

**STRATEGI PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK KESATUAN
NIAGA CELLULAR INDONESIA (KNCI) (DALAM KASUS
KEBIJAKAN PENDAFTARAN NOMOR PONSEL OLEH
MENKOMINFO)**

SKRIPSI

Dikerjakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Nama : Imam Muzhaffar Najib

NIM : 1406015058

Peminatan : Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA SELATAN, 2018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imam Muzhaffar Najib
NIM : 1406015058
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Judul : Strategi Pembentukan Opini Publik Kesatuan Niaga Cellular
Indonesia (KNCI) (Dalam Kasus Kebijakan Pendaftaran Nomor
Ponsel Oleh Menkominfo)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 8 Desember 2018



Imam Muzhaffar Najib

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Pembentukan Opini Publik Kesatuan Niaga Cellular Indonesia (KNCI) (Dalam Kasus Kebijakan Pendaftaran Nomor Ponsel Oleh Menkominfo)

Nama : Imam Muzhaffar Najib

NIM : 1406015058

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui

untuk mengikuti ujian skripsi oleh :

Pembimbing I



SAID ROMADLAN, S.Sos., M.Si

Tanggal.....

Pembimbing II



Dr. SYAIFUL ROHIM, M.Si

Tanggal.....

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Pembentukan Opini Publik Kesatuan Niaga Cellular
Indonesia (KNCI) (Dalam Kasus Pendaftaran Nomor Ponsel
Oleh Menkominfo)
Nama : Imam Muzhaffar Najib
NIM : 1406015058
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada
hari Sabtu, tanggal 8 Desember 2018, dan dinyatakan LULUS


Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si
Penguji I

Tanggal :


Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum
Penguji II

Tanggal : 027/2018


Said Romadlan, S.Sos., M.Si
Pembimbing I

Tanggal :


Dr. Syaiful Rohim, M.Si
Pembimbing II

Tanggal :

Mengetahui
Dekan


Said Romadlan, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Judul : Strategi Pembentukan Opini Publik Kesatuan Niaga Cellular Indonesia (KNCI) (Dalam Kasus Pendaftaran Nomor Ponsel Oleh Menkominfo)
Nama : Imam Muzhaffar Najib
NIM : 1406015058
Program Studi: Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Halaman : 110 + xv Halaman + 10 Gambar + 18 Lampiran

Opini publik dibentuk karena adanya suatu kepentingan yang menyangkut suatu organisasi, individu maupun sekelompok masyarakat terhadap suatu isu yang sedang berkembang. Untuk membentuk suatu opini publik, perlu dilakukan beberapa cara dan membutuhkan *opinion leader* sebagai orang yang mengetahui tentang isu yang sedang berkembang tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pembentukan opini publik Kesatuan Niaga Cellular Indonesia (KNCI) dalam kasus pendaftaran nomor ponsel oleh Menkominfo. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma ini digunakan untuk melihat bagaimana konstruksi strategi pembentukan opini publik dalam sebuah organisasi. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Teori yang digunakan adalah teori fungsional kelompok. Teori ini berasumsi bahwa proses sebagai instrumen yang digunakan kelompok untuk mengambil keputusan, dengan menekankan hubungan antara kualitas komunikasi dan kualitas keluaran kelompok. Untuk menguji keabsahan penelitian, peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebuah opini publik dapat dibentuk dengan menggunakan beberapa tahap strategi sebuah organisasi dan beberapa saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan opini apa yang ingin dibentuk. Pembentukan opini publik bertujuan untuk membuat citra positif suatu organisasi atau sebagai alat memengaruhi kebijakan publik. Dalam penelitian ini opini publik yang dibentuk oleh KNCI dapat memengaruhi kebijakan publik yang dibuat oleh Menkominfo terkait kebijakan pendaftaran nomor ponsel. Dengan luapan opini publik melalui media sosial atau aksi demonstrasi membuat Menkominfo bergerak untuk segera merevisi kebijakan tersebut karena mayoritas publik tidak setuju akan kebijakan tersebut. Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah pemahaman bahwa opini publik dapat digunakan kepada suatu kepentingan tertentu.

Kata kunci : Strategi pembentukan, Opini publik, KNCI, Teori fungsional kelompok.

KATA PENGANTAR

Assalamu`alaikum warahmatullahi wabarakatu,

Puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt dan shalawat serta salam kepada junjungan baginda Rasulullah Saw. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pembentukan Opini Publik Kesatuan Niaga Celular Indonesia (KNCI) (Dalam Kasus Kebijakan Pendaftaran Nomor Ponsel Oleh Menkominfo)”**.

Berkat bantuan dan dukungan dari semua pihak, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua, ibu Sukarmi dan bapak Sagimun, kaka kandung Riyana Muntika Saraswati yang selalu memberi dukungan, doa dan semangat sampai skripsi ini selesai.
3. Said Romadlan, S.Sos., M.Si Dekan FISIP UHAMKA sekaligus dosen pembimbing I yang telah banyak memberi arahan serta masukan kepada penulis.
4. Dr. Sri Mustika, M.Si., Wakil Dekan FISIP UHAMKA.

5. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom Ketua Program Studi (Kaprod) Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA
6. Dr. Syaiful Rohim, M.Si sebagai dosen pembimbing II yang juga telah banyak memberi arahan serta masukan kepada penulis.
7. Seluruh staf sekretariat FISIP UHAMKA yang membantu penulis dalam mengurus segala macam bentuk administrasi selama perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman saya di FISIP UHAMKA, khususnya teman-teman pada peminatan Hubungan Masyarakat angkatan 2014 dan teman-teman BOKOS (Bocah Kosan) yang sering berbagi suka, duka, tawa, dan canda yang juga telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. ★ Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini mungkin terdapat kekurangan, maka dari itu penulis berharap jika terdapat kesalahan agar dapat diberi masukan ataupun kritik yang membangun agar dapat lebih baik dalam melakukan penelitian.

Jakarta, November 2018

Imam Muzhaffar Najib

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (COVER)	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kontribusi Penelitian.....	11
1.4.1 Kontribusi Akademis	11
1.4.2 Kontribusi Metodologis	11
1.4.3 Kontribusi Praktis	11
1.4.4 Kontribusi Sosial.....	11
1.5 Pembatasan Masalah	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1 Paradigma Penelitian.....	14

2.2 Hakikat Komunikasi.....	16
2.2.1 Pengertian Komunikasi	17
2.2.2 Fungsi Komunikasi	19
2.2.3 Konteks Komunikasi.....	21
2.2.4 Model Komunikasi.....	24
2.2.5 Elemen Komunikasi.....	27
2.3 Definisi Hubungan Masyarakat.....	28
2.3.1 Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat	29
2.3.2 <i>Public Affairs</i>	30
2.4 Komunikasi Organisasi	31
2.5 Teori Fungsional Kelompok	32
2.6 Pengertian Opini Publik	35
2.6.1 Faktor-faktor Opini Pulik.....	38
2.6.2 Karakteristik Opini Publik	39
2.6.3 Sikap Dalam Membentuk Opini Publi.....	40
2.6.4 Metode dan Teknis Mempengaruhi Opini Publik.....	41
2.6.5 Strategi Pembentukan Opini Publik.....	43
2.6.6 Definisi <i>Opinion Leader</i>	46
2.6.7 Media dan Opini Publik	47
2.7 Pengertian Kebijakan	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Pendekatan, Metode dan Jenis Penelitian	50

3.1.1 Pendekatan Penelitian	50
3.1.2 Jenis Penelitian.....	52
3.1.3 Metode Penelitian.....	53
3.2 Penentuan Informan	55
3.3 Metode Pengumpulan Data	55
3.3.1 Observasi.....	56
3.3.2 Dokumentasi	57
3.3.3 Wanwancara Mendalam.....	57
3.3.4 Studi Pustaka.....	59
3.4 Metode Analisis Data.....	59
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	62
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	62
3.5.2 Jadwal Penelitian.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Subyek Penelitian.....	64
4.1.1 Gambaran Umum Kesatuan Niaga Cellular Indonesia (KNCI).....	64
4.1.2 Visi Misi KNCI.....	65
4.1.3 Isi Peraturan Menkominfo Terkait Pendaftaran Nomor Ponsel.....	66
4.1.4 Struktur Kepengurusan KNCI Periode 2018-2020	67
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Strategi Pembentukan Opini Publik.....	69
4.2.2 Saluran Pembentukan Opini Publik.....	75

4.2.3 Opini Publik Pedagang Nomor Ponsel Dan Konsumen.....	87
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
4.3.1 Sikap KNCI Dalam Membentuk Opini Publik.....	91
4.3.1 Teknik Dan Metode Mempengaruhi Opini Publik.....	92
4.3.2 Diskusi Kelompok Memengaruhi Pembentukan Opini Publik.....	98
4.3.3 Peran Sentral Media Dalam Membentuk Opini Publik.....	102
4.3.4 Peran <i>Opinion Leader</i> Dalam Membentuk Opini Publik.....	106
BAB V PENUTUP.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran-Saran.....	109
5.2.1 Saran Akademis	109
5.2.2 Saran Metodologis	109
5.2.3 Saran Praktis	109
5.2.4 Saran Sosial.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	xii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Two Step Flow Model.....	26
Gambar 4.1 Logo Kesatuan Niaga Cellular Indonesia (KNCI)	64
Gambar 4.2 Struktur Kepengurusan KNCI Periode 2018-2020	67
Gambar 4.3 <i>Focus Grup Discussion</i> Di Batam Bersama Kominfo	75
Gambar 4.4 <i>Press Conference</i> Kesatuan Niaga Cellular Indonesia.....	78
Gambar 4.5 Poster Postingan KNCI Di Media Sosial	81
Gambar 4.6 <i>Press Release</i> Kesatuan Niaga Cellular Indonesia.....	84
Gambar 4.7 Berita Acara Kesepakatan Revisi Kebijakan KNCI Dengan Mekominfo	87
Gambar 4.8 Opini Publik Di Instagram	89
Gambar 4.9 Bagan Strategi Pembentukan Opini Publik KNCI.....	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang dirasakan saat ini membuat arus pergeseran dalam segala hal yang mencakup kehidupan manusia termasuk pola pemenuhan kebutuhan. Era modernisasi yang kini dirasakan membuat apa yang di kehendaki menjadi lebih praktis karena kemajuan teknologi yang turut mengikuti hingga menjadi kiblat manusia dalam menjalankan segala kegiatan. Kegiatan yang dilakukan berdasarkan atas pemenuhan kebutuhan terutama dalam hal komunikasi yang menjadi poros utama manusia dalam membentuk dan membangun hubungan sosial dengan manusia lainnya. Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas-diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun menurut Scheidel tujuan dasar kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita (Mulyana, 2012:4).

Komunikasi di era modern saat ini membuat suatu pembaharuan yang signifikan jika dibandingkan dengan komunikasi terdahulu yang hanya terbatas

oleh ruang dan waktu, sementara komunikasi di era modern mampu membangun kedekatan antar manusia secara lebih mudah dan tidak ada batasan oleh ruang dan waktu. Proses komunikasi terjalin dengan lebih cepat hingga nyaris tidak ada hambatan antar individu yang saling berkomunikasi. Kemajuan teknologi komunikasi yang sedemikian *super-high speed* ini, berakibat pada informasi sangat berlimpah dan seolah-olah tidak mempunyai batas lagi (Noegroho, 2010: 6-7).

Kemajuan komunikasi ditandai dengan munculnya telepon seluler (ponsel). Ponsel pertama kali tercipta pada tahun 1970 dan pertama kali digunakan oleh *Martin Chopper* pada tahun 1973 dan mengalami penyempurnaan dan pembaharuan sampai sekarang ini (Foldertekno.com)¹. Perkembangan ponsel yang cukup pesat membuat segala kemudahan dalam berbagai kepentingan individu manusia. Manusia kini memanfaatkan ponsel sebagai alat untuk berkirim pesan, baik dalam bentuk ucapan (*verbal*) maupun melalui pesan tertulis (*text*). Komunikasi melalui ponsel juga memiliki kekurangan, dimana dalam proses komunikasi kerap terjadinya kesalahan penafsiran pesan, oleh komunikator kepada komunikan. Dengan demikian dalam komunikasi bagaimana seseorang memberikan tafsiran pada perilaku orang lain seperti misalnya pembicaraan, gerakan, sikap dan simbol-simbol yang digunakan (Bungin, 2006:57).

¹ <https://www.foldertekno.com/sejarah-handphone/>, diakses pada 22 April 2018 pukul 23.30

Untuk dapat berkomunikasi melalui Ponsel dibutuhkan sinyal agar dapat tersambung kepada pengguna Ponsel lainnya. Sinyal yang didapatkan oleh Ponsel bersumber dari *Subciber Identity Module Card* atau yang biasa disebut dengan Kartu SIM. Kartu SIM merupakan identitas pengguna yang dapat disematkan pada ponsel sehingga harus didaftarkan sesuai dengan kartu identitas lainnya.

Pemanfaatan penggunaan Kartu SIM sebagai sarana untuk dapat berkomunikasi tidak selalu positif, dalam arti banyak pihak yang menyalahgunakan untuk kepentingan diri sendiri, misalnya untuk membohongi atau melakukan tindakan pemerasan lewat Kartu SIM yang dapat dengan mudah diperoleh dari penjual yang mudah di temukan di berbagai tempat. Seperti dilansir (*Jogja.Tribunnews.com*)² pada 19 Juli 2017, memberitakan tentang penipuan melalui via telepon dengan modus pengaktifan jaringan 4G untuk kartu SIM yang belum terdaftar sebagai jaringan 4G. Pelaku berhasil mengambil sejumlah uang dari rekening korban. Kemudian dilansir *Kompasiana.com*, memberitakan penipuan melalui via telepon dengan modus mengaku sebagai pegawai bank, kemudian pelaku meminta secara paksa nomer rekening korban. Dalam hal ini korban tidak terjebak dengan modus pelaku.

Terkait beberapa kasus yang terjadi mengindikasikan bahwa penggunaan nomor ponsel masih banyak disalahgunakan dengan berbagai macam modus

² <http://jogja.tribunnews.com/2017/07/19/waspadalah-modus-baru-penipuan-bila-ada-telepon-masuk-dari-nomor-ini-jangan-diangkat>, diakses pada 22 April 2018, pukul 00.27

untuk menipu calon korban. Pembinaan sistem memang semestinya dilakukan oleh pemerintah agar dapat meminimalisir tindakan penipuan melalui nomor ponsel. Salah satu cara yang dilakukan pemerintah adalah dengan membuat regulasi atau peraturan Menteri Kominfo (Menkominfo) nomor 14 tahun 2017 tentang perubahan atas peraturan Menkominfo nomor 12 tahun 2017 yang mewajibkan seluruh masyarakat Indonesia yang memiliki ponsel untuk mendaftarkan nomor ponsel sesuai dengan Nomor Induk Kependudukan (NIK) mulai tanggal 30 Oktober 2017.

Registrasi ini merupakan upaya pemerintah dalam mencegah penyalahgunaan nomor pelanggan terutama pelanggan prabayar sebagai komitmen Pemerintah dalam upaya memberikan perlindungan kepada konsumen serta untuk kepentingan *National Single Identity* (Kominfo.go.id, 2018)³. Pemerintah juga memberlakukan untuk penggunaan 1 NIK hanya dapat dilakukan 3 kali pendaftaran untuk nomor ponsel yang berbeda. Jika pengguna nomor ponsel tidak melakukan pendaftaran, maka upaya tegas Pemerintah adalah akan melakukan pemblokiran terhadap nomor ponsel yang bersangkutan. Kominfo mencatat sampai saat ini sudah ada 110.365.464 nomor telepon yang telah teregistrasi kartu prabayar. Dari provider Indosat, sudah ada 188.891 nomor yang terdaftar. Sedangkan dari provider Telkomsel, sudah ada 132.683 nomor yang terdaftar. Provider XL ada 103.225 nomor, provider 3 ada 21.647 nomor,

³ https://kominfo.go.id/content/detail/10941/kementerian-kominfo-wajibkan-registrasi-ulang-nomor-telepon-seluler-sebelum-28-februari-2018/0/sorotan_media, diakses pada 23 April 2018 pukul 20.45

provider Smartfren ada 5.857 nomor, Telkom Indihome ada 156 nomor dan Sampoerna Telecom ada 5 nomor.⁴

Upaya yang dilakukan Pemerintah untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan nomor ponsel mendapat respon positif dan negatif dari berbagai kalangan masyarakat pengguna nomor ponsel. Beberapa menganggap kewajiban pendaftaran nomor ponsel ini membuat para pengusaha kecil penjual nomor ponsel mengalami kerugian, namun ada pula yang mendukung kebijakan Menkominfo ini karena menganggap kebijakan yang dikeluarkan sebagai bentuk upaya untuk melakukan pembenahan sistem agar tidak disalahgunakan kembali oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

Dilansir (*Kompas.com*)⁵ 6 April 2018, memberitakan adanya unjuk rasa yang dilakukan oleh Kesatuan Niaga *Cellular* Indonesia (KNCI) yaitu terdiri dari perkumpulan para pedagang pulsa yang menuntut Menkominfo untuk segera mencabut kebijakan pendaftaran nomor ponsel. Yang menjadi tuntutan KNCI adalah penghapusan kebijakan untuk 1 NIK hanya dapat digunakan untuk 3 kali registrasi nomor ponsel saja. Kebijakan ini dianggap menurunkan pendapatan dari penjualan nomor onsel oleh para pedagang yang menjual nomor onsel, karena jika melihat kebutuhan masyarakat pada umumnya cenderung untuk membeli kartu SIM secara berkala untuk kepentingan lain selain untuk

⁴ https://kominfo.go.id/content/detail/12106/kominfo-ini-tahapan-blokir-jika-belum-registrasi-kartu-prabayar/0/sorotan_media, diakses pada 10 Mei 2018, pukul 14.22

⁵ <https://tekno.kompas.com/read/2018/04/06/14445167/soal-pembatasan-kartu-sim-tak-hanya-knci-yang-dirugikan-kominfo>, diakses pada 23 April, pukul 21.47

berkomunikasi dengan, misalnya untuk mengakses internet. Pembelian kartu SIM secara berkala dirasa masyarakat lebih ekonomis secara harga namun dapat digunakan untuk beberapa kepentingan lain ketimbang hanya mengisi ulang saldo pada satu kartu.

Dalam hal ini (*InetDetik.com*)⁶ 11 Oktober 2017, menghimpun opini masyarakat yang setuju dengan kebijakan pendaftaran nomor ponsel ini, salah satunya adalah *"Saya setuju kebijakannya. Tapi nggak setuju caranya masa cuma pakai sms. Harusnya datang ke operatornya supaya data yg dipakai bukan data bohongan,"*saran @wargajakartadong. Publik yang setuju dan mendukung kebijakan ini menganggap perlu adanya upaya pemerintah untuk dapat melindungi masyarakat dari penyalahgunaan nomor ponsel tersebut.

Namun urgensi dalam perevisian peraturan Menteri terkait kebijakan pendaftaran nomor ponsel lebih dianggap sebagai hal yang krusial dikalangan masyarakat umum khususnya para pedagang nomor ponsel. Maka dalam hal ini KNCI berupaya mengajak publik untuk ikut serta menyuarakan tuntutan kepada Menkominfo agar dapat merevisi kebijakannya tersebut.

Dari tuntutan yang dilakukan oleh KNCI membuahkan hasil dengan di revisinya kebijakan pendaftaran nomor ponsel oleh Menkominfo, yaitu diberitakan oleh (*industri.kontan.co.id*) bahwa dalam berita acara yang ditandatangani Deputy Bidang Hubungan Kelembagaan dan Kemasyarakatan

⁶ <https://inet.detik.com/telecommunication/d-3679939/diminta-registrasi-ulang-sim-card-begini-reaksi-pengguna>, diakses pada 23 April, pukul 22.50

Kementerian Sekretariat Negara Dadan Wildan dan Dirjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) memutuskan, gerai outlet atau mitra outlet dilarang melakukan registrasi menggunakan Nomor Induk Kependudukan (NIK) dan Kartu Keluarga (KK) pemilik outlet. Dan yang menarik, tidak ada pembatasan jumlah nomor yang diregistrasi melalui outlet. Apabila lebih dari 10 nomor harus melapor ke operator telepon.⁷

Opini publik yang terbangun terkait kebijakan pendaftaran nomor ponsel merupakan sebuah kepentingan yang dimiliki masing-masing individu hingga membentuk suatu pembahasan dari beberapa kepentingan yang terhimpun pada ruang diskusi, sehingga membentuk suatu publik yang dapat mewakili kepentingan masing-masing individu tersebut. Opini publik adalah penilaian sosial mengenai suatu masalah yang penting dan berarti, berdasarkan proses pertukaran-pertukaran yang sadar dan rasional oleh khalayaknya (Sumarno, 1990:19).

Sebagai perbandingan, peneliti menelusuri penelitian terdahulu sebagai referensi penelitian peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Purnama Irawan mahasiswa Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan menganalisis isi teks

⁷ <https://industri.kontan.co.id/news/pendaftaran-nomor-ponsel-dibuka-lebar>, diakses pada 17 Agustus 2018 pukul 14.05

menggunakan pendekatan deskriptif berdasarkan kategorisasi karakteristik opini publik yaitu isi opini, arah opini, konflik atau kontroversi, intensitas opini, persistensi, dan kekhasan. Dalam penelitian ini terdapat 16 judul SMS yang diteliti. Dari ke-16 SMS yang diteliti ditemukan bahwa kecenderungan opini dalam rubrik “Lapor Mang Sripa” pada surat kabar Sriwijaya Post cenderung mengandung isi kritik dan harapan, mengandung arah kontra terhadap pelayanan pemerintah kota Palembang, banyak mengandung konflik dan kontroversi, mengandung volume opini permasalahan yang sangat penting, mengandung intensitas opini pernyataan dan perintah, mengandung persistensi yang berlatar di seluruh wilayah kota Palembang, kekhasan isu yakni pembahasan fasilitas umum dan jasa umum dan kelompok pelayanan publik cenderung kepada pembahasan masalah pelayanan jasa dan pelayanan barang. Dimana kesemua kategorisasi tersebut cenderung kesisi negatif dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Pemerintah Kota Palembang belum maksimal.

2. Alien Chairina Husni jurusan Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hassanudin Makassar. Penelitian ini dilakukan di Makassar. Adapun populasi penelitian ini adalah *tweet* pengguna Twitter pada bulan Januari-Juli 2013 yang berisi opini *user* mengenai kekerasan seksual pada anak. Sampel penelitian dilakukan secara acak berdasarkan kriteria tertentu. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

opini publik pada media sosial Twitter adalah kasus-kasus kekerasan seksual pada anak mendapatkan pertentangan dan ketidaksukaan oleh publik. Mereka juga mengutuk keras pelaku kekerasan seksual pada anak, dengan mengharapkan dan menginginkan pemberian hukuman yang berat dan setimpal kepada pelaku. Publik juga menyampaikan harapan, simpati, dan dukungannya bagi para korban atau anak-anak yang mengalami kekerasan seksual dan tidak ingin sampai kekerasan seksual pada anak terulang dan menjadi suatu kejahatan yang dibiarkan. Dalam penelitian ini, peneliti juga menemukan faktor-faktor pembentukan opini publik. Yakni hal-hal yang harus ada guna membentuk atau menghasilkan sebuah opini publik yang dibentuk oleh pengguna twitter itu sendiri di media sosial twitter. Adapun faktor-faktor tersebut adalah: 1.Obyek, 2.Subyek, 3.Persepsi, 4.Reaksi/ Opini, 5.Tendensi (keberpihakan), dan 6. Opini mayoritas efektif (effective majority opinion)

3. Sufyanto, 061604, HUMAS SEBAGAI PENGELOLA OPINI PUBLIK, *Studi Deskriptif Mengenai Fungsi Humas Dalam Mengelola Opini Publik Mengenai Isu Etnis/Sara Pasca Penertiban Lahan Di Bantaran Sungai Cisadane Kota Tangerang*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi Humas dalam menjalankan fungsinya sebagai pengelola opini publik. Dalam hal ini mengenai opini publik yang berkembang pasca penertiban lahan dibantaran Sungai Cisadane Kota Tangerang yang menyinggung masalah etnis Tiong Hoa yang mendiami tempat tersebut secara liar. Metode yang

dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara tak berstruktur, observasi non partisipan dan dokumentasi. Inti dari penelitian ini adalah Humas Pemertintah Kota Tangerang menjalankan fungsinya dalam mengelola opini publik dalam meminimalisir dan menghentikan opini publik yang merugikan Pemerintah dan pimpinan Kota Tangerang. Humas Pemerintah Kota Tangerang melakukan manajemen strategi dalam mengelola opini publik seperti *fact finding, planning, communicating* dan *evaluating*. *Fact finding* yang dilakukan seperti pemantuan pemberitaan yang dilakukan media-media. Kemudian perenanaan kegiatan komunikasi yang dilakukan antara lain kegiatan-kegiatan yang bersifat aksidental dan rencana strategi komunikasi. Setelah itu pelaksanaan rencana kegiatan komunikasi seperti hak jawab, klarifikasi serta penggalangan dukungan. Dan terakhir adalah tahap evaluasi dengan pemantauan berita kembali.

Peneliti menggunakan ketiga penelitian terdahulu diatas sebagai referensi dalam penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode studi kasus dengan meneliti strategi pembentukan opini publik sebagai langkah awal KNCI untuk disampaikan kepada Menkominfo.

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang telah di jabarkan, maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian yang dibahas adalah bagaimana strategi pembentukan

opini publik KNCI terhadap kebijakan pendaftaran nomor ponsel oleh Menkominfo?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi pembentukan opini publik KNCI terhadap kebijakan pendaftaran nomor ponsel oleh Menkominfo.

1.4 Kontribusi penelitian

1.4.1 Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, informasi, dan wawasan dalam bidang ilmu komunikasi, serta dalam bidang kajian teori fungsional, serta pada strategi pembentukan opini publik berdasarkan data-data yang didapat peneliti selama melakukan penelitian ini dan juga sebagai gambaran penelitian selanjutnya yang juga meneliti tentang strategi pembentukan opini publik.

1.4.2 Kontribusi Metodologis

Penelitian ini menghasilkan serta mengembangkan metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan metode penelitian studi kasus tentang muatan strategi pembentukan opini publik yang bersifat deskriptif. Penelitian ini untuk menjelaskan strategi pembentukan opini publik KNCI terhadap kebijakan pendaftaran nomor ponsel yang dilakukan Menkominfo.

1.4.3 Kontribusi Praktis

Diharapkan agar dapat menjadi referensi bagi organisasi dalam membuat konsep pada proses pembentukan opini publik serta mampu menjadi acuan

organisasi pada proses pengambilan keputusan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi seorang Humas dalam upaya meningkatkan citra positif perusahaan atau organisasi bagi publik.

1.4.4 Kontribusi Sosial

Bagaimana penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan kesadaran kepada publik atau masyarakat bahwa ketika ada suatu persoalan yang menyangkut kepentingan publik, publik dapat menjadi mitra sebuah organisasi untuk mengkritisi dan menyampaikan kepentingannya terhadap persoalan tersebut.

1.5 Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi atau hanya berfokus pada strategi pembentukan opini publik oleh yang dilakukan KNCI dan juga penelitian ini berfokus pada kebijakan pendaftaran nomor ponsel yang dilakukan oleh Menkominfo sehingga penelitian ini dapat dilakukan secara lebih mendalam.

1.6 Sistematika Penulisan

Peneliti ingin menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran. Peneliti menyusun proposal skripsi ini secara sistematis agar mudah dipahami yang dibagi dalam tiga bab dengan susunan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti ingin menyampaikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Pada bab ini peneliti ingin menyampaikan tentang paradigma yang digunakan, hakekat komunikasi (pengertian, model, elemen, fungsi, dan konteks komunikasi), kehumasan, komunikasi organisasi, opini publik, KNCI, kebijakan, teori fungsional.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti ingin menyampaikan pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil penelitian opini publik KNCI, penjabaran dan pembahasan mengenai kebijakan pendaftaran nomor Ponsel oleh Menkominfo.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini peneliti memberikan simpulan serta saran-saran guna penelitian selanjutnya atau penelitian sejenisnya.

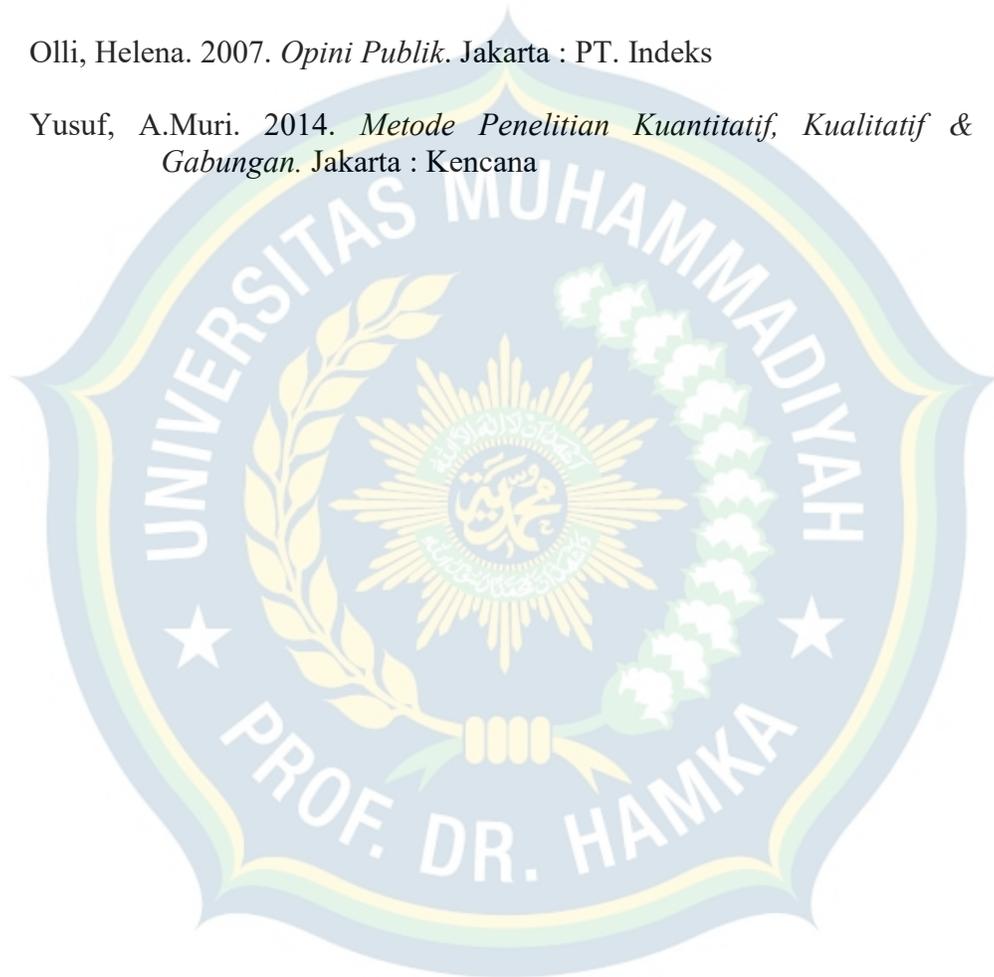
DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdi, Usman Rianse. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Bandung : Alfabeta
- Ajzen, Icek. 2005. *Attitudes, Personality, Behavior*. New York : Two Penn Plaza
- AP, Sumarno. 1990. *Pendapat Umum Dalam Sistem Politik*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Arifin, Anwar. 2010. *Opini Publik*. Depok : Gramata Publishing
- Ardianto, Elvinaro. 2013. *Handbook Of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Arni, Muhammad, 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Assumpta Rumanti, Sr Maria. 2002. *Dasar-dasar Public Relations : Teori dan Praktik*. Jakarta : PT. Grasindo
- _____. 1998. *Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Burhan Bungin. 2006. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo
- _____. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta : Raja Grafindo
- Denzin dan Lincoln. 1994. *Handbook of Qualitative Research*. Diterjemahkan oleh Dariyatno. Terbitan ke-1. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Effendy, Uchjana Onong. 2008. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Fisher, Aubrey. 1990. *Teori-teori dan Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya

- Haryanto A.G, Hartono Ruslijianto, Datu Mulyono. 2000. *Metode Penulisan Penyajian Karya Ilmiah*. Jakarta : EGC
- J. Moleong, Lexy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- M.A. Morissan. 2008. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- _____. 2009. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- _____. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- _____. 2013. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Musfiqon. 2012. *Pengembangan Media Belajar Dan Sumber Belajar*. Jakarta : Prestasi Pustakarya
- Noegroho, Agung. 2010. *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Nugroho Ryant. 2003. *Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Sarosa, Sumiaji. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Indeks
- Sastropetro, Santoso. 1990. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Semiawan, Conny R & Paco. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis Karakteristik dan Kegunaannya*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia

- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta. Agromedia Pustaka
- Soemirat, Soleh & Ardianto. 2002. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Syafiie, Inu Kencana. 2006. *Ilmu Administrasi Publik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Tahir, Arifin. 2014. *Kebijakan Publik dan Transparansi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah*. Bandung : Alfabeta
- Olli, Helena. 2007. *Opini Publik*. Jakarta : PT. Indeks
- Yusuf, A.Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana



Jurnal :

Jurnal Iddarah, Vol 2, No 1, Juni 2018. *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan*

Sumber Internet :

<https://www.foldertekno.com/sejarah-handphone/>, diakses pada 22 April 2018 pukul 23.30

<http://jogja.tribunnews.com/2017/07/19/waspadalah-modus-baru-penipuan-bila-ada-telepon-masuk-dari-nomor-ini-jangan-diangkat>, diakses pada 22 April 2018, pukul 00.27

https://kominfo.go.id/content/detail/10941/kementerian-kominfo-wajibkan-registrasi-ulang-nomor-telepon-seluler-sebelum-28-februari-2018/0/sorotan_media, diakses pada 23 April 2018 pukul 20.45

https://kominfo.go.id/content/detail/12106/kominfo-ini-tahapan-blokir-jika-belum-registrasi-kartu-prabayar/0/sorotan_media, diakses pada 10 Mei 2018, pukul 14.22

<https://tekno.kompas.com/read/2018/04/06/14445167/soal-pembatasan-kartu-sim-tak-hanya-knci-yang-dirugikan-kominfo>, diakses pada 23 April, pukul 21.47

<https://inet.detik.com/telecommunication/d-3679939/diminta-registrasi-ulang-sim-card-begini-reaksi-pengguna>, diakses pada 23 April, pukul 22.50

<https://pakarkomunikasi.com/strategi-komunikasi-dalam-pembentukan-opini-publik>, diakses pada 31 Juli 2018, pukul 21.10

<http://www.knci.info/adart-knci.htm>, diakses pada 1 Juli 2018, pukul 16.50

https://www.kominfo.go.id/content/detail/11138/soal-aturan-registrasi-ulang-sim-card-elsam-beri-masukan-ke-kemenkominfo/0/sorotan_media, diakses pada 3 Juli 2018, pukul 20.30