

TAJUK RENCANA

Tangani Klithih, Libatkan Orang Tua

DALAM terminologi hukum tidak dikenal istilah klithih, seperti yang marak dibicarakan orang belakangan ini. Hukum hanya mengenal istilah kejahatan atau tindak pidana kekerasan maupun ancaman kekerasan. Sementara aksi kejahatan jalanan yang terjadi di Yogya belakangan ini lebih dikenal sebagai klithih lantaran antara pelaku dengan korban tidak saling kenal, dan motifnya pun tak jelas.

Kiranya kita tak perlu berdebat soal istilah tapi malah melupakan esensi. Kita menginginkan jalanan Yogya bersih dari kejahatan, apapun namanya, entah klithih atau kejahatan jalanan. Sebab, hukum positif di Indonesia melarang orang melukai orang lain atau merampas hak orang lain, baik dalam bentuk teror fisik maupun lisan (ucapan).

Prinsipnya, setiap orang berhak mendapatkan rasa aman ketika melewati jalanan di Yogya, tak peduli siang maupun malam hari. Siapapun yang merampas hak atas rasa aman ini akan berhadapan dengan hukum. Dengan pemahaman seperti itulah kita ingin mendudukkan persoalan secara proporsional tentang penggunaan istilah klithih yang belakangan marak dipakai untuk menggambarkan aksi kekerasan jalanan di Yogya.

Hemat kita, wajar ketika Pemda DIY berkoordinasi dengan aparat kepolisian dan menanyakan tentang catatan kasus klithih di DIY, dijawab tidak ada istilah klithih dalam hukum (KR 4/1). Memang demikian dalam tinjauan yuridis formal. Inilah bedanya bahasa hukum dengan bahasa pergaulan di masyarakat. Bagi kita yang penting adalah esensinya, yakni tindak kejahatan jalanan apapun, entah itu klithih atau bukan (dalam perspektif masyarakat), harus ditindak tegas.

Tak ada salahnya kita melakukan inspeksi terkait kondisi keamanan di lingkungan kita akhir-akhir ini. Aksi kejahatan jalanan yang rata-rata di-

lakukan anak usia belasan tahun, atau lebih dikenal dengan anak di bawah umur, marak di sejumlah tempat. Umumnya pelaku berstatus pelajar, membawa senjata tajam, entah itu celurit, pedang, gir yang dimodifikasi, maupun senjata lain yang disain untuk melukai orang lain.

Tentu ini fenomena yang sangat mengkhawatirkan, sehingga butuh penanganan komprehensif. Padahal, sebelumnya aksi kekerasan jalanan sempat mereda, namun kini nampaknya kambuh lagi. Kita melihat aksi kekerasan yang dilakukan anak di bawah umur, terutama pelajar, bukan variabel bebas atau berdiri sendiri, melainkan terkait dengan variabel lain, terutama keluarga dan lingkungan sekolah.

Sayangnya, ketika polisi mengamankan anak yang terlibat kekerasan jalanan, acap diselesaikan di luar hukum atau dikenal dengan istilah diversi. Cara ini memang dianjurkan sepanjang kejahatan yang dilakukan anak tergolong ringan, misalnya memblayer-blayer knalpot sehingga mengganggu orang lain. Namun, bila sudah membawa senjata tajam dan membacok, apalagi sampai korbananya meninggal, tentu bukan kategori ringan, tapi berat sehingga penyelesaiannya harus melalui jalur hukum, bukan diversi.

Diakui, diversi tidak memberi efek jera bagi pelaku. Mereka cenderung mengulangi perbuatannya di lain waktu. Berkaitan itu, kita mendorong aparat kepolisian untuk menempuh jalur hukum menghadapi anak yang terlibat aksi kekerasan jalanan dan mencelakai orang lain, asalkan terukur dan tetap berpedoman pada UU Sistem Peradilan Pidana Anak (UU SPA).

Menangani anak yang berkonflik dengan hukum butuh keterlibatan orang tua. Sedang orang tua yang abai dan membiarkan anaknya berkeliaran di jalan serta bikin onar, juga perlu dikenai sanksi. □

'Naturalisasi' Produk Impor

DEMAM sepak bola ternyata seperti halnya akan terus terjadi. Kelahiran bintang baru lapangan hijau pun bukan hal yang mustahil, terus terjadi. Tidak jarang diikuti munculnya berita bintang sepakbola yang ditransfer, klub bahkan negara lain. Mungkin misalnya pemain sepak bola yang berasal dari luar negeri yang bermain untuk tim Indonesia yang akan mengubah kewarganegaraannya.

Namun konsep ini kemudian bisa diadaptasi untuk mengatasi permasalahan maraknya impor di Indonesia yang semakin menggerus pelaku usaha lokal. Naturalisasi produk impor tidak kemudian memberikan label produk impor sebagai produk Indonesia. Tetapi lebih kepada usaha meningkatkan kedaulatan produk-produk lokal Indonesia.

Dua Kemungkinan

Penggunaan produk impor di Indonesia semakin meningkat dari waktu ke waktu. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, nilai impor Indonesia tercatat sebesar US\$ 16,68 miliar pada Agustus 2021. Jumlah itu naik 10,35% dibandingkan Juli 2021 yang sebesar US\$ 15,11 miliar. Nilainya juga meningkat 55,26% dari Agustus 2020 yang sebesar 10,74 miliar. Tingginya angka impor ini menjadi cerminan bagaimana produk dalam negeri sudah tak lagi menjadi tuan di negeri sendiri. Akibatnya daya beli masyarakat akan berorientasi pada produk-produk impor. Terdapat dua kemungkinan penyebab, pertama kuantitas atau kualitas produk dalam negeri yang tidak memenuhi kebutuhan. Kedua, produk impor didapatkan dengan harga yang lebih murah.

Strategi untuk menambal derasnya arus impor perlu segera dimaksimalkan. Salah satu strategi yang dijalankan melalui substitusi produk impor. Hal tersebut menekankan pada pengembangan industri yang berorientasi kepada pasar domestik dengan membuat produk-produk yang menggantikan barang impor. Sumber daya alam (seperti bahan baku)

Paryanto Utomo

dan faktor produksi (terutama tenaga kerja) cukup tersedia di Indonesia. Namun pada awal inisiasi substitusi produk impor memerlukan biaya yang lebih besar untuk edukasi tenaga kerja, penyediaan mesin, dan bahan baku. Sehingga diperlukan banyak support dari pemerintah



KR-JOKO SANTOSO

berupa pendanaan maupun pelatihan. Menteri Perindustrian Agus Gumiwang memaparkan bahwa Kementerian Perindustrian telah memetakan sektor-sektor yang berpotensi untuk dioptimalkan dalam substitusi produk impor. Adapun sektor-sektor yang menjadi andalan adalah sektor industri kimia, farmasi dan tekstil, sektor industri logam, mesin alat transportasi dan elektronika, industri agro dan industri aneka. Industri yang perlu dikembangkan adalah industri yang membuat barang-barang konsumsi dan industri hulu.

Dalam rangka mensukseskan substitusi produk impor, pemerintah perlu menggandeng pelaku usaha besar beserta industri kecil menengah. Pemerintah perlu melaksanakan riset lapangan dan menyusun daftar preferensi perusahaan

Metaverse dan Momentumnya

BELUM lama ini Marvel Cinematic Universe (MCU), perusahaan waralaba Amerika Serikat, mengangkat tema multiverse (multi-semesta) sebagai salah satu plot ceritanya. Multiverse sendiri dalam plot cerita tersebut merupakan adanya eksistensi alam semesta selain alam semesta yang manusia tinggal saat ini.

Sekitar akhir Oktober 2021, Mark Zuckerberg, pendiri sekaligus CEO Facebook mengumumkan perubahan nama perusahaannya, dari Facebook Inc menjadi Meta. Meta ini disinyalir akan menjadi salah satu perusahaan yang turut berkompetisi untuk memperebutkan 'lahan baru' dalam dunia internet bernama metaverse. Metaverse sendiri merupakan medium virtual di mana seseorang dapat berinteraksi, bekerja, bermain, dan melakukan aktivitas lain dengan orang lainnya secara digital. Menggunakan avatar melalui teknologi bantu semacam *augmented reality* maupun *virtual reality* secara *real time* dan permanen.

Masa Depan

Metaverse ini digadang-gadang akan menjadi masa depan internet karena memberikan pengalaman yang jauh berbeda dari penggunaan internet sebelum konsep ini ditawarkan. Hal ini tidak berlebihan pasalnya dalam metaverse tersebut, siapapun dapat menjadi apapun, dan melakukan apapun yang mungkin tidak dapat dilakukannya dalam dunia nyata. Seseorang yang dalam dunia nyata merupakan orang yang biasa saja dapat membangun reputasi barunya di metaverse menjadi orang yang luar biasa. Hal tersebut dapat digunakan untuk kepentingan ekonomi, politik, maupun lainnya.

Apabila metaverse ini ke depannya sudah memiliki banyak penghuni, maka metaverse ini tak ubahnya dengan semesta lain sebagaimana multiverse yang diceritakan dalam film-film. Tentu hanya mereka yang menjadi pemain-pe-

Thoriq Tri Prabowo

main awal yang dapat menguasai dan menuai keuntungan dalam metaverse tersebut. Tidak mengherankan apabila Facebook konon rela menggelontorkan dana 10 miliar dollar untuk membangun metaverse ini.

Melihat potensi metaverse yang menjadi lahan baru, maka respons yang cepat baik individu maupun korporasi sangatlah diperlukan. Sebagai contoh seorang seniman, ia dapat memasarkan hasil karya seninya secara digital dalam metaverse tersebut dan mendapatkan uang untuk dibelanjakan kembali untuk keperluan-keperluan virtualnya. Begitu juga korporasi harus bersiap menghadapi tatanan dunia baru tersebut.

Dalam beberapa tahun terakhir, setidaknya dunia sudah menghadapi dua fenomena penting yang membuat eskalasi penggunaan teknologi yang begitu masif, yaitu revolusi industri 4.0 dan Covid-19. Kasus persebaran Covid-19 memang sudah cukup terkontrol, kendati demikian mengenai kapan akan berakhirnya kasus ini, tidak pernah dapat diprediksi. Pengalaman dua tahun beradaptasi dengan Covid-19 secara otomatis mengubah tatanan kehidupan manusia, yang kini lebih sering berinteraksi secara virtual.

Dunia Baru

Dengan perilaku yang baru tersebut, metaverse diprediksi akan menjadi dunia baru untuk mengakomodasi perubahan perilaku tersebut. Dalam konteks ini saya melihat metaverse menemukan momentumnya untuk eksis tidak lama lagi.

Banyak orang yang menganggap bahwa metaverse hanya akan menguntungkan para

atau industri lokal yang bisa mendukung program substitusi impor.

'Road Map'

Substitusi produk impor memerlukan penyusunan *road map* yang mumpuni. *Road map* ini nantinya dijadikan sebagai panduan dalam melaksanakan substitusi produk impor. Didalamnya harus memuat secara detail langkah-langkah dan kebijakan yang didasarkan pada kajian-kajian dan rencana strategis. *Road map* tersebut perlu di evaluasi dan diperbarui setiap tahun sehingga memerlukan kerjasama selaras dengan setiap pihak. *Road map* ini harus mendukung akselerasi pencapaian penggunaan produk lokal.

Sehingga selain *road map*, pemerintah perlu melaksanakan *pilot project* mencakup perencanaan, pengukuran, adaptasi, hingga uji coba produk. *Pilot project* bisa mulai diterapkan oleh BUMN maupun BUMD dengan cara mengganti komponen-komponen yang biasanya di impor dan menggunakan produk-produk lokal. Hal ini untuk mengungkit kepercayaan diri pelaku usaha dalam negeri, bahwa kualitas produknya tidak kalah dengan produk impor. Komitmen negara dalam menekan impor dan menyelamatkan produk lokal patut diprioritaskan demi membangun kemandirian negara. □

*) **Paryanto S Utomo MAP**, Kadiv Advokasi dan Kebijakan Asosiasi Pengusaha Aluminium Yogyakarta (Aspayo)

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

PIKIRAN PEMBACA
Naskah berupa usulan, gagasan, apresiasi atau masalah layanan publik
Naskah dikirim Email atau WA
pikiranpembaca@gmail.com 0895-6394-11000
dilampiri fotocopy/scan KTP, atau langsung ke Redaksi Kedaulatan Rakyat
Jalan Margo Utomo 40-42 Yogyakarta 55323. Naskah tidak beres ujaran kebencian, SARA dan Hoaks. Isi menjadi tanggungjawab penulis.

Membangun Inisiatif Positif

PEMBELAJARAN daring cukup berpengaruh pada perkembangan kepercayaan diri dan kreativitas peserta didik. Kegiatan belajar mengajar via gawai dan aplikasi pembelajaran cenderung membuat peserta didik merasa nyaman di balik layar gawai. Peserta didik seolah memiliki cara pintas untuk menghindari ketika mendapat giliran untuk menjawab pertanyaan, melakukan praktik atau melakukan kegiatan ekspresif lainnya.

Inisiatif negatif yang sering dilakukan peserta didik ketika pembelajaran daring di antaranya *off camera* saat pembelajaran berlangsung, *leave meet* atau zoom dengan berbagai alasan ketika diminta untuk melakukan kegiatan ekspresif dalam pembelajaran.

Berbagai cara dilakukan guru untuk menggali inisiatif positif peserta didik dalam rangka meningkatkan kepercayaan diri dan kreativitas berpikir. Kesempatan besar kembali datang ketika pembelajaran tatap muka berlangsung. Meskipun sampai saat ini masih dilakukan secara terbatas 50 %, namun pembelajaran tatap muka efektif mendorong peserta didik melakukan hal-hal positif sesuai inisiatif pribadi. Inisiatif peserta didik merupakan wujud bahwa peserta didik memiliki kreativitas dalam berpikir.

Sabandar (2008) mengemukakan,

bahwa berpikir kreatif adalah kemampuan berpikir yang berdasarkan pada kepekaan terhadap situasi yang dihadapi. Situasi tersebut teridentifikasi adanya masalah yang ingin diselesaikan. Ada unsur originalitas gagasan dalam menyelesaikan masalah yang diidentifikasi.

Pengaruh pembelajaran daring kadang masih terbawa ketika tatap muka di kelas. Misalnya, peserta didik memerlukan waktu beberapa saat ketika diberi tugas memimpin berdoa sebelum pembelajaran dimulai. Guru sengaja tidak menunjuk peserta didik, tetapi dengan sabar menunggu sampai ada peserta didik yang berinisiatif memimpin berdoa pada teman sekelas. Hal ini dilakukan sebagai upaya membangun inisiatif positif peserta didik dimulai dengan tugas sederhana.

Sebelum Corona menyerang dan mengakibatkan pembelajaran daring, inisiatif positif peserta didik dapat terstimulus dengan baik saat berada di sekolah. Berbekal harapan besar, guru harus menyiapkan diri menjawab tantangan untuk dapat menjembatani potensi peserta didik agar semakin berkembang jika tiba saatnya pembelajaran tatap muka berlangsung 100 %. □

*) **Indriyani Voluntiri Azis, SMP Negeri 2 Ngaglik.**

Kedaulatan Rakyat

Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho Samawi (2011-2019) **Penasihat:** Drs HM Idham Samawi. **Komisaris Utama:** Prof Dr Inajati Adrisjanti. **Direktur Utama:** M Wirmon Samawi SE MIB. **Direktur Pemasaran:** Fajar Kusumawardhani SE. **Direktur Keuangan:** Imam Satriadi SH. **Direktur Umum:** Yurija Nugroho Samawi SE MM MSC. **Direktur Produksi:** Baskoro Jati Prabowo SSoS.

Pemimpin Umum: M Wirmon Samawi SE MIB. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Ronny Sugiantoro SPd, SE, MM. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPt, Joko Budhiarto, Mussahada. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Drs Widyo Suprayogi, Dra Hj Fadmi Sustiwi, Dra Prabadari, Isnawan, Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, Hanik Afifiati, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hastho Sutadi, Muhammad Fauzi SSoS, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSoS, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Daryanto Widagdo, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Gratis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Pemimpin Perusahaan: Fajar Kusumawardhani SE. **Kepala TU Langganan:** 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, iklankrky2@yahoo.com, iklankrky13@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 Kolom (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%

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).

Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55232. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting) **Alamat Percepatan:** Jalan Raya Yogya - Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573, Telp (0274) - 496549 dan (0274) - 496449. Isi di luar tanggungjawab peretakan

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. Wakil Kepala Perwakilan: Hariyadi Tata Raharja.

Wartawan: H Imong Dewanto (Kepala Biro), H Ishaq Zubaedi Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga. **Samarang:** Jalan Lamparas No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Kepala Biro: Isdiyanto Isman SIP.

Banyumas: Jalan Per Moh Yamin No. 18, RT 7 RW 03 Karangklesem, Purwokerto Selatan, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPd. Kepala Biro: Driyanto.

Klaten: Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan dan Kepala Biro: Sri Warsiti. **Magelang:** Jalan Achmad Yani No 133, Magelang, Telp (0293) 363552. Kepala Perwakilan: Sumiyarsih, Kepala Biro: Drs M Thoha.

Kulonprogo: Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Kepala Perwakilan: Suprpto, SPd Kepala Biro: Asrul Sani. **Gunungkidul:** Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo.