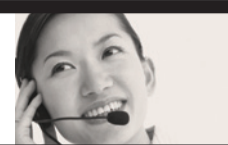


**KONSULTASI
TELKOMSEL**



Saya pemakai PEDE, setelah mengganti ponsel ketika ingin browsing Internet saya selalu gagal. Padahal, GPRS sudah aktif. (08138143xxx)
Untuk menggunakan Internet, selain harus mengaktifkan layanan tersebut, Anda perlu melakukan setting di ponsel. Kemungkinan ponsel baru tersebut belum di setting ke APN Telkomsel atau APN Internet. Silahkan ikuti petunjuk di ponsel.

Telkomsel kalau kirim SMS selalu berkali-kali dan layanan transfer pulsa kok eror. Pulsa yang ditransfer enggak masuk tapi pulsa terpotong. (081337669xxx)

Transfer Pulsa memang sudah sepekan mengalami gangguan, yaitu pelanggan melakukan Transfer Pulsa tidak berhasil masuk ke B Number, tetapi A Nombornya juga sudah terpotong. Untuk melakukan proses pengembalian pulsanya, mohon dicantumkan detailnya, yaitu: "Tanggal melakukan transfer pulsa, A number, dan B number-nya"

Kapan Telkomsel poin periode mendatang dan bisa dilihat di mana? Apa pemenang diberi tahu begitu terima? (081382030xxx)

TELKOMSEL poin undian periode III, akan dilaksanakan di bulan April 2009. Informasi pemenang bisa dilihat di surat kabar nasional, atau pelanggan bisa mengakses informasi pemenang melalui SMS dengan ketik WIN dan kirim ke 777. SMS ini biasanya bisa diakses satu pekan setelah proses pengundian.

Bagaimana cara mengetahui jumlah poin? (081322158xxx)

Untuk mengetahui jumlah POIN yang dimiliki dapat dilakukan dengan mengirimkan SMS dengan format ketik POIN dan kirim ke 777.

Tolong aku mau minta nada sambung dari Ruben Onsu. (08131258xxx)

Untuk mengetahui NSP Ruben Onsu secara lengkap, silakan kunjungi www.telkomsel.com

SIMAK KOLOM SEPUTAR LAYANAN TELKOMSEL
Setiap Kamis, dua kali dalam satu bulan, di rubrik Bedah Telko.

Telkomsel akan menjawab semua pertanyaan pengguna kartuHALO, Kartu As, dan simPATI.

Kirimkan pertanyaan melalui SMS ke nomor:

0813 8190 5522

Layanan Seluler | "Mobile Advertising" Akan Marak Dua Tahun Mendatang

Aturan Media Iklan Baru

Pertumbuhan jumlah pengguna telepon seluler dianggap menjadi potensi bisnis yang menggiurkan. Produsen, biro iklan, dan operator pun berkolaborasi menggarap iklan melalui ponsel.

Sejak pemerintah mengeluarkan beleid guna memangkas tarif ritel telepon nirkabel sebesar 20-40 persen pada April 2008, operator telekomunikasi mulai serius menggarap layanan nilai tambah (*Value Added Service/VAS*). Tujuannya untuk mempertahankan tren pertumbuhan pendapatan yang positif.

Layanan plus yang digarap berupa *mobile data*, SMS Premium, nada sambung, dan yang terbaru adalah menjadikan telepon seluler (ponsel) sebagai alat beriklan alias *mobile advertising*. Layanan tersebut menjadikan ponsel sebagai media beriklan dari produsen. Pola bisnis dari layanan ini melibatkan produsen, biro iklan, dan operator.

Di Indonesia, pionirnya adalah Indosat melalui iklan dan diikuti Telkomsel dengan kartu As Fress. Saat ini iklan berhasil menggaet 900 ribu pelanggan, sedangkan Kartu As Fress memikat 1,5 juta pelanggan. Indosat menargetkan jasa iklan akan mampu mendapatkan dua juta pelanggan pada akhir tahun nanti.

"Tidak ada media yang bisa sereposnya medium ponsel dalam menyampaikan komunikasi. Saya yakin dua tahun lagi layanan ini akan booming," ujar Kepala Pemasaran dan Merek Indosat Teguh Prasetya di Jakarta, Rabu (25/2).

Jika media Internet hanya memiliki respons sebesar satu persen untuk setiap satu kali penayangan iklan, pesan melalui ponsel memiliki respons

sebesar 10-20 persen. Dan pelanggan, kata dia, tidak merasa terganggu dengan pesan iklan yang disampaikan. Buktyinya, di Indosat tingkat pindah layanan khusus untuk jasa ini hanya sekitar satu persen.

Di Indonesia, model beriklan seperti itu merupakan hal baru. Padahal di luar negeri jasa ini telah berhasil menjadi penggerak pendapatan bagi operator. Di Jepang, misalnya, NTT Do Como mengandalkan jasa tersebut sebagai penyumbang 10 persen pendapatannya.

Berdasarkan catatan, pada 2011 nanti, nilai bisnis dari layanan tersebut akan mencapai 12 miliar dollar AS secara global.

"Di Indonesia, jasa ini belum memiliki regulasi. Kesan yang muncul pelanggan dieksploitasi. Karena itu, kami merasa perlu untuk menguji keberadaan dari jasa tersebut. Kita tidak ingin pelanggan dirugikan," tegas Anggota Komite Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) Heru Sutadi.

Jika dilihat sekilas, menurut Heru, jasa tersebut mencampurkan antara SMS premium, SMS Broadcast, dan iklan. Seandainya mengacu pada regulasi SMS premium, operator harus memberikan fasilitas mendaftar dan menghentikan layanan bagi pelanggan layaknya jasa yang diberikan oleh penyedia konten. Dan yang terpenting adalah operator tidak boleh memperjualbelikan data pelanggannya ke pemasang iklan.

Tak hanya itu, konsep *mobile advertising* di Indonesia terkesan mengeksploitasi pelanggan. Hal itu dapat dilihat dari ketimpangan kompensasi yang diterima pelanggan dari jasa tersebut.

"Jika hanya diberikan bonus SMS, itu tidak fair bagi pelanggan. Hal ini karena privasi mereka terganggu menerima iklan, tetapi kompensasinya

tidak setimpal," katanya.

Bagi Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), yang perlu diperhatikan dalam layanan beriklan tersebut adalah kejelasan mengenai masalah kerugian akibat adanya penyalahgunaan informasi dalam jasa tersebut.

"Jika iklannya salah, konsumen harus jelas menuntut siapa. Jangan seperti SMS Premium, operator menikmati keuntungan, tetapi mereka tidak terkena tanggung renteng," kata anggota YLKI Sudaryatmo.

Masih Berkembang

Konsep iklan melalui ponsel hingga kini memang belum berjalan optimal. Jika mengacu pada konsep yang lazim di luar negeri, kartu yang digunakan bebas biaya pemakaian dan dibayar dari pengiklan.

"Saya usul buat operator untuk benar-benar memberikan bonus yang bermanfaat bagi pelanggan, tidak hanya SMS," kata Wakil Ketua Komite Tetap Informatika Kadin, Iqbal Farabi.

Namun, Internal Affairs Director IMOCA Tjandra Tedja menegaskan, *mobile advertising* bukanlah SMS Premium. Keduanya memiliki konsep yang berbeda. Jika di SMS Premium penerima SMS terpotong pulsanya, di *mobile advertising* tidak dikenakan biaya apa pun karena pengiklan yang membayar biaya SMS.



KORAN JAKARTA/ARIEF LUQMAN HAKIM

"Dan masalah adanya penyalahgunaan *data base* itu sangat berlebihan. Pengiklan itu hanya tertarik SMS iklannya dikirim ke jutaan pengguna seluler alias massal," katanya.

Kalau pun dibuat aturan, menurut pengamat telematika Ventura Elisawati, juga tidak perlu terlalu ketat. Apalagi, *mobile advertising* merupakan jasa yang tergolong baru, dan itu merupakan produk kreatif.

"Jadi sebaiknya dibiarkan berkembang sambil diamati dan dipersiapkan dengan regulasi harmonis. Jangan belum

apa-apa sudah diancam. Mana fungsi regulator sebagai pelindung industri?" tandasnya.

Selain itu, layanan tersebut memerlukan waktu untuk berkembang karena pengiklan masih ragu akibat belum adanya data terukur dan riset perilaku konsumen yang valid untuk medium ini.

Seperti diungkapkan pengamat periklanan M Gunawan Alif, layanan tersebut baru akan mencapai skala ekonomis besar jika banyak pemasang iklan yang cerdas dan kreatif menjadi pendorongnya. ■ dmi/E-2





Tampilnya Sang Primadona

Di mana pun, kapan pun. Maksimalkan gaya Anda dengan paket bundling BlackBerry Curve 8900 dan TELKOMSEL BlackBerry Internet Service Unlimited*. Dapatkan harga spesial dan discount 50% berlangganan BIS selama dua bulan** bagi pelanggan yang membeli paket bundling dan melakukan aktivasi pada periode promo 18 Februari - 31 Agustus 2009. Pelanggan akan mendapatkan satu FREE Email account: user@telkomsel.blackberry.com


BROWSE


PUSH EMAIL


VOICE CALL


FREE CHAT

Nikmati keistimewaan serta kelengkapan fitur BlackBerry Curve 8900

- Camera (3.2 MP) • Wi-Fi® Support • Built-in GPS • Enhanced

Cara Aktivasi melalui SMS (Pasca bayar dan Pra bayar)

Ketik: BB<spasi>REG kirim ke 333

Hanya dalam 5 menit BlackBerry® Internet Service Anda Sudah Aktif.

Untuk keterangan lebih lanjut hubungi 111 dari kartuHALO atau 116 dari simPATI dan Kartu As atau kunjungi www.telkomsel.com atau GraPARI terdekat

Terms and Conditions apply, BlackBerry, RIM, Research In Motion, SureType and related trademarks, names and logos are the property of Research In Motion Limited and are registered and/or used in the U.S. and countries around the world. Used under license from Research In Motion Limited.

Pesan segera di dealer resmi TELKOMSEL

- Telcelindo Shop (021) 6253838 • (021) 6007878 • Oke Shop (021) 3522777
- Global Teleshop (021) 7947888 • E-melion (021) 3102888 • Jumbo shop (021) 6518671 • SentraPonsel (021) 62313535





Telah Hadir Generasi Internet

Baru Desember lalu Universitas Indonesia memutuskan untuk melakukan Pendaftaran Ujian Masuk terpadu S1 Reguler, Nonreguler, Vokasi, S2, dan S3 secara online. Pogram Seleksi Masuk UI (SIMAK) digelar sejak 19 Januari - 19 Februari 2009. Tidak ada satu lembar kertas pun yang melayang di antara para calon mahasiswa dengan Universitas, termasuk data diri, pilihan program studi, pemilihan tempat di 36 kota di tanah air, foto, dan pembayaran.

Semua dilakukan melalui jaringan Internet. Pendaftaran melalui SIMAK ini merupakan komponen terbesar dari jalur masuk UI yang melalui SIMAK, UMB, SNMPTN, jalur atlet, seni, dan olimpiade, PMDK, kerja sama daerah dan industri, dan lainnya.

Seleksi mahasiswa baru Indonesia telah mengalami metamorfosis yang krusial dalam dua tahun terakhir ini. Berbagai upaya untuk menjadikan satu sistem menjadi efisien senantiasa mengikuti perubahan yang terjadi di masyarakat dan pemerintah. Dalam kerangka ini, UI berusaha mendekati siswa hingga ke daerah-dearah, dan memberi kesempatan untuk seleksi masuk hingga ke 8 program studi dalam sekali ujian.

Ini adalah hal yang luar biasa dan baru pertama kali terjadi di Indonesia, dan mungkin di dunia dalam skala yang besar. Sistem yang dibangun adalah sistem yang dibuat sendiri oleh putra bangsa yang mampu menampung pendaftaran hampir 80 ribu calon mahasiswa dan menampung pembayaran *host-to-host online*. Mahasiswa mendaftar sendiri online, mendapat nomor, datang ke ATM 7 bank yang sudah bekerja sama dengan UI, dan langsung mentransfer pembayaran, dan pada saat itu juga di server di UI diketahui bahwa siswa dan SMA ini telah membayar, sudah mencetak sendiri kartu ujiannya

secara online, dan siap datang ke ruang ujian ke kota terdekat. Berbagai macam statistik dan analisis dapat dilakukan secara online. Betapa kita dapat berbangga bahwa para siswa ternyata mampu mendaftar dari ruang kelasnya lewat koneksi telepon genggam dengan koneksi GPRS.

Dari pelosok desa di Tapanuli Tengah hingga ke Mataram, semua tanggap mengisi data dalam satu bulan pendaftaran online ini. Di antara gemerlap Pemilu yang segera menjelang, ternyata siswa-siswa kita adalah generasi yang sudah mumpuni dan tidak resah dengan perubahan dan menjadi bagian dari efisiensi yang

akademik dari pendaftaran hingga pendaftaran wisuda terbukti bisa dilaksanakan secara terintegrasi dari server di Data Center UI.

Saat itu, masih banyak yang mempertanyakan apakah semua dosen dapat memasukan sendiri nilai dari tangannya ke Sistem Informasi Akademik UI, mahasiswa dapat melakukan perwalian online dengan perbincangan virtual dengan pembimbing akademiknya. Atau batasan waktu pemasukan nilai yang dilakukan sendiri oleh komputer.

Ternyata, semuanya sekarang menjadi hal yang biasa. Mesin virtual itu membuat kehidupan kampus menjadi lebih dinamis, terpadu, dan rapi. Tidak ada data yang berbeda-beda dari satu komputer ke komputer lainnya. Semua patuh mengikuti jadwal, karena komputer tidak pandang bulu.

Sekarang sudah waktunya kita juga sadar bahwa sistem online seperti ini sudah dapat dijalankan oleh para siswa di seluruh Indonesia.

Generasi muda kita adalah generasi yang tak gagap dengan teknologi baru. Satu jari tangan bisa menghubungkannya dengan seluruh dunia, jaringan sosial (*social network*)-nya terhubung dalam Buku Muka (*Facebook*) yang dimilikinya.

Kita akan terheran-heran dengan begitu cepatnya istilah baru *chatting* di Facebook dan kebiasaan yang jadi berubah 180 derajat. Dari buku harian yang terkunci dalam tiga tahapan hingga menjadi "hai dunia ketahuilah apa yang kualami dan kupikirkan hari ini". Generasi *empire of the mind* yang bekerja dan berkolaborasi di dunia maya. ■

« Ternyata siswa-siswa kita adalah generasi yang sudah mumpuni dan tidak resah dengan perubahan dan menjadi bagian dari efisiensi yang dibantu dengan adanya Internet. »

dibantu dengan adanya Internet. UI pun tidak perlu membuat tim dengan banyak orang untuk mendistribusikan penempatan ruang ujian, menempel foto di kartu ujian, dan mendistribusikan kartu itu ke penjuru Nusantara.

Internet, sistem terbuka yang diinisiasi Tim Berners Lee di Laboratorium Partikel Fisika Eropa di Jenewa tahun 1989, kini telah menjadi pemungkin pemilihan putra-putri terbaik bangsa untuk menjadi *cream the la cream* calon mahasiswa yang masuk UI.

Sistem "Online"
Baru dua tahun lalu, perubahan mendasar dan integrasi layanan

Riri Fitri Sari
Direktur Direktorat Pelayanan dan Pengembangan Sistem Informasi Universitas Indonesia