

Efek Kognitif, Afektif dan Behavioral pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler

Pramelani

Universitas Bina Sarana Informatika Bandung
e-mail: pramelani@gmail.com

Cara Sitasi: Pramelani. (2018). Efek Kognitif, Afektif dan Behavioral pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler. *Komunikasi*, 9(1), 1–7.

Abstract - *In order to avoid criminal offenses through mobile phones, the government as of October 31, 2017 issued a requirement that all prepaid cellular cards be re-registered by sending NIK (Resident Identity Number) and family card to short message number 4444. Therefore, the government conducted a card re-registration campaign prepaid cell in various media. To find out the cognitive, affective, and behavioral effects of the campaign, the researchers distributed questionnaires to respondents who had a cell phone with the accidental sampling method. With quantitative descriptive analysis, it was found that the cognitive effect showed that the information knowledge given in the prepaid cell phone re-registration campaign was accepted by the respondents. However, the appearance of the information presented in the media is still largely considered unattractive by the respondents. And on the affective effect seen that the respondents quite happy, quite yakin and believe in the re-registration program prepaid cellular card. Whereas in behavioral effect, respondents mostly have re-registration action of cellular card. And for those respondents who have not registered prepaid cellular card, still plan to re-register though some of them do not register their cellular card. Respondents are also quite supportive of government campaigns by providing information to others. But most of the respondents did not invite others to participate in re-registration of prepaid cellular card owned.*

Keywords: Campaign, Cognitive Effect, Affective Effect, Behavioral Effect, Mobile Registrastion

PENDAHULUAN

Peristiwa kejahatan melalui alat ponsel bukan merupakan kejadian yang jarang terjadi. Berdasarkan data Direktorat Reserse Kriminal Khusus Polda Metro Jaya disebutkan bahwa terdapat 785 kasus kejahatan siber yang dilaporkan pada tahun 2014 dimana sejumlah 404 kasus penipuan melalui SMS (*Short Message Service*)(Kompas, 2017). Maka, untuk mencegah kriminal tersebut dengan kampanye yang dilakukan oleh pemerintah, masyarakat diwajibkan untuk registrasi ulang kartu seluler prabayar berdasarkan nomor induk kependudukan (NIK) serta kartu keluarga (KK) melalui layanan pesan singkat ke 4444 yang dimulai per 31 Oktober 2017 sampai dengan 28 Februari 2018. Peraturan ini juga telah tercantum pada Permen Kemenkominfo No 14 Tahun 2017 dimana masyarakat yang belum registrasi sampai dengan tanggal 28 Februari akan dilakukan tahapan pemblokiran. Tahapan tersebut yaitu mulai bulan Maret 2018 sudah tidak dapat digunakan layanan telepon dan SMS keluar, selanjutnya pada bulan April 2018 tidak dapat digunakan layanan telepon serta SMS masuk, dan setelah tanggal 01 Mei 2018 pemerintah akan melakukan pemblokiran total. Namun, Ramli (Direktur Jenderal Pos dan Informatika) mengatakan

bahwa masyarakat yang belum registrasi masih diberikan kesempatan untuk mendaftarkan kartu seluler prabayar selama pelaksanaan tahapan pemblokiran tersebut (Haryanto, 2018)

Ketentuan kewajiban registrasi ulang seluler prabayar dengan adanya sanksi pemblokiran tersebut terdapat respon yang pro dan kontra dimana salah satunya dari Wahyudi Djafar, Deputi Direktur Riset ELSAM (Lembaga Studi dan Advokasi Masyarakat) yang berpendapat registrasi kartu seluler prabayar sangat membahayakan serta mengancam data pribadi masyarakat jika pemerintah belum mengeluarkan Undang-Undang Perlindungan data pribadi. Berdasarkan data yang dimiliki oleh ELSAM terdapat 57 negara yang memiliki Undang-Undang (UU) dan sudah memiliki kewajiban registrasi seluler diantaranya adalah Jerman, Malaysia, Mauritius, Norwegia, Afrika Selatan, serta Uni Emirat Arab, sedangkan negara Indonesia termasuk diantar 31 negara yang belum mempunyai UU tetapi sudah mewajibkan registrasi SIM Card selain Brasil, Cina, Mesir, Pakistan, Arab Saudi, Swiss, maupun Zimbabwe.(Adam, 2017)

Kampanye sosialisasi registrasi ulang SIM Card yang diadakan oleh pemerintah disebarakan melalui penyuluhan langsung ke masyarakat, media massa,

media sosial, maupun melalui SMS dari Kemenkominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika). Dan mengenai perlindungan data, masyarakat dihimbau tidak perlu khawatir karena kerahasiaan data tersebut dijamin oleh Undang-Undang sehingga setiap operator seluler wajib mematuhi. Ditegaskan juga oleh Ramli (Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika) apabila operator seluler telah berstandar ISO 27000, maka manajemen informasi akan menjamin kerahasiaan data pelanggan.(Daily, 2018)

Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan riset Efek Kognitif, Afektif, dan Behaviour pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler. Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan "Bagaimana efek Kognitif, Afektif, dan Behaviour pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler?" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Efek Kognitif, Afektif, dan Behaviour pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler.

Dan penelitian ini didasari juga oleh beberapa teori dimana menurut Shannon dan Weaver bahwa komunikasi terfokus pada tujuan sehingga ditujukan untuk mempengaruhi orang lain konsep informasi dalam komunikasi. (Rustan & Hakki, 2017). Dalam komunikasi dikenal dengan adanya komunikasi persuasi. Komunikasi persuasi dilakukan dalam kegiatan kampanye.

Pengertian dari komunikasi persuasi adalah komunikasi yang dilakukan untuk memengaruhi seseorang sehingga terjadi perubahan dalam diri orang. Perubahan tersebut terjadi pada aspek kognitif, afektif dan konatif dimana dijelaskan sebagai berikut:

1. Kognitif berarti terjadi perubahan pemahaman tentang sesuatu yang disampaikan yakni dalam hal pengetahuan dimana dari yang tidak tahu menjadi tahu.
2. Afektif berkaitan dengan keyakinan atau kepercayaan terhadap sesuatu.
3. Konatif merupakan perubahan dalam cara berperilaku atau melakukan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan komunikator dimana ada tindakan atau perilaku nyata.(Alvonco, 2014)

Adapun bentuk-bentuk penyampaian pesan dalam komunikasi persuasi yaitu:

1. *Claim*
Pesan yang disampaikan menggunakan pernyataan, baik tersurat (eksplisit) atau tersirat (implisit) namun dikemas menarik dan mudah diingat
2. *Warrant*

Bentuk penyampaian pesan yang dibuat dalam bentuk ajakan atau bujukan dan tidak terkesan memaksa.

3. *Data*

Penggunaan pesan persuasi dengan menggunakan data-data atau fakta agar dapat memperkuat argumentasi dari pesan yang disampaikan.(Alvonco, 2014)

Sedangkan, pengertian dari Kampanye oleh Ann Gregory (2000) adalah "suatu tindakan yang bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan yang menggunakan berbagai media komunikasi untuk mendapatkan dukungan publik."

Selain itu, menurut Rogers dan Storey terdapat beberapa definisi mengenai kampanye antara lain:

1. Kampanye berarti suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan dalam waktu tertentu untuk mempengaruhi sasaran khalayak.
2. Kampanye komunikasi merupakan tindakan komunikasi terorganisasi yang diarahkan pada khalayak pada periode waktu tertentu untuk mencapai tujuan.
3. Kampanye juga diartikan sebagai pemanfaatan berbagai metode komunikasi yang berbeda secara terkoordinasi dalam periode waktu tertentu bertujuan mengarahkan khalayak pada masalah dan pemecahan. (Liliweri, 2011)

Dalam kegiatan kampanye masuk dalam kategori persuasi propaganda yang berisi informasi dan ajakan dengan tujuan agar pembaca atau pendengar menuruti isi ajakan kampanye tersebut.

Berdasarkan tujuannya, kampanye memiliki dua tipe yakni:

1. *Individual Behavior Change Campaigns* (kampanye perubahan perilaku individu) dimana tujuannya adalah mengubah perilaku individu dengan mengajurkan perilaku baru.
2. *Public Will Campaigns* adalah kampanye yang bertujuan mengubah kebijakan publik yang menekankan pada mobilisasi tindakan publik dalam rangka mengubah kebijakan umum. Kampanye publik berfungsi juga untuk melegitimasi atau membuat menjadi penting masalah social di mata publik agar publik termotivasi untuk berpartisipasi dalam kebijakan melakukan perubahan sosial. (Liliweri, 2011)

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini digunakan analisis deskriptif yang menggambarkan karakteristik utama data dalam pengertian kuantitatif seperti frekuensi, persen, dan rata-rata(Sarwono, 2011). Pengumpulan

data kemudian dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner.

Populasi penelitian ini adalah yang memiliki seluler prabayarpada masyarakat Jakarta. Teknik pengambilan sampel penelitian ini digunakan *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling* atau disebut juga dengan *accidental sampling* dimana anggota populasi sasarannya memenuhi kriteria praktis tertentu, seperti kemudahan aksesibilitas, kedekatan geografis, ketersediaan pada waktu yang diberikan, atau kesediaan berpartisipasi untuk tujuan belajar. (Iker & Musa, Sulaiman Abubakar Alkassim, 2016). Dalam penelitian ini diambil 130 sampel dimana ukuran sampel yang baik yaitu antara >100 – 500 serta ditambahkan 30% dari minimum 100 sampel agar terhindar dari responden yang tidak mau menjawab. (Sarwono, 2011)

Dan dalam menganalisa data menggunakan program Microsoft Office Excel 2017.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut data profil responden sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	64	49,2
2	Perempuan	66	50,8
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Tabel di atas adalah jumlah responden yang diperoleh adalah 130 orang dimana jumlah laki-laki sebanyak 64 orang (49,2%) dan 66 orang (50,8%) berjenis kelamin perempuan. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

Tabel 2. Pemilikan Nama-Nama Kartu Seluler Prabayar

No.	Nama Kartu Seluler Prabayar	Jumlah	Persentase
1	Telkomsel	57	29,1
2	Indosat	45	23,0
3	XL	38	19,4
4	Smartfren	6	3,1
5	Three	40	20,4
6	Axis	10	5,1
Jumlah		196	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Jumlah pemilikan kartu seluler prabayar pada tabel 2 menunjukkan angka terbanyak didominasi oleh pemegang kartu seluler prabayar Telkomsel (29,1 %) dan disusul oleh Indosat sebesar 23%. Nama kartu seluler Three berada di posisi ketiga (20,4%).

Sedangkan XL dimiliki responden berjumlah 38 orang (19,4%), AXIS sebanyak 10 orang (5,1%), dan SMARTFREN diperoleh 6 orang (3,1%).

Tabel 3. Jumlah Kartu Seluler Prabayar

No.	Jumlah Kartu Seluler	Jumlah	Persentase
1	1	56	43,1
2	2	63	48,5
3	3	11	8,5
4	> 3 (lebih dari 3)	0	0,0
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Tabel di atas disebutkan bahwa terdapat 48,5% (63 orang) responden yang memiliki jumlah kartu seluler prabayar lebih dari satu yakni 2 (dua) kartu. Responden yang memiliki satu kartu seluler prabayar sebanyak 43,1% (56 orang). Dan sisanya, pemilikan kartu seluler prabayar

Efek Kognitif

Tabel 4. Pengetahuan Kampanye Kominfo Mengenai Registrasi Kartu Seluler Prabayar

No.	Pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	Mengetahui	97	74,6
2	Tidak Mengetahui	33	25,4
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Tabel 4 dapat terlihat bahwa sebesar 74,6% (97 orang) mengetahui kampanye registrasi kartu seluler prabayar yang dilakukan oleh kominfo. Sedangkan, responden yang tidak mengetahui adanya kampanye registrasi kartu seluler prabayar berjumlah 25,4% (33 orang). Jika dilihat demikian, pengetahuan masyarakat sangat cukup terhadap kampanye yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Tabel 5. Pengetahuan Informasi Cara Registrasi Kartu Seluler Prabayar

No.	Pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	Mengetahui	101	77,7
2	Tidak Mengetahui	29	22,3
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pengetahuan informasi masyarakat pemilik seluler prabayar terhadap cara registrasi ulang sangat cukup diketahui yakni sebesar 77,7% (101 orang) dimana registrasi yang benar sesuai data kependudukan dengan menggunakan Nomor NIK (Nomor Induk

Kependudukan) dan Nomor KK (Kartu Keluarga) lewat cara SMS ketik NIK#Nomor KK# yang kemudian dikirim ke 4444. Sedangkan, hanya 22,3% (29 orang) yang tidak mengetahui cara registrasi ulang kartu prabayar seluler.

Tabel 6. Pengetahuan Informasi Tujuan Pemerintah Registrasi Kartu Seluler Prabayar

No.	Pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	Mengetahui	82	63,1
2	Tidak Mengetahui	48	36,9
	Jumlah	130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Tabel 6 menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai informasi tujuan pemerintah registrasi kartu seluler prabayar sebanyak 63,1% (82 orang) mengetahui tujuan dari peraturan yang dibuat oleh Kominfo yakni mengurangi penyalahgunaan nomor pelanggan prabayar yang digunakan untuk penipuan, penyebaran konten negatif atau *hate speech*. Sedangkan yang tidak mengetahui informasi tujuan pemerintah terhadap registrasi ulang kartu seluler prabayar berjumlah 48 orang atau 36,9%.

Tabel 7. Pengetahuan Informasi Jumlah Maksimal Pendaftaran Nomor Kartu Seluler Prabayar

No.	Pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	Mengetahui	46	35,4
2	Tidak Mengetahui	84	64,6
	Jumlah	130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Tabel 7 terlihat bahwa hanya 35,4% atau 46 responden yang memiliki pengetahuan informasi mengenai jumlah maksimal pendaftaran nomor kartu seluler. Jumlah operator seluler yang didaftarkan adalah maksimal tiga dengan nomor yang sama atau berbeda-beda. Jika pelanggan membutuhkan lebih dari tiga nomor, maka hanya dapat registrasi di gerai penyedia pelayanan

Tabel 8. Pengetahuan Informasi Dampak Tidak Melakukan Registrasi Kartu Seluler Prabayar

No.	Pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	Mengetahui	94	72,3
2	Tidak Mengetahui	36	27,7
	Jumlah	130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Tabel 8 diketahui bahwa sebanyak 94 orang (72,3%) telah mengetahui dampak jika tidak melakukan registrasi kartu seluler prabayar yakni akan diberikan sanksi pemblokiran nomor secara bertahap oleh pemerintah. Sedangkan yang tidak mengetahui tentang dampak tersebut hanya sebesar 36 orang (27,7%).

Tabel 9. Sumber Informasi Kampanye Kominfo Mengenai Registrasi Kartu Seluler Prabayar

Sumber Informasi			
No.	Pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	TV	40	24,1
2	Radio	2	1,2
3	Media Cetak	1	0,6
4	Media Berita Online	16	9,6
5	Media Sosial	41	24,7
6	Media Chatting	66	39,8
	Jumlah	166	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Tabel 9 menunjukkan kampanye registrasi banyak diketahui melalui media *chatting* seperti SMS dari KOMINFO, *Whatsapp* ataupun *line* yaitu sebesar 66 responden atau 39,8%. Dan pada urutan kedua yakni melalui media social sebanyak 41 responden atau 24,7 %. Dan 40 responden atau 24,1% diperoleh melalui TV. Sisanya, program registrasi ulang kartu seluler didapatkan dari media online seperti kompas.com, detik.com, liputan6.com, line today, ataupun yahoo.com; radio; dan media cetak.

Tabel 10. Kemenarikan Penampilan Informasi Kampanye Kominfo Mengenai Registrasi Kartu Seluler Prabayar

No.	Pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	Menarik	55	42,3
2	Tidak Menarik	75	57,7
	Jumlah	130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Pada tabel 10 tercantum sejumlah 75 responden atau 57,7% mengatakan bahwa informasi yang ditampilkan menarik. Sedangkan, sisanya mengatakan tidak menarik informasi yang ditampilkan mengenai registrasi kartu seluler prabayar.

Tabel 11. Informasi Kampanye Kominfo Mengenai Registrasi Kartu Seluler Prabayar di Media sebagai Kebutuhandi Media

No.	Pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	Ya	99	76,2
2	Tidak	31	23,8
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Informasi kampanye Kominfo (Komunikasi dan Informatika) menunjukkan bahwa responden memang membutuhkan informasi tersebut terlihat di tabel 11 sebanyak 99 responden atau 76,2%. Sisanya berjumlah 23,8% atau 31 responden yang menjawab pengetahuan mengenai registrasi kartu seluler prabayar adalah tidak sebagai kebutuhan.

Tabel 12. Pengetahuan Memadai Registrasi Kartu Seluler Prabayar

No.	Pengetahuan	Jumlah	Persentase
1	Kurang Memadai	42	32,3
2	Cukup Memadai	79	60,8
3	Sangat Memadai	9	6,9
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Berdasarkan tabel 12 sebanyak 79 responden atau 60,8% menunjukkan kampanye registrasi kartu seluler prabayar yang dilakukan oleh pemerintah, informasi yang disajikan cukup memadai. Dan, 9 responden atau 6,9% merespon bahwa informasi yang disampaikan oleh pemerintah sangat memadai. Namun, sebesar 42 responden atau 32,3% menjawab kurang memadai informasi yang didapat mengenai registrasi kartu seluler prabayar.

Efek Afektif

Tabel 13. Perasaan Senang Terhadap Program Regulasi Registrasi Kartu Seluler Prabayar dalam Keamanan

Perasaan Senang terhadap Program Regulasi Registrasi Kartu Seluler Prabayar dalam Keamanan			
No.	Perasaan Senang terhadap Registrasi Kartu Seluler Prabayar dalam Keamanan	Jumlah	Persentase
1	Tidak Senang	33	25,4
2	Cukup Senang	80	61,5
3	Sangat Senang	17	13,1
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Program regulasi registrasi ulang kartu seluler prabayar yang ditetapkan oleh pemerintah mengenai keamanan terlihat responden merasa cukup senang yakni sebesar 80 orang atau 61,5%. Dan, sebanyak 17 responden atau 13,1% merasa sangat senang. Sedangkan, responden yang merasa tidak senang karena keamanan dari registrasi ulang kartu seluler prabayar yang wajib mencantumkan Nomor Induk Kependudukan (NIK) dan nomor Kartu Keluarga (KK) ke layanan pesan singkat di nomor 4444 adalah berjumlah 33 responden atau 25,4%.

Tabel 14. Perasaan Nyakin & Percaya terhadap Jaminan Kerahasiaan Data Pribadi Registrasi Kartu Seluler Prabayar

No.	Perasaan Nyakin & Percaya terhadap Jaminan Kerahasiaan Data Pribadi	Jumlah	Persentase
1	Tidak nyakin & Tidak Percaya	45	34,6
2	Cukup nyakin & percaya	74	56,9
3	Sangat nyakin & percaya	11	8,5
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Berdasarkan tabel 14 diketahui bahwa 74 orang atau 56,9% responden merasa cukup nyakin dan percaya bahwa pemerintah menjamin sepenuhnya kerahasiaan data pribadi pelanggan dalam registrasi kartu seluler prabayar. Responden yang menjawab sangat nyakin dan percaya berjumlah 11 orang atau 8,5%. Sedangkan, responden yang menyatakan tidak nyakin dan tidak percaya sebesar 45 orang atau 34,6%.

Efek Behavioral

Tabel 15. Tindakan Melakukan Registrasi Kartu Seluler Prabayar

Tindakan Melakukan Registrasi Prabayar Seluler			
No.	Tindakan Melakukan Registrasi Prabayar Seluler	Jumlah	Persentase
1	Sudah	75	57,7
2	Belum	55	42,3
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Pada tabel 15 menunjukkan bahwa sebanyak 75 responden atau 57,7% telah melakukan tindakan registrasi ulang kartu seluler prabayar. Sedangkan 55 responden atau 42,3% belum melakukan registrasi ulang kartu seluler prabayar.

Tabel 16. Tindakan Melakukan Registrasi Kartu Seluler Prabayar bagi yang Belum

No.	Melakukan Registrasi Kartu Seluler Prabayar bagi yang Belum	Jumlah	Persentase
1	Ya	48	87,3
2	Tidak	7	12,7
Jumlah		55	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Pada Tabel 16 bagi yang belum registrasi terlihat sejumlah 48 responden atau 87,3% responden akan tetap melakukan registrasi ulang kartu prabayar. Dan 7 responden atau 12,7% menjawab tidak melakukan registrasi ulang dikarenakan ada yang belum mengerti caranya registrasi ulang, serta ada yang belum sempat untuk mendaftar.

Tabel 17. Dukungan Kampanye Registrasi Kartu Seluler Prabayar dengan Pemberian Informasi

No.	Dukungan Kampanye dengan memberikan informasi registrasi ulang Kartu Seluler Prabayar	Jumlah	Persentase
1	Tidak Mendukung	43	33,1
2	Cukup Mendukung	63	48,5
3	Sangat Mendukung	24	18,5
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Kampanye registrasi ulang kartu seluler prabayar cukup didukung oleh 63 responden atau 48,5% dengan memberikan informasi ke orang lain. Dan, sebanyak 24 responden atau 18,5% menunjukkan sangat mendukung program kampanye tersebut. Namun, 43 responden atau 33,1% tidak mendukung dengan tidak membagikan informasi kampanye registrasi ulang kartu seluler prabayar

Tabel 18 Partisipasi Mengajak Orang Lain Melakukan Registrasi Kartu Seluler Prabayar

No	Partisipasi Mengajak Orang Lain Melakukan Registrasi Kartu Seluler Prabayar	Jumlah	Persentase
1	Mengajak	57	43,8
2	Tidak mengajak	73	56,2
Jumlah		130	100,0

Sumber : olah data penulis, 2018

Pada Tabel 18 menunjukkan bahwa 73 responden atau 56,2% tidak mengajak orang lain untuk melakukan registrasi ulang prabayar. Sedangkan, 57 responden atau 43,8% mengajak orang lain melakukan registrasi kartu seluler prabayar

KESIMPULAN

Kampanye registrasi ulang kartu seluler yang diadakan oleh pemerintah per tanggal 31 Oktober 2017 mengeluarkan ketentuan bahwa semua kartu seluler prabayar harus registrasi ulang dengan mengirimkan NIK dan kartu keluarga. Dengan menyebarkan kuesioner kepada 130 responden untuk mengetahui Efek Kognitif, Afektif, dan *Behaviour* pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler. Kemudian, hasil yang diperoleh dengan analisa deskriptif kuantitatif menunjukkan pada efek kognitif bahwa pengetahuan informasi yang diberikan dalam kampanye cukup diterima oleh responden. Namun, penampilan informasi yang disajikan sebesar 57,7% dianggap tidak menarik oleh responden.

Dan pada efek afektif terlihat bahwa responden cukup senang, cukup nyakin serta percaya terhadap program registrasi ulang kartu seluler prabayar karena pemerintah memberikan keamanan juga menjamin kerahasiaan data-data pribadi masyarakat yang telah dikirimkan.

Sedangkan pada efek *behavioral*, reesponden sudah melakukan registrasi ulang kartu seluler sebanyak 57,7% dan sisanya yang belum mendaftar sebanyak 87,3% berencana akan melakukan registrasi ulang. Responden cukup mendukung terhadap kampanye pemerintah tersebut dengan memberikan informasi kepada orang lain mengenai program tersebut. Namun sebanyak 56,2%, responden tidak mengajak orang lain untuk turut registrasi ulang kartu seluler prabayar yang dimiliki.

Dari kesimpulan tersebut dapat disarankan sebagai berikut:

1. Disarankan agar program kampanye dapat dibuat semenarik mungkin supaya masyarakat tanpa terkecuali dapat memahami apa yang ingin disosialisasikan. Salah satunya dengan adanya gambar atau ilustrasi yang menarik disamping tulisan berupa kata-kata yang menarik yang dapat dimengerti oleh khalayak.
2. Dalam isi pesan kampanye disarankan terdapat juga ajakan untuk mengajak orang lain untuk registrasi ulang kartu seluler prabayar agar target sasaran yang dituju dari kampanye ini dapat berhasil.
3. Dalam isi pesan kampanye seharusnya memaparkan lebih jelas mengenai maksimal jumlah registrasi kartu seluler prabayar yang dapat

- didaftarkan melalui sumber kampanye manapun agar masyarakat mengetahui lebih detail.
4. Program kampanye registrasi tersebut disarankan memberikan paparan-paparan yang lebih jelas terhadap manfaat atau keuntungan jika registrasi ulang ke pesan singkat 4444.
 5. Pemerintah diharapkan sosialisasi lagi lebih jelas dan transparan untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada masyarakat mengenai jaminan keamanan dari data-data pribadi yang dikirimkan.
 6. Semua operator seluler diharapkan mempunyai keamanan data yang memenuhi standar ISO 27001 agar data pelanggan terjamin.
 7. Bagi yang belum dapat berhasil registrasi ulang kartu SIM (*Subscriber Identity Module*) prabayar seharusnya dapat dicarikan solusi secara mudah atau dibantu oleh pemerintah jika prosedur registrasi sudah sesuai dilakukan yakni masukkan NIK (Nomor Identitas Kependudukan) dan kartu keluarga.

REFERENSI

- Adam, A. (2017). Registrasi SIM Card dan Tren Dunia Melindungi Data Pribadi. *Tirto.id*. Retrieved from <https://tirto.id/registrasi-sim-card-dan-tren-dunia-melindungi-data-pribadi-cyVN>
- Alvonco, J. (2014). *Practical Communication Skill (pertama)*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Daily, I. (2018). Registrasi Kartu Prabayar Diyakini Tembus 200 Juta. *Investor Daily Indonesia*. Retrieved from <http://id.beritasatu.com/home/registrasi-kartu-prabayar-diyakini-tembus-200-juta/171641>
- Haryanto, A. T. (2018). Kominfo: SIM Card Hari Ini Belum Daftar Besok Diblokir. *detikInet*. Retrieved from https://inet.detik.com/telecommunication/d-3890416/kominfo-sim-card-hari-ini-belum-daftar-besok-diblokir?_ga=2.49854310.1375786353.1520324691-1971970628.1517797321
- Ilker, E., & Musa, Sulaiman Abubakar Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5 No. 1, 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Kompas. (2017). Lebih Aman dan Nyaman Setelah Registrasi Kartu Prabayar. *Kompas*. Retrieved from https://kompas.id/baca/adv_post/lebih-aman-dan-nyaman-setelah-registrasi-kartu-prabayar/
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). Pengantar Ilmu Komunikasi - Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki - Google Buku. In *Pengantar Ilmu Komunikasi* (1st ed., p. 29). Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ezk2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=definisi+komunikasi&ots=b_S_4Ovtjo&sig=rVERi4T6wUraW53jmEv-MPzfaoQ&redir_esc=y#v=onepage&q=definisi+komunikasi&f=false (15 Maret 2018)
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Methods: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

PROFIL PENULIS

Pramelani, lulusan Magister Manajemen (MM) Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika Bandung tahun 2015 dan selalu aktif dengan kegiatan seminar, pengajaran, penulisan buku, kegiatan keorganisasian serta olahraga.