

Strategi peningkatan pemakaian internet sebagai media komunikasi dan transaksi dalam rangka pengembangan lingkungan telekomunikasi Indonesia pada era pro kompetisi dibidang telekomunikasi

Ayub Khalid, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=83189&lokasi=lokal>

Abstrak

Pelanggan atau pemakai Internet sebagai media komunikasi dan transaksi di Indonesia masih rendah sekali jika dibandingkan dengan negara-negara di kawasan Asia-Pasific. Hal ini disebabkan oleh kondisi lingkungan telekomunikasi Indonesia yang masih memprihatinkan, misalnya kurangnya infrastruktur di bidang telekomunikasi, kurangnya kerangka regulasi untuk dunia maya, kurang memadainya sistem keamanan di Internet dan rendahnya tingkat sosial budaya masyarakat akan penggunaan Internet.

Untuk meningkatkan kemajuan pemakaian Internet sebagai media komunikasi dan transaksi perlu strategi yang tepat dalam rangka pengembangan lingkungan telekomunikasi Indonesia. Dimana alat bantu yang digunakan untuk menentukan strategi tersebut adalah berupa matrik EFAS/IFAS dan SWOT Analysis serta metric grand strategic.

Startegi yang seharusnya diterapkan untuk kemajuan pemakain Internet sebagai media komunikasi dan transaksi adalah meningkatkan sosial budaya masyarakat akan pemakaian Internet dengan cara menyediakan fasilitas-fasilitas Internet di tempat umum (perpustakaan sekolah, mesjid, gereja, dll) dan meningkatkan keyakinan masyarakat akan pemakaian Internet dengan cara menggunakan sistem security yang memadai (bisa menjamin kerahasiaan, keotentikan dan keabsahan pesan pihak yang melakukan komunikasi dan transaksi misalnya dengan menggunakan tanda tangan digital). Selain itu strategi yang lain adalah membuat badan regulator yang independen untuk menjamin perlakuan yang tidak fair terhadap operator-operator swasta dan ISP-ISP yang ada.

Subscribers or users of Internet as media communication and e-transaction are currently still much lower than other countries within Asia-Pacific region. They are due to lack of telecommunication infrastructure, lack of frame regulation, lack of secure system for Internet and lack of socio-culture of community to use the Internet.

It is imperative that the strategy is designed to enhance users/subscribers of Internet. The exact strategy is determined by metric EFAS/IFAS, SWOT Analysis and Metric Grand Strategy.

There are some strategies to increase subscribers/users of Internet for communication and e-transaction. The first strategy is to develop socio-culture of Indonesia community using the Internet within preparing Internet facility in the public place (ex: library, mosque, church and etc). The second strategy is to increase community confident using the Internet within implementation of the best secure system for Internet (ex: use digital signature). The last strategic is to build the Independent Regulator Body (IRB) that avoid or protect the private operators and others ISPs from treat or unfair action.