

TAJUK RENCANA

Pelaku dan Korban Judi Online

INI masih seputar korban judi online yang akan mendapat bantuan sosial atau bansos. Usulan ini disampaikan Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (PMK) Muhadjir Effendy. Menyusul banyaknya protes dari berbagai kalangan yang tidak setuju dengan usulan tersebut, Muhadjir Effendy pun 'ngeles' bahwa yang mendapatkan bantuan sosial bukanlah pelaku, melainkan keluarga yang terimbas judi online, baik istri/suami maupun anak.

Menurut Muhadjir, pelaku tetap harus menjalani proses hukum sebagaimana ditentukan undang-undang (KR 18/6). Persoalannya kemudian, sejauh mana batasan keluarga korban perjudian online yang dimaksud Muhadjir? Barangkali inilah yang masih tetap menimbulkan kontroversi. Kalau pelakunya adalah suami, maka yang mendapatkan bantuan adalah istri dan anak-anaknya. Sedangkan kalau pelakunya istri, maka yang mendapatkan bantuan adalah suami dan anak-anak. Begitu asumsinya kalau kita memahami apa yang disampaikan Menko PMK.

Padahal, sepanjang suami-istri itu belum bercerai, maka mereka tetap masuk dalam keluarga. Jadi, kalau menggunakan asumsi bahwa keluarga korban perjudian online mendapat bansos, maka sepanjang pelaku masih terdaftar secara formal sebagai keluarga, maka yang bersangkutan otomatis mendapatkan bantuan. Inilah konsekuensinya. Berarti, antara pelaku dan korban tidak bisa dipisahkan, kecuali kalau perkawinan mereka telah bubar atau bercerai.

Niat Menko PMK Muhadjir Effendy sebenarnya baik, yakni agar keluarga dari pelaku perjudian daring jangan sampai telantar. Namun, itu sebenarnya merupakan risiko dari sebuah keluarga. Sepanjang pelaku, baik sua-

mi maupun istri masih menjadi satu keluarga, maka dampaknya akan dirasakan oleh seluruh anggota keluarga. Jadi, kalau mau dikembalikan kepada keluarga masing-masing, mengapa mau menerima kepala atau anggota keluarga yang berjudi? Mengapa tidak bercerai saja, misalnya?

Gagasan Menko PMK memang tidak sederhana, karena akan berimplikasi pada banyak hal. Harus jelas tujuannya, mau mengentaskan warga miskin atau memberantas perjudian, atau keduanya? Kalau keduanya, maka harus dilakukan koordinasi dengan berbagai pihak, termasuk kementerian lain.

Bahkan, Menko Bidang Perencanaan Airlangga Hartato tidak setuju dengan gagasan Muhadjir Effendy yang hendak memberikan bansos kepada korban judi online, yakni dengan memasukkan mereka ke Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS). Yang jelas, menurut Airlangga, hingga saat ini tidak ada program maupun anggaran untuk memasukkan korban judi online sebagai penerima bantuan pemerintah.

Hemat kita, untuk mendapatkan bantuan sosial, pemerintah harus selektif, tidak asal orang itu miskin, melainkan perlu dirunut penyebab ia miskin, apa karena kalah judi atau lainnya. Sehingga, pemberian bantuan tersebut benar-benar tepat sasaran. Kalau pun hendak memberi bantuan kepada keluarga korban judi online, pun harus dipilah, misalnya keluarga tersebut benar-benar tak berdaya mencegah suami/istri untuk berjudi atau sebaliknya menoleransi perjudian hingga akhirnya bangkrut. Jadi, sebelum menerbitkan kebijakan, sebaiknya Menko PMK berkoordinasi dulu dengan kementerian lain agar keputusan yang dihasilkan tepat sasaran. □d

Optimalisasi Figur Menangkan Pilkada

Hari Santosa

MENJELANG pemilihan kepala daerah (pilkada) yang akan digelar serentak pada 27 November 2024, masing-masing partai politik maupun gabungan partai politik sibuk menjaring figur yang tepat sebagai calon kepala daerah dan calon wakil kepala daerah guna memenangkan kontestasi pilkada mendatang.

Apabila jalur partai politik telah tertutup karena ketentuan ambang batas persentase dukungan, maka figur yang merasa potensial dapat mengajukan diri melalui jalur independen, dengan syarat mengumpulkan minimal persentase dukungan penduduk yang jumlahnya tergantung dari jumlah pemilih tetap masing-masing daerah.

Berbeda dengan pemilihan legislative di mana banyak yang memilih caleg berdasar partai politik, dalam pilkada cenderung berkaraktistik ipemilihan atas individu. Pemilih akan banyak melihat figur calon kepala daerah (cakada) yang secara langsung mempunyai kewenangan eksekutorial wilayahnya, baik itu kabupaten/kota atau provinsi. Pemilihan figur yang tepat sesuai harapan banyak pemilih, merupakan pijakan yang kuat bagi partai politik dan pengusungnya, ataupun para relawannya dalam mengkampanyekan figur tersebut sebagai cakada yang layak dipilih.

Meningkatkan Elektabilitas

Ada tiga tahapan untuk menguji figur dalam pilkada, yaitu popularitas, akseptabilitas dan elektabilitas. Referensi penelitian di beberapa pilkada di Indonesia sebelumnya, popularitas tidak sepenuhnya berbanding lurus dengan akseptabilitas atau penerimaan atas satu figur untuk menduduki jabatan kepala atau wakil kepala daerah di wilayah tertentu. Meski mereka memiliki akseptabilitas tinggi, terkadang juga tidak sesuai dengan tingkat elektabilitasnya. Target utama dari semua tahapan adalah *elektabilitas riil* yaitu seberapa banyak pemilih mau datang ke Tempat Pemungutan Suara (TPS) dan memberikan suaranya ke figur tersebut.

Banyak anggapan masyarakat bahwa popularitas figur menjamin per-

olehan tinggi angka elektabilitasnya. Tidak heran ketika banyak nama artis atau pimpinan suatu institusi yang sudah populer disandingkan dengan pejabat karier atau tokoh kader partai politik dalam gelaran pilkada.

Anggapan tersebut, tidak sepenuhnya salah, karena sebagian populartistik figur tersebut dapat dielaborasi menjadi di akseptabilitas dengan jumlah pemilih yang maksimal dalam pilkada. Keterpilihan beberapa artis sebagai



KR-JOKO SANTOSA

Wakil Gubernur atau Wakil Walikota dan Wakil Bupati, adalah contoh keberhasilan. Sebaliknya, tidak sepenuhnya benar, karena beberapa figur dengan popularitas tinggi ternyata gagal memenangkan figur tersebut dan pasangannya pada pilkada sebelumnya.

Untuk itu diperlukan dua upaya memenangkan pilkada. Pertama secara internal, perlu sinkronisasi popularitas, akseptabilitas dan elektabilitas atas figur yang dijagokan, serta upaya optimalisasi figur dan *branding* guna mendorong elektabilitasnya.

Kedua secara eksternal, perlu optimalisasi mesin partai dan relawan untuk membuat diferensiasi figur yang diusungnya serta strategi kampanye yang responsif terhadap strata sosial, Pendidikan dan tuntutan kebutuhan penduduk wilayah yang bersangkutan.

Untuk media kampanye dapat secara langsung atau menggunakan media sosial dengan berbagai wahana sesuai dengan trend pemilih.

Optimalisasi

Karakteristik figur yang dijagokan di pilkada, tentunya secara alami (*given*) sudah terbentuk dan dipantau lama oleh para pemilih, hal ini tentu secara keseluruhan akan sulit diubah. Namun demikian, guna kemenangan pilkada, maka figur yang bersangkutan bisa dilakukan optimalisasi yang menitik-beratkan pada re-orientasi dan penajaman pemahaman serta sinkronisasi tujuan politik kepada figur menuju perwujudan dan kesejahteraan masyarakat di daerah pemilihannya (*political make over*).

Terlebih bila figur tersebut sudah terpotret di masyarakat pada peran tertentu ketika yang bersangkutan menjadi artis, atau tindakan tertentu ketika figur tersebut menduduki jabatan di institusi tertentu, apalagi bila posisi figur tersebut berbeda pandangan dengan pemilih, maka *re-branding* atas figur tersebut harus dilakukan dalam rangka optimalisasi elektabilitasnya.

Dengan optimalisasi figur ditambah dengan optimalisasi *branding* yang kuat, diharapkan ketika figur tersebut menyampaikan program kerja yang dibuat secara sistematis dan menarik, akan menjadi daya pikat bagi pemilih.

Masih ada waktu untuk berbenah bagi setiap figur yang ingin maju di pilkada, saatnya melaksanakan strategi kemenangan terbaik. □d

** Hari Santosa MBA, Alumni Depolpe Fisipol UGM dan Konsultan Manajemen Strategi Politik Pilkada.*

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.

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) **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:** Yuriya Nugroho Samawi SE MM MS. **Direktur Produksi:** Baskoro Jati Prabowo SSos.

Pemimpin Umum: M Wirmon Samawi SE MIB. **General Manager:** H Yoeke Indra Agung Laksono, SE. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Dr Ronny Sugiantoro SPd, SE, MM. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPT, Joko Budiarto, Mussahada, Drs Widyo Suprayogi. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Benny Kusumawan, 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, Daryanto Widagdo, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Wifan Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grasis:** Joko Santoso SSN, Bagus Ewijyanarko. **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, 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 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 Kupang (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 RayaYogya - 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. Wakil Kepala Perwakilan: Hariyadi Tata Raharja.

Wartawan: H Ishaq Zubaedi Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.

Semarang: Jalan Lampersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Wakil: Isdiyanto Isman SIP.

Banyuwangi: 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

Menjadikan Ekosistem Trans Jogja sebagai Ruang Ketiga

Priyatno B. Hernowo

TRANSPORTASI publik adalah urusan wajib pemerintah. UU no 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah; menyatakan urusan Perhubungan adalah Urusan Pemerintahan Wajib Konkuren: urusan pemerintahan wajib yang dibagi antara Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota. Kewajiban Pemprov untuk penyediaan angkutan umum untuk jasa angkutan orang dan/atau barang antarkota dalam 1 (satu) Daerah provinsi. Kewajiban Pemerintah Kabupaten/Kota untuk Penyediaan angkutan umum untuk jasa angkutan orang dan/atau barang dalam Daerah kabupaten/kota.

UU no 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan; menyatakan (1) Pemerintah wajib menjamin tersedianya angkutan umum untuk jasa angkutan orang dan/atau barang antarkota dalam wilayah kabupaten/kota. (2) Pemerintah Daerah provinsi wajib menjamin tersedianya angkutan umum untuk jasa angkutan orang dan/atau barang dalam wilayah kabupaten/kota.

Trans Jogja adalah pemenuhan kewajiban Pemprov DIY di penyediaan angkutan umum/transportasi publik, sesuai Peraturan Gubernur no 127 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Sistem Angkutan Perkotaan Bersubsidi Trans Jogja dengan Sistem Buy the Service.

Kinerja Trans Jogja

Trans Jogja memiliki 18 rute dengan 95 bus. Penumpang rerata 239 ribu/bulan, dengan keterisian 3-21% dari kapasitas armada. *Headway* antarbus berkisar 11-47 menit. Dua ukuran ini menunjukkan ketertarikan warga dan tingkat layanan Trans Jogja.

Keluhan kinerja Trans Jogja, dari diskusi dengan pelanggan Trans Jogja dan pemerhati transportasi publik di Yogya: rute tidak efektif dan rendahnya cakupan layanan, tidak adanya hierarki rute, *headway* yang lama, infrastruktur halte dan terminal yang tidak layak, dan tidak adanya integrasi antar moda. [Berangkat dari Sini, @pedestrianjogja

awai dan berkelanjutan. Isu integrasi moda, rute dan ekosistem diselesaikan dengan: (1) penyediaan *feeder* oleh Pemerintah Kabupaten/Kota, keterlibatan Pemkab/Pemkot dalam penyediaan angkutan umum harus ditingkatkan (2) kajian dan implementasi menyeluruh atas rute dengan mempertimbangkan potensi *demand* dan cakupan pelayanan serta (3) perbaikan halte dan menjadikan sebagai Ruang Ketiga, potensi halte bisa menjadikan pendapatan lain dalam ekosistem Trans Jogja.

Armada nyaman dan manusiawi, Pramudi, nyamaga/i, penjaga halte menjadi faktor kunci pertumbuhan jumlah penumpang dan cakupan pelayanan Trans Jogja

Penutup
Trans Jogja menjadi *jannah* transportasi publik di DIY adalah keniscayaan. Ekosistem Trans Jogja: halte, armada, kru menjadi Ruang Ketiga bagi warga DIY. Warga DIY dari berbagai kalangan: pelajar, mahasiswa, pedagang, wisatawan semua terlayani Trans Jogja. □d

** Priyatno B. Hernowo, Direktur Utama PT Anindya Mitra Internasional, BUMD pengelola Trans Jogja.*

Trans Jogja terintegrasi dengan Kereta Komuter Indonesia. Integrasi dengan Ojol, tidak mendapat sambutan dari salah satu penyedia. Jarak yang pendek, mungkin menjadi alasan ketidakterarikan untuk menjadikan *first mile, middle mile, last mile* terintegrasi.

SDM -Pramudi, Pramugara, Penjaga Halte-adalah wajah pelayanan Trans Jogja. Peningkatan kapasitas SDM untuk mencapai Standar Pelayanan Minimal (SPM), SPM mempengaruhi *reward and punishment*.

Selanjutnya
Keberpikahan Pemprov DIY di penyediaan transportasi publik dipertahankan. Kewajiban Pemprov yang sudah ditunaikan dijawab dengan perbaikan layanan dengan pengelolaan yang bertanggungjawab serta pelayanan yang manusi-

awai dan berkelanjutan.

Isu integrasi moda, rute dan ekosistem diselesaikan dengan: (1) penyediaan *feeder* oleh Pemerintah Kabupaten/Kota, keterlibatan Pemkab/Pemkot dalam penyediaan angkutan umum harus ditingkatkan (2) kajian dan implementasi menyeluruh atas rute dengan mempertimbangkan potensi *demand* dan cakupan pelayanan serta (3) perbaikan halte dan menjadikan sebagai Ruang Ketiga, potensi halte bisa menjadikan pendapatan lain dalam ekosistem Trans Jogja.

Armada nyaman dan manusiawi, Pramudi, nyamaga/i, penjaga halte menjadi faktor kunci pertumbuhan jumlah penumpang dan cakupan pelayanan Trans Jogja

Penutup
Trans Jogja menjadi *jannah* transportasi publik di DIY adalah keniscayaan. Ekosistem Trans Jogja: halte, armada, kru menjadi Ruang Ketiga bagi warga DIY. Warga DIY dari berbagai kalangan: pelajar, mahasiswa, pedagang, wisatawan semua terlayani Trans Jogja. □d

** Priyatno B. Hernowo, Direktur Utama PT Anindya Mitra Internasional, BUMD pengelola Trans Jogja.*

Pojok KR

Rekam KTP elektronik mulai digencarkan, jemput bola.

-- Karena menjelang Pilkada.

Potensi desa wisata di DIY sangat besar.

-- Butuh kreativitas untuk mengelolanya.

Kendalikan inflasi, TPID DIY maksimalkan sinergi dan inovasi.

-- Jangan abaikan daya beli masyarakat.