

TAJUK RENCANA

Mengapresiasi Kota Yogya Melindungi Perempuan

KASUS kekerasan terlebih keke-
rasan seksual, merupakan fenome-
na gunung es. Banyak kejadian
belum terungkap karena korban eng-
gan melaporkan. Padahal kasus ke-
kerasan dapat terjadi dimana saja
bahkan kapan saja. Mulai dari ling-
kungan sekolah, lingkungan kerja,
lingkungan sosial bahkan lingkungan
rumah tangga.

Banyak faktor yang menyebabkan
ketakutan melapor. Impunitas, ke-
bisuan, stigma dan rasa malu yang
melingkupi ataupun merasa takut.
Takut, karena mungkin pelaku adalah
’orang berkuasa, orang berpengaruh’
hingga orang tua atau pasangan
sendiri. Semua itu menjadi pengha-
lang korban melaporkan. Juga
dimungkinkannya, karena tidak tahu ke-
mana bagaimana cara melaporkan
kasus yang dialami atau diketahui.

Sejatinya, pelbagai upaya melindu-
ngi korban kekerasan terhadap pe-
rempuan, terus diupayakan. Di setiap
kota/kabupaten terdapat Pusat Pe-
layanan Terpadu Pemberdayaan Pe-
rempuan (P2TP2A) yang merupakan
lembaga yang memberikan layanan
bagi perempuan dan anak korban ke-
kerasan. Lembaga ini bukan hanya
menerima laporan namun membantu
dalam menyelesaikan kasusnya.

Apa yang terjadi di Kota Yogya-
karta cukup mengusik. Data Dinas
Pemberdayaan Perempuan Perlin-
dungan Anak dan Pengendalian
Penduduk dan Keluarga Berencana
(DP3AP2KB) Kota mencatat hingga
Oktober 2024 saja sudah terdapat
203 kasus kekerasan terhadap
perempuan dan 30 kasus kekerasan
terhadap laki-laki. Miris, yang ter-
banyak adalah adalah kekerasan ter-
hadap istri dan didominasi kekerasan
psikhis. Kata-kata kasar adalah keke-
rasan yang tidak tampak bentuknya
namun membuka luka hati korban
serta sulit dilupakan. Dan perlu dipa-
hami, perselingkuhan adalah keke-
rasan psikhis juga.

Realita ini dengan cepat diantisi-
pasi Pemkot Yogya. Untuk memberi
kemudahan melapor, dalam puncak
Hari Anti-kekerasan terhadap Perem-
puan, Pemkot Yogya meluncurkan
layanan Lapo Kekerasan yang terin-
tegrasi aplikasi Jogja Smart Service
(JSS). Bahkan Pj Walikota Yogya
Sugeng Purwanto dalam *launching*
menyebutkan Lapo Kekerasan terin-
tegrasi JSS ini merupakan manisfes-

tasi Pemkot untuk mengatasi kasus
kekerasan. Semakin lengkap dan
cepat dilaporkan, penanganannya
akan semakin mudah. (KR, 29/11).

Kehadiran Lapo Kekerasan terin-
tegrasi JSS tidak hanya layak diapre-
siasi. Namun kehadirannya harus
terus dilantangkan kepada masyara-
kat agar mengenalnya. Apalagi yang
memerlukan tinggal membuka ap-
likasi JSS lalu mencari menu Lapo
Kekerasan. Dan semakin banyak pe-
nyedia layanan lapo, akan semakin
baik. Karena akan memudahkan
masyarakat yang menjadi korban ke-
kerasan, mendapatkan penanganan.

Kekerasan terhadap perempuan
bukanlah fenomena Kota Yogya
tetapi merupakan fenomena Indone-
sia bahkan dunia. Catatan Tahunan
Komnas Perempuan 2023 – disam-
paikan Maret 2024 – mengungkap
berdasar laporan pengaduan lang-
sung ke Komnas Perempuan terda-
pat 674 kasus kekerasan terhadap
istri. Sementara lembaga layanan ju-
ga mencatat bahwa kasus KTI ber-
ada pada posisi tertinggi dengan jum-
lah 1.573 kasus. UN Women bahkan
memperkirakan satu dari 3 perem-
puan pernah mengalami kekerasan,
setidaknya sekali dalam hidupnya.

Para korban kekerasan apalagi
pelecehan seksual tidak perlu takut
melapor karena kerahasiaan iden-
titas telah dijamin undang-undang.
Ajakan pada korban untuk berani
melapor dan angkat bicara, *Speak Up*
sekaligus akan memberikan
keadilan terhadap korban. Tentu juga
memberikan efek jera pada pelaku.
Meski dipahami terlebih bagi korban
kekerasan seksual, ada trauma bes-
ar yang dialami, sehingga sering
membuat enggan berbicara. Khawa-
tir justru akan disalahkan ataupun ke-
na stigma yang kian menyudutkan.

Lapo Kekerasan terintegrasi JSS
ini dapat jadi, akan membuat angka
kasus meningkat. Tetapi ini meru-
pakan wujud meningkatkan ke-
sadaran masyarakat melaporkan ke-
jahatan yang dialami, semakin tinggi.
Artinya, edukasi masyarakat bila ‘ada
kekerasan di sekelilingmu’ sudah se-
maksim dapat dipahami. Jika setelah
dilaporkan, diproses serta hukuman
pada pelaku dapat ditegakkan den-
gan adil, *Insya Allah* akan membuat
efek jera. Harapannya, lama kela-
maan, angka laporan kasus kekeras-
an berkurang. ☐f

Meredupnya Efek ‘Selebritas Politik’

PUNCAK Pilkada 2024, yaitu pe-
mungutan suara, telah usai.
Kompetisi politik satu orang satu
suara ini selalu menunjukkan fenom-
ena sosial politik yang menarik: par-
tisipasi, motivasi memilih, hingga
efek penggunaan media konvensional
dan media digital dalam membangun
citra atau elektabilitas kandidat.
Selain prosedur pemungutan suara
yang berjalan lancar, ada kejutan
yang perlu mendapat perhatian dari
sisi komunikasi politik, yaitu, memu-
darnya efek elektoral dari
tingkah polah politisi yang di-
mediasi oleh media sosial.

Kekalahan ‘Selebriti Politik’
Contoh paling nyata di Pil-
kada Jakarta. Kekalahan Rid-
wan Kamil (RK) dalam Pilkada
Jakarta 2024, menyusul se-
belumnya Anies Baswedan dan
Ganjar Pranowo di Pilpres,
adalah tanda berakhirnya gaya
kampanye politik yang mengan-
dalkan sisi personal (karakter,
keluarga, ruang privat) dalam
budaya politik kontemporer
Indonesia. Kampanye memakai
ruang digital (media sosial) da-
lam bentuk memoles kandidat
sebagai selebriti mikro. Sejarah
mencatat, taktik personalisasi
ini dipelopori dua mantan Pre-
siden: SBY (sebagai penyanyi)
dan Jokowi (periksa gorong-
gorong rusak). Keduanya kini
sudah mantan. Jokowi bahkan
mewariskan kemarahan loyalisnya
yang merasa tertipu oleh personal-
isasi sebagai orang baik, yang dikon-
struksi secara digital oleh para pen-
dengung.

Para selebritas poitik lainnya:
Anies, RK, Ganjar, gagal maju ke pen-
tas kekuasaan di periode 2024-2029.
RK dikenal rajin ber-medsos atau
medsosholic. Ia dan timnya rajin
mengolah isu yang ‘remeh temeh’
khas kaum rebahan. Puncak person-
alisasi politik RK terjadi saat anaknya
meninggal di sungai Aare Swiss.
Ganjar sejak gubernur hingga Capres
aktif mereplika Jokowi sebagai ‘orang
kampung’ di medsos yang menyapa
kaum pinggiran. Taktik serupa jarang

Masduki

kita temukan pada politisi yang
menang Pilkada di Jawa: Pramono,
Khafifah, Ahmad Luthfi. Mereka
menang karena faktor-faktor lain.
Personalisasi politik (Wheeler, 2014;
Kaplan, 2021) adalah praktek *politi-
cal branding*, jelas tak orisinal, ada
rekayasa selebritisasi oleh tim media
digital, dibantu influencer sebagai
cheerleader. Praktek ini semarak keti-



KR-JOKO SANTOSO

ka media sosial menjadi sumber infor-
masi politik utama dan menjadi ruang
yang banal. Politisi yang tidak siap
dengan program politik cerdas, seka-
dar ingin populer lewat sentuhan
emosi kepada milenial berebut bikin
konten romantis dengan istri/suami,
memproduksi kata/diksi yang memicu
viralitas, dll. Konten digital makin
keruh, overload, nir-edukasi politik,
menghilangkan substansi. Muaranya
ia berubah menjadi gudang sampah
digital yang tidak lagi mempunyai
efek elektoral.

Secara makro, praktek personal-
isasi politik tumbuh subur karena
struktur dan budaya politik kita yang
tidak sehat pada dua sektor. Pertama,
partai politik yang lemah, feodalistik,

sangat bergantung pada figur Ketua
Umum. Modalitas Parpol bukanlah
ideologi atau program tetapi figur-fig-
ur populer, medioker. Kedua, kuat-
nya warisan politik massa mengam-
bang. Politik dianggap urusan lima
tahunan saja, bukan sehari-hari.
Politik urusan di TPS, mendapat sem-
bako, urusan idol, memilih calon po-
puler, bukan rekam jejak prestasi.

Artikel berjudul: *social media, elec-
toral politics and political personaliza-
tion in Indonesia* (Masduki, 2024)
telah mengulas personalisasi
politik dalam sejarah politik
digital sejak era SBY hingga
Jokowi. Studi ini awalnya be-
rangkat dari semaraknya talk-
show yang dihadiri politisi/pe-
jabat negara di televisi yang ki-
ni beralih ke podcast di
Youtube. Menjadi *host* atau
pengisi talkshow di TV adalah
panggung drama para politisi,
panggung memoles citra. Lebih
dari berpendapat, mereka
‘menjual’ intimitas dengan
keluarga sebagai komoditas
politik jangka pendek. Target
proyek personalisasi atau se-
lebritisasi politik tentu bukan
hanya subscribers, followers,
tapi *electoral voters*. Mengikuti
logika algoritma digital, pang-
gung digital ini dikemas men-
jadi hiburan nakal, tujuannya
viral, bukan agar publik rasio-
nal. Nah, jika kini gaya ini sudah be-
akhir dan blunder, apakah komu-
nikasi politik digital ke depan akan
semakin sehat, kaya konten progra-
matik, bukan slapstick? ☐f

*) **Masduki**, Guru Besar Ilmu
Media dan Jurnalisme, UII

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terima-
kasih partisipasinya dalam menulis dan
mengirimkan artikel untuk SKH *Keda-
ulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi ha-
nya menerima tulisan lewat email :
opinikr@gmail.com dengan panjang
tulisan antara 550 - 600 kata, dengan
mengisi subjek mengenai isu yang di-
tuliskan serta jangan lupa menampilkan fo-
tocoloppy identitas. Terimakasih.

Potensi Blockchain Pada Layanan Publik

PENINGKATAN pelayanan publik
yang berkualitas, merupakan tantan-
gan sekaligus tuntutan bagi penyeleng-
gara pelayanan publik, terutama pem-
erintah. Kesadaran masyarakat ter-
hadap kualitas layanan publik menun-
tut adanya transparansi pengelolaan
sumber daya publik untuk mencapai tu-
juannya. Kurangnya transparansi
berisiko terhadap hilangnya keper-
cayaan publik yang menyebabkan par-
tisipasi publik rendah dalam kehidupan
bernegara.

Dalam masalah tersebut, teknologi
tampak hadir untuk memberi solusi
terhadap perwujudan transparansi pu-
blik. Karena itu, pemerintah mengem-
bangkan *e-government* dalam rangka
meningkatkan pelayanan publik.
Teknologi blockchain merupakan salah
satu teknologi yang saat ini banyak
dikaji untuk diterapkan pada pemerin-
tahan, karena keunggulannya dalam
memberikan transparansi dan efisiensi
distribusi pelayanan publik.

Blockchain adalah bentuk teknologi
buku besar terdistribusi (*Distributed
Ledger Technology* - DLT) yang me-
mungkinkan pencatatan transaksi se-
cara digital. Berbeda dengan buku be-
sar tradisional, blockchain menyimpan
data dalam blok yang terhubung secara
kriptografis, sehingga setiap perubahan
atau pembaruan pada data langsung
disebarkan dan diverifikasi oleh semua
peserta dalam jaringan (nodes). Salah
satu fitur utama dari blockchain adalah
kemampuannya menyediakan transak-
si yang aman, efisien, cepat, dan
transparan. Ini sangat penting dalam
konteks pemerintahan, di mana keper-
cayaan publik dan transparansi dalam
pengelolaan data dan layanan sangat
diperlukan.

Penelitian Aristidou dan Marcou
(2019) menunjukkan bahwa beberapa
negara telah menerapkan blockchain
untuk meningkatkan layanan, antara
lain: Tiongkok mengembangkan
blockchain untuk tujuan militer. Uni
Emirat Arab (UAE), berencana untuk
menjalankan banyak operasinya meng-
gunakan blockchain, yang dapat men-
cakup berbagai layanan pemerintahan,
administrasi publik, dan transaksi bis-
nis, untuk meningkatkan efisiensi,
transparansi, dan kepercayaan dalam
layanan publik. Estonia telah mengin-

Ignatius Novianto Hariwibowo

tegrasikan blockchain dalam kerangka
e-government-nya. Penggunaan block-
chain di Estonia dapat mencakup pen-
gelolaan identitas digital, penyimpan-
an data publik, dan layanan pemerin-
tahan lainnya. Iswenda (2024) dalam-
goodstats.id, menyampaikan bahwa, di
Indonesia pemanfaatan blockchain
telah diterapkan dalam transaksi QRIS
dan crypto yang menjadi bagian dari
blockchain. Di sektor publik, PemdaKab
Bekasi telah berencana menerapkan
blockchain untuk meningkatkan ke-
amanan data (jabarprov.go.id).

Sekalipun memberikan solusi yang
lebih baik, penerapan blockchain memi-
liki tantangan dalam hal: (1) Ketidakpastian Peraturan: Kurangnya
kerangka peraturan yang jelas untuk
blockchain dapat menimbulkan kebi-
ngungan dan keraguan di antara lem-
baga pemerintah. (2) Integrasi dengan
Sistem Warisan: Banyak lembaga pe-
merintah mengandalkan sistem
warisan yang sudah ketinggalan zaman
yang mungkin tidak kompatibel dengan
teknologi blockchain. (3) Kompleksitas
Teknis: Sifat teknis blockchain dapat
menjadi penghalang untuk memahami
dan implementasi bagi pejabat dan
karyawan pemerintah. (4) Biaya dan
skalabilitas. Biaya awal yang terkait de-
ngan adopsi teknologi
blockchain bisa signifikan.

Mengingat tantangan
yang tidak mudah dalam
implementasi blockchain,
maka setiap pemerintahan perlu memperhatikan bagaimana blockchain be-
kerja dan akan diterapkan.
Karena itu, Aristidou dan Marcou (2019) menyaran-
kan strategi terbaik bagi
pemerintah dalam mene-
rapkan blockchain meliputi
beberapa langkah kunci,
antara lain: (1) Pendekatan
Berbasis Kebutuhan: Pe-
merintah harus melaku-
kan analisis mendalam
tentang kebutuhan spesifik
yang ingin dipenuhi de-
ngan blockchain. Ini terma-
suk memahami masalah

yang ada dalam sistem saat ini dan
bagaimana blockchain dapat mem-
berikan solusi yang lebih baik. (2)
Pengembangan Standar: Menerapkan
standar yang jelas dan konsisten untuk
penggunaan blockchain sangat penting.
Mengingat luasnya wilayah Indonesia,
maka standar perlu disiapkan oleh pe-
merintah pusat. (3) Regulasi yang
Mendukung: Mengembangkan kerang-
ka regulasi yang mendukung inovasi
sambil tetap melindungi kepentingan
publik. Regulasi merupakan faktor
kunci dalam inovasi blockchain ini.
Sekalipun belum diterapkan secara
masif, pemerintah perlu melihat per-
lunya aturan blockchain ini di
Indonesia, baik untuk pemerintah atau
swasta.

Penerapan blockchain merupakan
bentuk inovasi pengelolaan layanan pu-
blik dalam rangka meningkatkan
transparansi dan efisiensi. Namun
demikian, di tengah manfaat yang
ditawarkan, penerapan blockchain per-
lu memperhatikan kebutuhan nasional.
Penerapan blockchain pada layanan pu-
blik di Indonesia lebih dapat menyasar
pada pendataan masyarakat yang
membutuhkan akurasi dan transparan-
si dengan jumlah data yang besar. ☐f

*) **Ignatius Novianto Hariwibowo**,
Departemen Akuntansi Fakultas Bisnis
dan Ekonomika Universitas Atma Jaya
Yogyakarta.

Pojok KR

UMP naik 6,5% beri efek positif dunia usaha
-- Belum terwujud, harga kebutuhan pokok sudah naik dulu

21 WNI korban TPPO di Myanmar tiba di tanah air
-- Usut dan tindak tegas pelaku TPPO mulai dari calo-nya

Dosen UGM Sigit Pamungkas akan memimpin Kabupaten Sragen
-- Selamat dan semoga amanah

Beraba

Kedaulatan Rakyat

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers)
No. 127/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 tanggal 4 Desember 1990.
Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.
Penerbit: PT-BP Kedaulatan Rakyat Yogyakarta,
Terbit Perdana: Tanggal 27 September 1945.
Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).
Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho
Samawi (2011-2019) **Komisaris Utama:** Imam Satriyadi, SH.
Komisaris: Mohammad Wirmon Samawi, SE., MIB.
Direktur Utama: Drs. H.Mohammad Idham Samawi.
Direktur Keuangan: Yuriya Nugroho Samawi, SE., MM., MSc.
Direktur Pemasaran: Fajar Kusumawardhani SE.
Direktur Produksi: Baskoro Jati Prabowo SSos.
Direktur Litbang, Pengawasan & Bisnis: Yoeke Indra Agung Laksana, SE
Direktur Umum: Ir. Dyah Sardjuningrum Sitawati.

Pemimpin Umum: Drs. H. Mohammad Idham Samawi. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Dr Drs H Octo Lumpito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Dr Ronny Sugiantoro, MM,CHE. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPT, Joko Budhiarto, Mussahada, Drs Widyo Suprayogi. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Gratis :** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Kepala TU Langanan: Drs Asri Salman, Telp (0274)- 565685 (Hunting)
Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklankryk23@yahoo.com, iklankryk13@gmail.com.
Langganan per bulan termasuk 'Kedaulatan Rakyat Minggu'... Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display...Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarga...Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris, maks. 10 baris) . Rp 12.000,00 / baris, Iklan Satu Ko-
lom (min. 30 mm. maks. 100 mm) Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm .. Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi D1 s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00/ mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman I: 300 % dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif . Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%

Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55232. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting)
Alamat Percetakan: Jalan Raya Yogya - Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573, Telp (0274) - 496549 dan (0274) - 496449. Isi di luar tanggungjawab percetakan
Alamat Homepage: http://www.kr.co.id dan www.krjogja.com. **Alamat e-mail:** naskahkr@gmail.com. **Radio :** KR Radio 107.2 FM.
Bank: Bank BNI - Rek: 003.0440.854 Cabang Yogyakarta.
Perwakilan dan Biro:
Jakarta: Jalan Utan Kayu No. 104B, Jakarta Timur 13120, Telp (021) 8563602/Fax (021) 8500529. **Kuasa Direksi:** Ir Ita Indirani. .
Wartawan : H Ishaq Zubaida Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.
Semarang : Jalan Lampersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Per-
wakilan: Budiono Isman, Wakil : Isdiyanto Isman SIP.
Banyumas : Jalan Prof Moh Yamin No. 18, RT 7 RW 03 Karangklesem, Purwokerto Selatan, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPD, Wakil : Driyanto.
Klaten : Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan : Sri Warsiti.
Kulonprogo : Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Pj. Kepala Perwakilan: Muslikhah. Wakil : Asrul Sani.
Gunungkidul : Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo, Wakil: Wuragil Dedy TP

- Wartawan KR tidak menerima imbalan terkait dengan pemberitaan -
W wartawan KR dilengkapi kartu pers/surat tugas.