

INTERKONEKSI INFORMASI UNTUK STRATEGI KOMUNIKASI PRODUK IPTEK DALAM NEGERI

Dicky R Munaf *

Dicky_Munaf@yahoo.com

ABSTRACT

The strategic position of a nation may determine its existence in the world. The position depends on the ability of the nation to interact internationally. The interaction refers to the communication strategy as a transnational non-territorial actor that is dynamic, universal, and non-political substantive. In implementing the communication strategy, higher educations and the institutions of science and technology needs to optimize their competence as intelligence-based institutions to conduct interconnection presenting the synergy of intelligence to communicate science and technology for human beings.

Keyword: *transnational non-territorial actor, communication strategy, interconnection, science and technology*

I. Pendahuluan

Karakter interaksi antarbangsa saat ini didominasi dan didukung oleh kecepatan dan ketepatan sumber daya informasi. Dalam kondisi dunia berkarakter seperti ini, suatu bangsa dituntut untuk selalu antisipatif, bukan reaktif. Untuk itu, pertanyaan tan-tangan yang perlu selalu di jawab adalah “Apa yang membuat suatu bangsa berperan di dunia?”

Eksistensi suatu bangsa tidak-lah hanya diukur dari kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat tetapi juga oleh posisi strategis bangsa tersebut di dunia internasional. Perlunya penempatan posisi strategis tidak terlepas dari

kemampuannya untuk berinteraksi internasional. Kemampuan ini merupakan jejaring antarnegara dengan masing-masing negara memengaruhi dan dipengaruhi oleh hubungan Ideologi, Politik, Ekonomi, Sosial-Budaya, Pertahanan dan Keamanan. Siapa yang lebih mempengaruhi siapa ditentukan oleh struktur posisi relatif dari kekuasaan, pengaruh, norma perangai, serta partisipasi proaktif.

Ciri interaksi tersebut bersifat dinamis yang bergantung pada dinamika kemampuan relatif dan motivasi para pelaku interaksi yang tidak hanya dalam bentuk interaksi antarpemerintah tetapi juga antarorganisasi, kelompok, maupun perorangan. Pelaku interaksi tersebut saat ini mempengaruhi agenda hubungan internasional dan kompleksitas sistem

* Dosen KK-Ilmu Kemanusiaan, FSRD - ITB.

internasional di antaranya yang penting adalah me-nguatnya empat jenis pelaku peran, yaitu Aktor Teritorial Nonnegara, Aktor Nonteritorial Transnasional, Organisasi Antar-Pemerintah dan Lembaga Sosial Masyarakat [1]

Mencermati kompleksitas kemampuan tersebut, maka masalah pengakuan eksistensi bangsa akan menjadi titik sentral kemampuan suatu bangsa dalam penetrasi pengaruh kepentingan bangsa tersebut dalam pergaulan internasional dan saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa sedang terjadi pembuktian bahwa kekuatan penetrasi pengaruh kepentingan suatu bangsa didasari oleh kemampuannya menerapkan filosofi dasar *Knowledge Management : Knowledge is Power, Share it and it will multiply*.

Untuk mengaktualisasikan hal ini dalam kehidupan nyata, perlu diingat kembali filosofi deposit dari *knowledge* itu sendiri yang merupakan kristalisasi dari modal intelektual yang dapat timbul dari institusi penelitian bahkan dari budaya masyarakat yang dikenal dengan pengetahuan tradisional. Dalam kehidupan sehari-hari upaya untuk bernaungnya segala informasi pengetahuan untuk pembelajaran dan penerapan disebut sebagai Strategi Komunikasi.

Peranan ini menjadikan Strategi Komunikasi sebagai Aktor Non-teritorial Transnasional yang membawa pengetahuan tradisional dan intelektual suatu bangsa ke pentas pergaulan dunia serta sekaligus secara iteratif memperkuat pengetahuan tradisional dan intelektual bangsa tersebut dengan adanya interaksi langsung dengan dunia internasional. Konteks yang akan dibahas selanjutnya adalah upaya agar

produk iptek dalam negeri dapat terdifusi kedalam sistem masyarakat semaksimal mungkin.

2. Karakter Strategi Komunikasi sebagai Aktor Non-teritorial Transnasional

Peran Strategi Komunikasi sebagai Aktor Nonteritorial Transnasional sangatlah penting, mengingat sifatnya memenuhi tiga kriteria, yaitu : memiliki aktivitas terorganisasi yang dapat berlangsung bersamaan dalam beberapa negara sekaligus, mempunyai sasaran yang bersifat universal dan mempunyai kegiatan yang secara substantif bersifat nonpolitik.

Keberhasilan perencanaan dan pelaksanaan program suatu strategi untuk pemenuhan fungsi tiga kriteria tersebut harus seiring dengan kepentingan strategisnya serta dukungan oleh kepeloporannya dalam menstimulasikan dinamika dan kontraksi sosioekonomi masyarakat dan *knowledge* di dalam maupun di luar negeri yang diukur dari peningkatan berkelanjutan kualitas citra bangsa Indonesia. Khusus untuk produk yang terkait dengan sifat ketradisional, ada aspek penting tidak boleh dilupakan yaitu infrastruktur komunikasi yang murah dan sederhana [2]

Upaya yang terkait dengan pembangunan citra tidak terlepas dari kekuatan karakter institusi yang melaksanakannya, karena berdasarkan teori strukturasi sosial disebutkan bahwa proses pembangunan citra adalah merupakan bagian dari model perubahan “endogenous” evolutif. Untuk mencapai hal itu, pengelolaan strategi harus

mempunyai karakter yang bisa melihat perubahan sebagai potensi; memberi gagasan; inspirasi; arah serta program yang tegas. Berdasarkan hal tersebut, perlu menjadikan karakter strategi komunikasi sebagai bagian dari institusi pelopor untuk menstimulasikan dinamika sosioekonomi di dalam negeri dan di luar negeri yang kesemuanya berakhir kepuasan stakeholder dan kepuasan pelaksana serta bermanfaat bagi bangsa Indonesia sebagai pemilik

3. Interkoneksi Sebagai Modal Dasar Strategi Komunikasi

Dalam menjalankan peranannya sebagai pelopor citra untuk mendukung pengakuan eksistensi dan martabat bangsa melalui fungsinya sebagai Aktor Non-teritorial Trans-nasional, pelaku strategi komunikasi di perguruan tinggi/lembaga Iptek sebagai produsen perubahan Iptek nasional harus tetap berpijak pada kompetensi intinya sebagai institusi pendidikan. Meskipun pelaku tersebut berkemampuan inti dalam hal pendidikan, para stakeholder dan pelakunya tidak boleh berpandangan monosektoral.

Paradigma monosektor harus diubah melalui kreativitas untuk meyakinkan pentingnya keterlibatan dan eksistensi strategi komunikasi pada sektor-sektor lain serta harus berkeyakinan bahwa kompetensinya hanya dapat berkembang jika pelaku mampu memberi layanan pada manusia sesuai karakternya. Karakter ini inheren dengan kebudayaan manusia, artinya produk iptek harus mampu bersinggungan dengan corak kebudayaan dan akan menyesuaikan dengan kebudayaan [3]

Untuk membangun keyakinan dari otoritas sektor-sektor lain tersebut basis implementasi karakter strategi adalah intelektualitas dan berbasis pada intelektualitas tersebut membawa produk sektor-sektor tersebut dan kebutuhan masyarakat ke dalam kehidupan sehari-hari yang dikemas dalam bentuk produk kompetensi inti suatu Perguruan Tinggi sebagai produsen landasan produk iptek nasional. Kemasan produk dibentuk dengan mempertimbangkan empat tuntutan dinamika sosioekonomi yang meliputi pangsa pasar, struktur keterkaitan pelaku produksi, iklim usaha dan percepatan evolusi dampak iptek untuk kemanusiaan. [1]

Guna memfokuskan pembentukan kemasan tersebut, pelaku strategi harus mampu mengidentifikasi dan mensinergikan modal dasar institusi seiring dengan 4 tuntutan dinamika sosioekonomi. Modal dasar institusi adalah produk dasar Perguruan Tinggi yang tidak akan pernah berhenti selama Perguruan Tinggi berada dengan kompetensi intinya dan dalam hal ini modal dasar tersebut adalah "INTERKONEKSI"

"Interkoneksi" adalah aset yang merepresentasikan sinergi intelektualitas untuk mengintegrasikan dan mengomersilkan sehingga mampu meningkatkan kualitas empat tuntutan dinamika sosioekonomi. Proses peningkatan dinamika sosioekonomi ini juga perlu difokuskan targetnya sesuai kompetensi inti perguruan tinggi/lembaga Iptek dan diusulkan faktor percepatan evolusi dampak iptek untuk kemanusiaan dapat menjadi fokus target untuk proses pengemasan "INTERKONEKSI". Keberlanjutan

prinsip ini adalah bagian dari proses pembentukan kepemimpinan yang memantapkan pola ini secara akumulatif [4]

Dalam memfokuskan pengemasan interkoneksi diarahkan untuk mempercepat evolusi dampak Iptek untuk kemanusiaan hendaknya mencermati data empiris yang pernah diidentifikasi untuk hal tersebut, tampak bahwa laju kebutuhan peradaban manusia mengarah pada pemenuhan kebutuhan manusia untuk menggunakan organ manusia itu sendiri dengan seefektif dan seefisien mungkin. [5]

Berlandas pada data empiris tersebut, secara nyata menunjukkan bahwa seluruh produk Iptek tersebut tidak timbul dari satu disiplin saja dengan demikian pelaku strategi harus mengembangkan seni dan intelektualitas untuk mengintegrasikan unsur-unsur pembentuk potensi produk berdasarkan *knowledge* sebagai sumber utamayang diiringi dengan intelektualitas komersialisasi potensi produk, bahkan dalam hal tertentu dapat dilakukan upaya komersialisasi konsep terlebih dahulu yang kemudian diikuti oleh upaya integrasi. Keseluruhan proses ini ditujukan untuk membuat evolusi menjadi revolusi dampak Iptek bagi kemanusiaan yang merupakan fokus target strategi komersialisasi untuk menstimulasikan dinamika sosioekonomi yang pada gilirannya membentuk "*sufficiency conomy*" yang dapat dimanfaatkan oleh individu, keluarga dan komunitas.

6. Penutup

Pemikiran tentang materi yang dibahas, meliputi pentingnya kemas interkoneksi membuat kegiatan Strategi Komunikasi berparadigma sebagai institusi multisektor dan interkoneksi. Pemikiran semata-mata ditunjukkan untuk menjadikan produk Iptek Indonesia yang akan dipandang masyarakat dunia sebagai penentu eksistensi dan martabat bangsa Indonesia. Dengan adanya strategi komunikasi yang mengintegrasikan Iptek dengan pemahaman kebudayaan, akan terus melestarikan upaya terbentuknya identitas bangsa Indonesia berbasis keragaman etnisitas yang boleh jadi terepresentasikan dalam pengetahuan tradisional [6]

Pustaka

- [1]. Dicky R Munaf, "Kemasan Interkoneksi Informasi di Perpustakaan Untuk Kebangsaan dan Sumber Pembiayaan". Rakernas Forum Perpustakaan DKI, 20 September 2005.
- [2]. P Rufaidah. "Peran Teknologi Komunikasi Dalam Rantai Nilai Pedagang di Pasar Tradisional", *Jurnal Sosioteknologi*, edisi 14, Tahun 7, Agustus 2008, hal 399 – 414.
- [3]. F Lim. "Filsafat Teknologi", Kanisius, Jogjakarta, 2008
- [4]. E F Puryear, *American Generalship : character is everything, The Art of Command*, New York :The Random Home Publishing Group, 2000

- [5]. M S Besari, *Teknologi di Nusantara : 40 tahun hambatan inovasi*, Jakarta : Salemba Teknik, 2008
- [6]. H A R Tilaar, *Mengindonesia : Etnisitas dan Idensitas Bangsa Indonesia*, Jakarta : Rineka Cipta, 2007