

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Sosialisasi program registrasi Kartu Prabayar oleh DEPKOMINFO (Departemen Komunikasi dan Informatika)

Siti Eka Nurfitri

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=38985&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada tanggal 28 Oktober 2005, Depkominfo mengeluarkan PerMen No.231M.KOMINFO/I012005 tentang Registrasi Prabayar. Karen Registrasi Prabayar dianggap suatu hal bare (inovasi) bagi masyarakat Indonesia, maka penelitian ini tertuju pada bagaimana dan seperti apa proses sosialisasi yang dilakukan oleh Depkominfo, kemudian sejauh mana peran Public Relations Ditjen Poste! Depkominfo dalam rangka difusi inovasi program registrasi prabayar kepada masyarakat.

Inovasi adalah gagasan, tindakan atau sesuatu yang dianggap bare oleh seseorang. "Baru" tidak berarti hams bar' sarna sekali, mungkin telah lama diketahui oleh seseorang beberapa waktu yang lalu, tetapi is belum mengambil sikap sukaltidak suka, apakah menerimalmenolaknya. Ide bare yakni registrasi prabayar tersebut dapat disebariaskan atau disos&alisasikan melalui mass media maupun saluran-saluran antar personal Rogers dan Shoemaker mengungkapkan, salah satu saluran komunikasi yang penting adalah media massa dan mengasurnsikan bahwa media massa memiliki efek yang berbeda-beda pada titik-titik waktu yarig berlinaar., mulai dari menimbulkan pengetahuan sampai ke mempengaruhi adopsi (penerimaart) atau terjadi rejection (penolakan)_

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan memaparkan situasi atau perisliwa secara objektif, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Dal= penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan penulis dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Dalam penelitian difusi ini penulis menyimpulkan bahwa sosialisasi melalui saluran media massa lebih berdaya guna untuk rnenciptakan pengenalan terhadap suatu ide bare, sedangkan komunikasi antar personal lebih penting dalam pembentukan sikap terhadap inovasi. Sesungguhnya pemerintah dan Para operator telekomunikasi sudah cukup intensif rnelakukan program sosialisasi. Berdasarkan data terakhir Registrasi Prabayar yang didapat peneliti dari Ditjen Poste! pada posisi 6 Juli 2006, dari 53.116.156 pelanggan prabayar, sebanyak 49.958.387 atau 94,05% telah terregistrasi.

Ditjen Postal Depkominfo sebaiknya tidak menutup mata mengenai masih adanya pelanggan prabayar yang enggan melakukan registrasi. Hal tersebut dikarenakan masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui tentang esensi registrasi prabayar. Baik tentang alasan diberlakukannya peraturan tentang registrasi prabayar, terlalu rumitnya prosedur registrasi hingga kekhawatiran penyatahgunaan identitas tersebut oleh pihakpihak terkait Akhimya, Program Registrasi Prabayar yang merupakan suatu inovasi ini akan menjadi suatu keharusan dan berlangsung terus-menerus hingga (mungkin) Iahimya peraturan bare yang akan menyempumakannya.