengaktifkan pesan yang akan kita kirim pada software yang dikhususkan untuk keperluan ini, misalnya Microsoft Outlook.

Manfaat/kegunaan email:

- Media komunikasi
E-mail atau surat elektronik adalah media komunikasi yang biasa dilakukan secara persoal atau umum (komunitas).
- Media pengiriman
Dengan e-mail OMS dapat melakukan pengiriman data ke seluruh dunia dan tentunya pengirim dan yang dikirim data sama-sama menggunakan alamat e-mail. Tidak hanya itu, dengan menggunakan e-mail OMS dapat mengirimkan data ke banyak orang hanya dalam hitung menit bahkan detik.
- Efektif, efisien, dan murah
Melakukan pengiriman data melalui e-mail sangat efektif, efisien, dan murah. Maksudnya, tidak perlu keluar rumah dan pergi ke kantor pos hanya untuk mengirim proposal atau *konsep note*. Cukup melalui koneksi internet dan alamat e-mail, pengiriman akan cepat sampai ke alamat tujuan dan tidak perlu biaya mahal.
- Media promosi
Jika OMS memiliki unit usaha baik dalam bentuk jasa ataupun produk, OMS bisa mengirimkan promosi produk ke para pelanggan/donor dengan memanfaatkan daftar e-mail pelanggan/donor yang ada.
- Media informasi
Melalui e-mail, OMS bisa mendapatkan informasi-informasi terbaru dari seluruh dunia yang anda inginkan dengan cara menjadi pelanggan informasi dari media yang di tentukan.
- Membuat blog atau website
Dengan e-mail OMS bisa membuat blog dan website.
- Sosial media
Dengan e-mail, bisa menjalin hubungan dengan donor, pengurus organisasi, mitra-mitra organisasi bahkan pihak-pihak lainnya. Baik menggunakan e-mail itu sendiri atau melalui jejaring sosial seperti facebook, twitter, atau google.

Facebook Fanpage

Layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada february 2004 ini memiliki lebih dari satu milyar pengguna aktif. Lebih dari separuhnya adalah pengguna smartphone.

Pada situs pengguna dapat menambahkan pengguna lain sebagian teman, bertukar pesan, bergabung dalam grup yang bisa di kelompokkan berdasarkan kebutuhan dan lainnya.

Selain itu, facebook melakukan pengembangan dengan menghadirkan beberapa fitur-fitur untuk memudahkan kegiatan bisnis dan sosial seperti facebook Fanpage dan facebook adds.

- Manfaat Fanpage
 - Menyampaikan informasi ke Komunitas/Publik
 - Berbagi content multimedia (photo, video, link)
 - Menciptakan Dialog melalui "post" dan tools yang memungkinkan siapapun untuk berbagi dan terlibat dengan pesan kita
 - Memperkuat pengaruh, ketika pendukung dan pengikut anda berbagi content kepada teman2nya.
 - Memperkuat brand organisasi
 - Menjadi media promosi website organisasi
 - Mengukur dampak dan mengoptimalkan pesan dengan menggunakan fitur "Insight" untuk memahami audiens
- Fitur Kunci FB Page



Gambar 14.

- Istilah dalam Facebook Page

ISTILAH	PENJELASAN
People Engaged	Jumlah orang yang suka (like), berkomentar, berbagi atau mengklik posting di FB page
Reach	Jumlah orang yang melihat posting
Boost Post	Fitur untuk mempromosikan posting
People Talking about this	Jumlah orang yang membuat cerita dari posting yang ada di FB page
Virality	Jumlah orang yang telah menciptakan sebuah cerita dari posting Anda sebagai persentase dari jumlah orang yang telah melihat.

Gambar 15.

- Kategori Hak Akses FB Page

	Admin	Editor	Moderator	Advertiser	Analyst
Mengelola seluruh setting halaman	✓	X	X	X	X
Mengedit tampilan halaman	✓	✓	X	X	X
Mengatur hak akses	✓	X	X	X	X
Mengirimkan pesan atas nama Halaman	✓	✓	✓	X	X
Posting atas nama halaman	✓	✓	X	X	X
Membuat iklan/ads	✓	✓	✓	✓	X
Melihat admin mana saja yang membuat posting atau komentar	✓	✓	✓	✓	✓
Melihat statistik - insight	✓	✓	✓	✓	✓
Merespon dan menghapus komentar di halaman	✓	✓	✓	X	X

Gambar 16.

- Langkah Teknis Membuat Facebook Page
 1. Siapkan Akun Facebook Organisasi
Buatlah akun facebook dengan email organisasi
 2. Buat FB Page dengan Akun FB organisasi,
Link untuk membuat page:
<https://www.facebook.com/pages/create.php>
 3. Modifikasi Tampilan Halaman
Memasang logo 180x180 pixel, gambar timeline 851x315 pixel, mengedit profile
 4. Tentukan hak akses di halaman
Tentukan siapa editor, moderator dan akses lainnya
 5. Undang teman kita sebanyak-banyaknya untuk menjadi Fans
- Membangun perencanaan Posting (posting plan)
 1. Temukan suaramu
Menjadikan percakapan, personal dan otentik
 2. Memupuk komunikasi dua arah
Membangun dialog dengan komunitas di FB Page
 3. Get Visual!
Visualisasikan pesan atau cerita yang ingin disampaikan (gambar/video)
 4. Berbagi content eksklusif
bagilah content yang tidak akan bisa ditemukan di tempat lain
- Sinergi posting plan dengan Agenda Organisasi

	Jan	Feb	Mar
Event	12: Diskusi ... 20: Kunjungan ke Daerah X	10: Kopdar 25: Kunjungan ke Daerah X	25: Kunjungan ke Daerah X Training ...
Special Moment	1 Jan: New Year	14: Valentine	20: International Day of Happiness
Agenda Kerja	Diskusi dengan ... Pertemuan dengan...		
Timeline Themes	New year new spirit	Cintai Bumi ini	5 step to be happy
Exclusive content	Liputan hasil diskusi Liputan kunjungan ke daerah Wawancara dengan tokoh kunci		

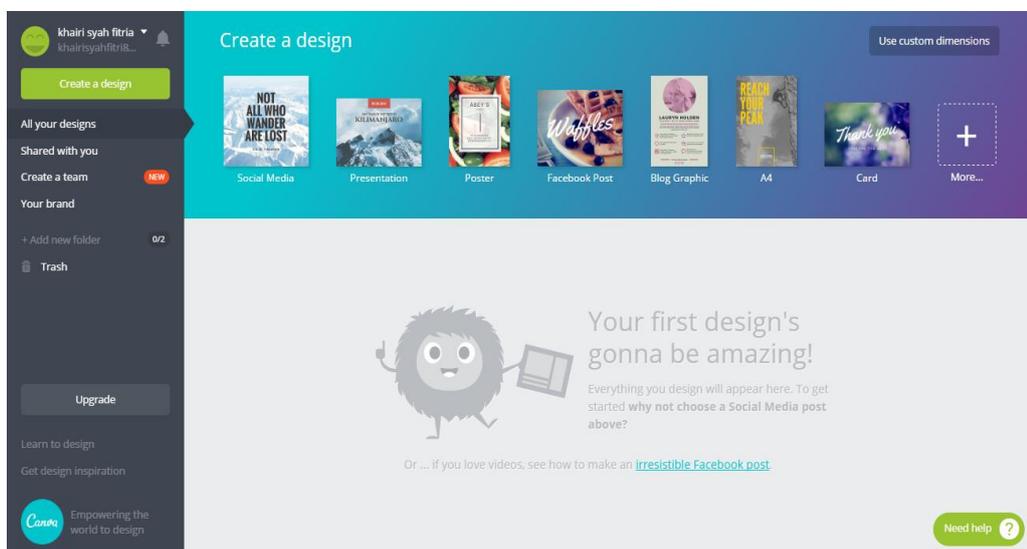
Gambar 17.

- Apa Saja Yang Bisa Menjadi Content?
 - Promosi Kegiatan/Event Organisasi dalam bentuk poster
 - Liputan Kegiatan/Event Organisasi dalam bentuk foto/video
 - Content terbaru dari website (Share Link)
 - Ajakan untuk mendukung suatu gerakan yang terkait visi dan misi organisasi
 - Diskusi atas isu-isu tertentu yang terkait dengan visi dan misi organisasi
- Alat Bantu Pembuatan Content

a. CANVA

Canva adalah salah satu tools online untuk pembuatan content media social. Layout Canva dapat digunakan di Facebook, Pinterest, Twitter, Google+, dan Instagram. Kita dapat membuat grafis Desain kampanye sosial media tanpa anggaran kurang dari 5 menit dan gratis. Canva menjadikan pembuatan grafis media sosial yang berkualitas lebih mudah dan terjangkau. Dengan banyaknya layout media sosial gratis untuk digunakan untuk memudahkan untuk memperbarui profil di media sosial secara teratur.

Untuk membuat desain profesional menggunakan foto premium, tidak perlu membayar lebih dari \$1 per gambar. Tidak ada biaya atau ongkos tambahan untuk mendesain di Canva. Perpustakaan Canva menyimpan ratusan layout media sosial yang didesain secara profesional. Dari gambar sampul untuk Facebook hingga grafis untuk Twitter atau Pinterest, Canva memiliki semua desain yang diperlukan untuk media sosial. Cukup klik tombol "Bagikan" di Canva untuk mengirim desain baru ke profil Facebook, LinkedIn, atau Twitter.



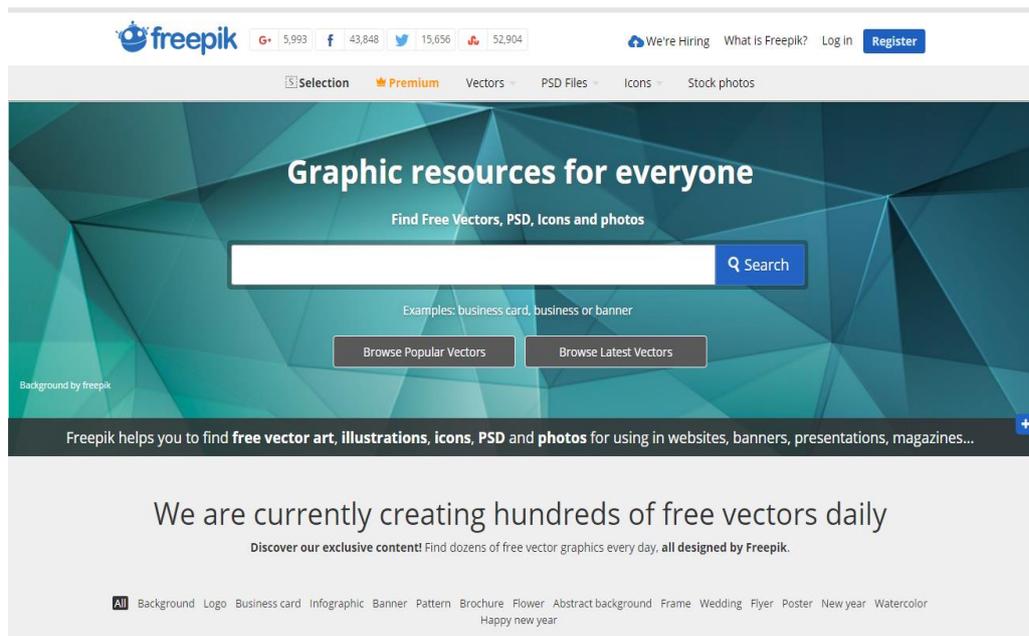
Gambar 18.



Gambar 19.

b. FREEPIK

Freepik adalah mesin pencari yang membantu desainer grafis dan web designer untuk mencari foto berkualitas tinggi, vektor, ikon, ilustrasi dan file PSD untuk proyek-proyek kreatif. Situs ini memudahkan mencari konten grafis gratis di Internet dan menampilkan hasil dalam tata letak yang teratur untuk memudahkan akses. Juga ada banyak desain gratis yang eksklusif konten, kualitas tinggi, dirancang oleh Tim Freepik dan diperbarui setiap hari.



Gambar 20.

Lembar Kuisisioner

6

A. LABEL IDENTIFIKASI

- A.1 Lokasi pengambilan data :
- A.2 Tanggal pengisian/wawancara (hh/bb/tahun) :
- A.3 Nama pewawancara :

B. INFORMASI DASAR RESPONDEN

- B.1 Nama Organisasi :
- B.2 Nama Responden :
- B.3 Jabatan :

BAGIAN 1:

PEMANFAATAN TIK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ONLINE LEMBAGA

Penggunaan TIK sebagai media komunikasi lembaga meliputi email, mailing list, website dan social media.

1.1. Sebutkan media komunikasi online yang digunakan lembaga

NO	MEDIA KOMUNIKASI	ADA	TIDAK ADA	SEBUTKAN (BILA ADA)	PEMEGANG AKUN ADMINISRATOR
Email, Mailing List dan Website					
1	Email lembaga menggunakan layanan email gratis seperti Gmail dan Yahoo. contoh: yayasan.penabulu@gmail.com				Bisa diisi oleh nama atau jabatan staf
2	Email lembaga menggunakan alamat resmi lembaga contoh: info@penabulu.or.id				
3	Mailing List (Milst) lembaga menggunakan layanan layanan gratis seperti Google Group dan Yahoo				
4	Mailing List (Milst) lembaga menggunakan alamat resmi lembaga contoh: internal@penabulu.or.id				
5	Website resmi lembaga contoh: www. penabulu.or.id				

1.2. Sebutkan media sosial yang digunakan lembaga

NO	MEDIA SOSIAL	ADA	TIDAK ADA	ALAMAT URL (BILA ADA)	PEMEGANG AKUN ADMINISTRATOR
1	Facebook Account				Bisa diisi oleh nama atau jabatan staf
2	Facebook Page				
3	Facebook Group – Open				
4	Facebook Group – Closed				
5	Facebook Group – Secret				
6	Twitter				
7	Blog contoh: penabulu.wordpress.com, penabulu.blogspot.com				
8	Youtube (Video)				
9	Flickr (Photo)				
10	Tumblr (Micro blogging)				

1.3. Untuk media sosial yang dimiliki lembaga dan tidak tertulis di atas, silakan sebutkan di bawah ini:

NO	MEDIA SOSIAL	ADA	TIDAK ADA	ALAMAT URL (BILA ADA)	PEMEGANG AKUN ADMINISTRATOR

**BAGIAN 2:
INFRASTRUKTUR TIK**

Internet, Jaringan Lokal, Hardware & Software

2.1 Di bawah ini adalah perangkat TIK yang dimiliki oleh Organisasi Anda.

NO	PERANGKAT TIK	ADA	TIDAK ADA	JUMLAH/KETERANGAN (BILA ADA)
1	Komputer Desktop / PC			
2	Laptop/Notebook			
3	Netbook (Mini Laptop)			
4	Koneksi Internet menggunakan Modem (modem GSM atau CDMA)			
5	Koneksi Internet menggunakan ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line)			

	Contoh: Speedy, Firstmedia, maupun provider lainnya			
6	Koneksi Internet menggunakan kabel serat optik Contoh provider: Indihome, innovate, mnc play			
7	Jaringan Lokal (LAN) dengan kabel ataupun tanpa kabel (Wi-fi)			
8	Tempat penyimpanan data bersama (Komputer/Hard Disk Eksternal)			

2.2 Jika lembaga Anda memiliki komputer/Notebook/Netbook, isilah pertanyaan berikut ini:

NO	KONDISI KOMPUTER/LAPTOP/NETBOOK	ADA	TIDAK ADA	JUMLAH/KETERANGAN (BILA ADA)
1	Komputer/Laptop/Netbook lambat digunakan (kurang memadai)			
2	Komputer/Laptop/Netbook cepat digunakan (cukup memadai)			
3	Sistem Operasi menggunakan Windows (XP, Windows 7, windows 8)			
4	Sistem Operasi menggunakan Mac OS X (Apple)			
5	Sistem Operasi menggunakan Linux (Ubuntu, Blankon, dll)			

2.3 Jika lembaga Anda memiliki akses Internet, isilah pertanyaan berikut ini:

NO	JENIS LAYANAN	KECEPATAN AKSES		
		Cepat	Kadang Cepat Kadang Lambat	Lambat
1	Mengakses email (gmail/yahoo atau lainnya)			
2	Mengakses Facebook			
3	Mengakses Twitter			
4	Mengakses Youtube + view video			
5	Mengakses Blog (blogspot, wordpress, dan lainnya)			

BAGIAN 3: SUMBER DAYA MANUSIA

3.1 Sebutkan jumlah staf dan volunteer di organisasi Anda
Jumlah Staf full time :

Jumlah Staf tidak full time :
Jumlah Volunteer :

- 3.2 Sebutkan jumlah staf yang sudah familiar menggunakan komputer di organisasi Anda
Definisi familiar dengan komputer adalah sering menggunakan komputer untuk bekerja
Jumlah Staf yang sudah familiar dengan komputer/laptop :
Jumlah Staf yang belum familiar dengan komputer/laptop :
- 3.3 Sebutkan jumlah staf yang sudah familiar menggunakan Internet di organisasi Anda
Definisi familiar dengan internet adalah sering mengakses internet untuk browsing,
email, chatting, pencarian (searching)
Jumlah Staf yang sudah familiar dengan Internet :
Jumlah Staf yang belum familiar dengan Internet :
- 3.4 Apakah lembaga anda memiliki staf yang bertugas memberikan dukungan terhadap TIK
(IT Support)?
[1] Ada [2] Tidak Ada
Jika ada, sebutkan jumlahnya:
- 3.5 Apakah lembaga anda memiliki staf yang bertugas mengelola website organisasi?
[1] Ada [2] Tidak Ada
Jika ada, sebutkan jumlahnya:
- 3.6 Apakah lembaga anda memiliki staf yang bertugas sebagai staf komunikasi
(communication officer) atau humas?
[1] Ada [2] Tidak Ada
Jika ada, sebutkan jumlahnya:
- 3.7 Apakah lembaga anda memiliki staf yang bertugas mengelola social media milik
organisasi?
[1] Ada [2] Tidak Ada
Jika ada, sebutkan jumlahnya:
- 3.8 Ketika terjadi permasalahan terkait TIK (Internet, Jaringan Lokal, Hardware, Software),
kepada siapakah staf lembaga meminta solusi?
[1] Salah satu staf lembaga
[2] Volunteer
[3] Jasa pihak luar lembaga (perusahaan/perorangan) [4] Lainnya, sebutkan:

BAGIAN 4: PERMASALAHAN SEPUTAR TIK

- 4.1 Bagaimana kuantitas permasalahan yang terjadi di area infrastruktur TIK di lembaga
Anda?
Petunjuk: misalkan ada permasalahan dengan koneksi internet, komputer bermasalah,
jaringan lokal bermasalah
[1] Jarang [2] Sering [3] kadang-kadang
- 4.2 Sebutkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi lembaga dalam pemanfaatan
TIK selama ini?

BAGIAN 5:
PENGALAMAN/PRAKTI TERBAIK DALAM PEMANFAATAN TIK

5.1 Sebutkan pembelajaran atau pengalaman praktik-praktik terbaik organisasi Anda selama ini dalam pemanfaatan TIK

BAGIAN 6:
KEBUTUHAN-KEBUTUHAN SEPUTAR TIK

6.1 Sebutkan kebutuhan instrumen/tools TIK yang dibutuhkan oleh lembaga
Contoh: lembaga ingin mempunyai website organisasi, email organisasi, dan database organisasi.

- 1.
- 2.
- 3.

6.2 Sebutkan kebutuhan atas pelatihan TIK yang dibutuhkan oleh staf lembaga

- 1.
- 2.