

VAKSINASI SEDULUR DAIHATSU YOGYAKARTA 2021

Hari Ini Suntikan Dosis 2 di Kulonprogo

KULONPROGO (KR) - DIY ditargetkan menuntaskan vaksinasi Covid-19 pada Oktober ini. Sejauh ini DIY sudah melakukan vaksinasi lengkap lebih dari 70 persen. Dalam program 'Vaksinasi Sedulur Daihatsu Yogyakarta 2021', sebanyak 6.000 orang di Kabupaten Bantul, Kulonprogo, Sleman dan Gunungkidul sudah tervaksin.

Corporate Social Responsibility (CSR) gelaran PT Astra Daihatsu Motor (ADM) bekerja sama dengan *Kedaulatan Rakyat (KR)* ini sudah memasuki penyuntikan vaksin dosis ke-2. Vaksinasi dosis ke-2 dilaksanakan di Balai Desa Karangsewu, Boro II, Galur, Kulonprogo, Kamis (14/10) hari ini pukul 08.00-13.00 WIB, disusul berikutnya Sleman dan



KR-Istimewa

'Vaksinasi Sedulur Daihatsu Yogyakarta 2021' dosis 1 saat digelar di Galur Kulonprogo.

Gunungkidul.

Direktur Produksi *KR* Baskoro Jati Prabowo SSos mengatakan, program vaksinasi ini dipe-runtukkan bagi masyarakat umum, khususnya pegiat wisata, pelaku UM-KM, pelajar, pegiat kreatif seni dan budaya serta komunitas Daihatsu.

Dengan program vaksi-

nasi dan semakin mudah akses vaksin kedua ini, diharapkan mempercepat terbentuknya kekebalan masyarakat terhadap Covid-19 sehingga pemulihan perekonomian pun makin cepat.

"Partisipasi serta animo masyarakat yang tinggi dengan kehadiran giat 'Vaksinasi Sedulur Dai-

hatsu Yogyakarta 2021' membuktikan konsep vaksinasi keliling yang mendekatkan diri ke masyarakat sangat efektif digelar pada kondisi saat ini," ujarnya.

Target peserta 1.500 orang berusia 12-55 tahun di setiap lokasi. Calon peserta bisa mendapatkan informasi melalui media sosial dan media komunitas, kemudian mengisi pendaftaran melalui link yang ada. Calon peserta akan mendapatkan undangan berupa QR code via WA atau SMS untuk mengetahui jadwal vaksin, sebagai syarat memasuki area vaksin. Informasi lebih lanjut bisa klik ke www.daihatsu.co.id. Vaksinasi Sedulur Daihatsu Yogyakarta 2021 ditargetkan berakhir 24 Oktober 2021. **(Rul)-f**

Tim Thomas

la dalam laga kali ini menang atas tunggal kedua China Taipei Wang Tzu Wei melalui pertandingan straight-set dengan skor 21-17, 21-13.

Sementara itu, dua kekalahan tim Thomas Indonesia dialami pasangan ganda putra Fajar Alfian/Muhammad

Rian Ardianto dan pasangan 'dadakan' Muhammad Ahsan/Daniel Marthin. Fajar/Rian yang turun di partai kedua dikalahkan juara ganda putra Olimpiade Tokyo 2020, Lee Yang/Wang Chi-Lin melalui pertarungan tiga game berdurasi satu jam empat menit dengan

skor 26-28, 21-16, 14-21. Sedangkan pasangan 'anyar' Muhammad Ahsan/Daniel Marthin dikalahkan pasangan ganda kedua China Taipei Lu Ching Yao/Yang Po Han dalam laga tiga game dengan skor 20-22, 21-17, 21-23. **(Rar)-d**

Catur

Kahfi melengkapi prestasinya dengan kembali meraih medali emas di PON Papua lewat nomor catur klasik. Torehan 2 medali emas dan 1 medali perunggu ini menjadi catatan terbaik bagi catur DIY di ajang PON, karena sebelumnya baru mampu merebut medali perak di PON Riau 2012. "Jelas ini sangat membanggakan kami, untuk medali emas di catur klasik ini sebenarnya menjadi target utama kami untuk bisa meraih medali emas. Dan kami sangat bersyukur akhirnya bisa meraih kemenangan dan merebut medali emas," tegas Pelatih Catur DIY, Bimo TAW kepada *KR* melalui sambungan telepon usai pertandingan di Swissbel In Hotel Merauke, Rabu (13/10).

Dalam laga catur klasik yang digelar selama 4 hari ini, Kahfi sukses meraih total poin 8 dari 9 babak yang harus di jalaoaniya. Delapan poin yang didapat tersebut berasal dari 8 kemenangan dan sekali kalah. Delapan kemenangan yang

dicatatkan Kahfi di nomor ini didapat dari MF Arif Abdul Hafiz, MN Ruby Tamono, IM Tirta, MN Muhammad Johan, MN M Ishak Rianjar, MN M Miftahurrahman, MN Nurdin Simanjuntak dan MN Octo Dami.

Sedangkan satu kekalahan yang harus ditelan saat melawan IM Yoseph T Taher. Untuk catur klasik ini sendiri, medali perak diraih andalan tuan rumah IM Yoseph T Taher dengan mengemas 7,5 poin dan medali perunggu direbut MF Arif Abdul Hafiz asal Jawa Barat dengan 7 poin. Keberhasilan Kahfi meraih medali emas kedua di PON ini disambut gembira Ketua Kontingen DIY di Merauke, Nolik Maryono BSc.

Pasalnya, hingga kemarin, dari seluruh medali emas yang berhasil diraih DIY, hanya catur yang berhasil menyumbang 2 medali emas. "Saya sangat bangga atas capaian medali Kahfi ini. Dia dari awal memang tidak ditarget medali, tapi mampu menyumbangkan dua medali emas. Ini

Asa Bulan Bahasa

Demi masa, Bahasa Indonesia merupakan bahasa yang terberkati. Pada tanggal 28 Oktober 1928 silam, Bahasa Indonesia dijunjung sebagai bahasa persatuan. Kita tentu ingat, Kongres Pemuda II (1928) dihadiri beragam organisasi pemuda daerah. Mereka berkumpul dan kemudian berikrar Sumpah Pemuda. Berkat ikrar itu, tumbuhlah kesadaran akan keindonesiaan yang utuh (Tanah Air Indonesia, Bangsa Indonesia, dan Bahasa Indonesia).

Kemudian 18 Agustus 1945, Bahasa Indonesia dikukuhkan menjadi bahasa negara. Pengukuhan itu, antara lain, ditandai terbitnya Ejaan Republik atau Ejaan Suwandi (1947). Ejaan Republik menjadi antitesis dari Ejaan van Ophuijsen (1901). Misalnya, huruf *oe* (van Ophuijsen) berubah menjadi *u* (Republik). Ejaan van Ophuijsen merupakan buah karya sarjana Belanda, CA van Ophuijsen, sedangkan Ejaan Republik merupakan buah karya bangsa kita.

Setelah itu, Ejaan Republik diganti dengan Ejaan yang Disempurnakan atau dikenal EYD (1972). Kemudian muncul Ejaan Bahasa Indonesia (EBI) berdasarkan Permendikbud Nomor 15 Tahun 2015. Kini, EBI disempurnakan lagi dengan Keputusan Kepala Badan Bahasa Nomor 0321/I/BS.00.00/2021. Atas di-

namika itu, kita patut bersyukur betapa kodifikasi Bahasa Indonesia kian lama kian berkembang.

Ada yang bersyukur, ada pula yang berprihatin. Kita prihatin akan bertumbuhnya kosakata asing di ruang-ruang publik. Di balik fenomena itu, terselip gejala xenomania pada sebagian diri anak bangsa. Lisan kita lebih terbiasa mengucapkan kosakata asing (baca: Bahasa Inggris) daripada Bahasa Indonesia. Sebagian dari kita lebih suka memakai kata *security* daripada *satpam*; kata *driver* daripada *sopir* dan kata *share* daripada berbagi. Gejala xenomania pada masyarakat kita, pelan tapi pasti, melunturkan muruah Bahasa Indonesia. Padahal, UU Nomor 24 Tahun 2009 mengamanahkan kita untuk (1) mengutamakan Bahasa Indonesia, (2) melestarikan bahasa daerah, dan (3) menguasai bahasa asing. Dari situ, tampak bahwa UU Nomor 24 Tahun 2009 bukan aturan yang antibahasa asing. Dari segi aturan, posisi Bahasa Indonesia sudah kokoh. Kini, tinggal bagaimana sikap kita terhadap bahasa itu.

Jadi apa asa kita dalam merayakan BBS 2021 di tengah pandemi Covid-19? Jawabannya, kita ingin kegiatan BBS tak sekadar untuk memperingati Sumpah Pemuda. Lebih dari itu, kita ingin merawat

(kembali) semangat, kesadaran, dan etos kerja masyarakat dalam pengembangan dan pembinaan bahasa dan sastra Indonesia. Tentu saja, pemerintah pusat dan daerah harus pula berperan serta ke arah keinginan tadi.

Sebagai penutup tulisan, ada dua catatan. Pertama, asa tentang peran Bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan dan bahasa negara. Peran itu seharusnya kita dukung dan hargai dalam kehidupan sehari-hari. Jika tidak kita yang menghargai Bahasa Indonesia, lantas siapa lagi? Jika tidak sekarang kita menghargai Bahasa Indonesia, lantas kapan lagi? Kedua pertanyaan retorisi itu, sejatinya, mendorong kita untuk lebih serius dalam menghargai Bahasa Indonesia.

Kedua, asa tentang peran Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional. Dari Instagram @gnfi (5/10), ditelisik fakta bahwa Bahasa Indonesia digunakan di Wikipedia (peringkat ke-3 di tingkat Asia) dan Wordpress (peringkat ke-3 di dunia). Fakta itu tentu melejitkan harapan kita untuk terus membuakan Bahasa Indonesia. Lewat pembelajaran Bahasa Indonesia bagi penutur asing (BIPA), asa-asa kita dapat terwujud nyata.

(Penulis adalah Dosen PBSI FKIP UAD; Mahasiswa S-3 Ilmu Pendidikan Bahasa UNY)-d

Sambungan hal 1

Sambungan hal 1

Sambungan hal 1

PERLUAS PASAR DIY DAN SEKITARNYA
Astra Peugeot Kenalkan 3008 dan 5008 SUV

SLEMAN (KR) - Astra Peugeot gencar memperkenalkan dua varian SUV terbaru, New 3008 dan 5008 dengan roadshow di beberapa kota. Salah satunya mini launching New Peugeot 3008 dan 5008 di Atrium Plaza Ambarrukmo Yogyakarta, Rabu-Selasa (13-19/10). Calon konsumen di DIY dan sekitarnya dapat mengenal lebih dekat line up kedua SUV Peugeot yang makin stylish dan agresif tersebut.

Branch Manager Astra Peugeot Surakarta Putu Giri mengatakan, ajang pameran ini sebenarnya ingin lebih mengenalkan dan mendekatkan dua varian New Peugeot 3008 dan 5008 kepada konsumen di DIY dan sekitarnya. Selain itu, mengeksplorasi dan memperdalam penetrasi pasar DIY dan sekitarnya di tengah persaingan otomotif yang cukup ketat saat ini. Putu Giri menjelaskan



KR-Istimewa

New Peugeot 3008 Allure Plus.

varian 3008 SUV terdiri dua tipe 3008 SUV Active dan 3008 Allure Plus serta varian 5008 SUV dengan dua tipe 5008 SUV Active dan 5008 SUV Allure Plus. Tampilan kedua SUV tersebut semakin stylish dan agresif dengan diadopsinya bahasa desain terbaru dari Peugeot.

"Sebenarnya kita sudah mempunyai nama besar di DIY, tetapi akan lebih dikanal dan mendekatkan diri lagi. Karena Astra Peugeot sudah berbeda, de-

ngan wajah baru dan servis yang lebih eksklusif," tandasnya.

New Peugeot 3008 SUV mempunyai pilihan warna Pearl White dan Nera Black dengan harga on the road Rp 590 juta untuk varian Active dan Rp 720 juta untuk varian Allure Plus. Sedangkan Peugeot 5008 SUV dengan pilihan warna Pearl White, Nera Black dan Emerald Rp 645 juta untuk varian Active dan Rp 775 juta untuk varian Allure Plus. **(Ira)-f**

Megawati

"Ketika jabatan bekerja dengan sebaik-baiknya dengan penuh rasa tanggung jawab," kata anggota Dewan Pengarah BRIN saat mengucapkan sumpah jabatan dengan dibimbing Presiden Joko Widodo.

Setelah mengucapkan sumpah jabatan, Presiden Jokowi menyampaikan selamat secara langsung kepada Dewan Pengarah kecuali Menteri Keuangan Sri Mulyani yang dilantik melalui konferensi video karena sedang berada di luar negeri.

Berdasarkan pasal 7 ayat (2) Peraturan

Sambungan hal 1

Presiden (Perpres) No. 33 tahun 2021 tentang Badan Riset dan Inovasi Nasional, Ketua Dewan Pengarah BRIN secara ex-officio berasal dari unsur Dewan Pengarah badan yang menyelenggarakan pembinaan ideologi Pancasila.

Megawati Soekarnoputri diketahui adalah Ketua Dewan Pengarah Badan Pembinaan Ideologi Pancasila (BPIP). Unsur Dewan Pengarah BRIN lain yang juga berasal dari BPIP adalah Sudhamek Agoeng Waspodo. **(Ant/Sim)-d**

BPOM

Untuk kosmetik, telah dilakukan pemeriksaan terhadap 4.862 fasilitas produksi dan distribusi, pemusnahan produk dengan nilai keekonomian sejumlah Rp 42 miliar dan pembatalan 18 nomor izin edar produk serta sebanyak 89 perkara telah diproses secara pro-justitia.

Putusan pengadilan tertinggi untuk kasus kosmetik itu berupa pidana penjara selama dua tahun dan denda sebanyak Rp 25 juta subsider dua bulan kurungan.

BPOM mengimbau masyarakat lebih waspada dan tidak menggunakan produk yang dinyatakan mengandung bahan kimia obat, bahan dilarang atau bahan berbahaya. BPOM juga mengharapakan peran aktif semua pemangku kepentingan untuk melaporkan kepa-

da BPOM apabila mengetahui adanya dugaan kegiatan produksi atau peredaran produk obat tradisional, suplemen kesehatan dan kosmetik ilegal dan atau mengandung bahan kimia obat bahan dilarang ataupun bahan berbahaya.

Selanjutnya, BPOM mengedukasi dan mengimbau masyarakat untuk selalu ingat Cek KLIK yakni cek kemasan, label, izin edar dan kedaluwarsa produk. "Pastikan, kemasan dari produk yang dibeli dan akan dikonsumsi dalam kondisi baik, kemudian perlu dibaca informasi produk yang tertera pada labelnya, sehingga menghindari penggunaan yang tidak tepat dan cek apakah memiliki izin edar BPOM dan tidak melebihi masa kadaluarsa," jelas Reri Indriani. **(Ant/Obi)-f**

Penambahan

Menurut Nizar, ada sejumlah faktor yang berpengaruh dalam penyusunan harga referensi. Ia mencontohkan, keharusan PCR Swab menjadi syarat perjalanan internasional tentu berdampak pada penambahan biaya. Apalagi, proses PCR dimungkinkan dilakukan lebih dari sekali.

Termasuk juga skema karantina sebelum keberangkatan dan setibanya di Tanah Air. Jika itu diberlakukan, tentu ada biaya yang diperlukan. Kecermatan dalam penghitungan ini sangat penting, sehingga harga yang ditetapkan rasional sesuai kebutuhan dalam menyiapkan penyelenggaraan umrah di masa pandemi.

"Kalau ada kenaikan, kira-kira harga referensinya menjadi berapa yang rasional dan bisa ditolerir, sehingga tidak memberatkan jemaah dan penyelenggaraannya tetap aman," jelasnya.

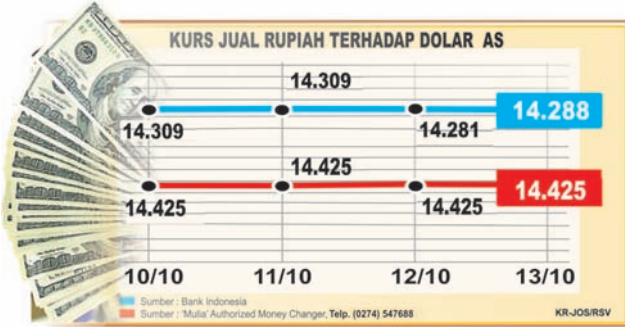
Kemenag pernah menerbitkan Keputusan Menteri Agama (KMA) No 777 Tahun

Sambungan hal 1

2020 tentang Biaya Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah Referensi Masa Pandemi. Dalam KMA tersebut ditetapkan, besaran biaya penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah referensi masa pandemi sebesar Rp 26 juta.

Dalam salah satu diktum disebutkan, biaya referensi ini

dihitung berdasarkan pelayanan jemaah umrah di Tanah Air, dalam perjalanan, selama di Arab Saudi dengan memperhitungkan biaya penerbangan umrah dari Bandara Soekarno-Hatta ke Arab Saudi dan dari Arab Saudi ke Bandara Soekarno-Hatta. **(Ati)-d**



Prakiraan Cuaca					Kamis, 14 Oktober 2021	
Lokasi	Pagi	Siang	Malam	Dini Hari	Suhu °C	Kelembaban
Bantul					21-30	60-90
Sleman					22-30	60-90
Wates					23-31	60-90
Wonosari					23-31	60-90
Yogyakarta					23-31	60-90
Cerah					Berawan	Udara Kabur
					Hujan Lokal	Hujan Petir

Grafis : Adho

Antara Candu Dan Peluang



Dony Ariyus,M.Kom
Kaprod Teknik Komputer
Universitas Amikom Yogyakarta

SAAT ini TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digandrungi masyarakat. TikTok merupakan platform berbagi video. Konten yang bisa ditemukan di TikTok sangat beragam, mulai tayangan terkait kreativitas, video unik, challenge yang sedang viral, beryanyi, menari, lipsync lagu, dan lain sebagainya. Rata-rata pengguna media sosial yang lain juga menggunakan TikTok

Pada dasarnya TikTok

didominasi pengguna remaja kisaran umur 12-18 tahun, dan baru baru ini TikTok membatasi pengguna diatas umur 18 tahun. Hal ini dikarenakan bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan untuk melihat platform ini 3-6 jam sehari. Kecanduan inilah yang membuat TikTok mengeluarkan kebijakan penggunaannya, karena banyak protes yang terjadi di dunia maya. Pengguna TikTok secara global diperkirakan mencapai 2 Miliar Pengguna, ini merupakan sesuatu yang sangat luar biasa, menurut Statista "Indonesia dicatat pengguna terbanyak di dunia setelahamerika".

Tidak hanya memiliki banyak pengguna, TikTok juga mampu membuat penggunaanya melakukan berbagai macam cara demi sukses atau terlihat keren dalam memainkan sebuah tantangan. Hal inilah yang

membuat pengguna kecanduan. Menurut Dr. Julie Albright menyebut orang yang menggunakan TikTok diibaratkan sebagai seseorang yang tengah menghipnotis dirinya sendiri. "Ketika Anda mengscroll aplikasi TikTok, anda akan melihat video atau hal yang menyenangkan dan menarik perhatian. Anda mendapatkan dopamin kecil itu di pusat kesenangan otak, jadi Anda ingin terus mengscroll-nya." Di saat menyelami laman aplikasi, kadang kita juga menemukan hal yang tidak begitu disukai atau mungkin biasa-biasa saja. Itulah yang disebut Albright sebagai diferensiasi yang membuat siapapun kecanduan.

Dengan meningkat pesatnya pengguna sosial media beberapa tahun belakangan ini, perubahan pola pikir brands ternama maupun UMKM sudah mulai melihat salah



satu aplikasi buatan cina ini, khususnya brands yang menargetkan generasi milenial dan Z sebagai pasar mereka. Bahkan dinas koperasi mulai melihat TikTok sebagai promosi UMKM dengan mengadakan lomba-lomba di platform ini.

Sudah banyak contoh yang kita lihat di lapangan, bahwa pengaruh media sosial untuk promosi begitu memiliki efek yang luar biasa, suatu produk makanan yang sempat viral di TikTok, secara otomatis akan banyak didatangi dan di kunjungi pelanggan baru. Sering ada ungkapan "sudah pernah makan di Itu lho makanan yang viral di TikTok" dan ungkapan-ungkapan lainnya.

Begitu juga yang terjadi dengan brands selain makanan yang menargetkan pengguna generasi milenial dan Z.

Untuk mempermudah pemasang iklan di TikTok, sekarang sudah tersedia TikTok For Business yang awalnya pembayaran hanya bisa menggunakan kartu kredit, sekarang sudah tersedia pembayaran menggunakan transfer atau yang dikenal dengan deposit. Hal ini untuk memfasilitasi UMKM dan pemasang iklan yang tidak memiliki kartu kredit. Walaupun jenis campaign yang tersedia belum selengkap yang dimiliki google, tapi sudah lebih dari kata cukup untuk target iklan seperti brands awareness, Considerations dan Conversion.

Jenis iklan di TikTok ada beberapa kategori yang tersedia seperti: in-Feed video, brand

takeover, hashtag challenge, branded augmented reality (AR), dan topview ads. Salah satu yang sangat menarik adalah in-feed video, Ketika anda menonton video-video TikTok, di beranda atau lebih dikenal sebagai for you page (FYP) iklan tersebut merupakan contoh dari in-feed video, yaitu video iklan yang muncul dan berbau dengan konten lain di FYP. Pengguna juga bisa memberi like atau komentar pada iklan tersebut.

Kecanduan pengguna TikTok yang menghabiskan waktu rata-rata 3-6 jam sehari ini merupakan target empuk bagi brand-brand tertentu untuk mempromosikan produk mereka. Maka dari itu, tidak perlu diragukan lagi jika TikTok merupakan media yang powerful untuk meningkatkan penjualan produk dengan target pasar generasi milenial dan Z. (*)