

Pemetaan Isu & Strategi KOL Komunikasi Publik Komdigi

Perspektif Masyarakat, Hasil Nyata,
dan Kandidat Penggerak Pesan



Judol



Konektivitas



PP TUNAS



Biometrik



Perlinsos
Digital

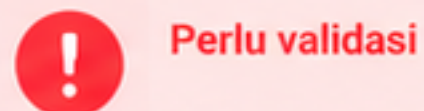


JUDOL

Makin Sulit Bergerak, Masyarakat Makin Terlindungi

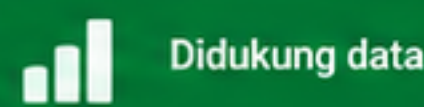
Angle isu • Strategi pesan • Pertanyaan publik • Brief konten • KOL

ANGLE ISU



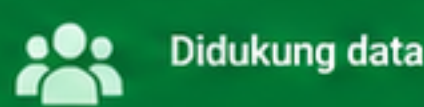
Perlu validasi

Sekarang tidak semudah dulu: mau masuk harus isi macam-macam, nomor rekening tidak langsung keluar, dan seterusnya.



Didukung data

Upaya sudah dan terus dilakukan. Belum hilang semua, tetapi ada perbaikan.



Didukung data

Penanganan judol adalah kolaborasi bersama (PPATK, APH, dan lainnya).

AUDIENS & MASALAH

Pengguna internet usia produktif & keluarga terdampak

"Kenapa judol sekarang makin sulit bergerak?"



BUKTI & DATA

Okt 2024 – Jul 2026: 3,7 juta situs/konten ditindak; ±38 ribu rekening dilaporkan; ±32.500 ditutup (Menkomdigi, 16 Jul 2026). Kepemilikan SIM dibatasi 3 nomor per NIK.

Angka ini menunjukkan PPATK belum konsisten antar-rilis – jangan dipakai dulu.

Sumber: [industry.co.id](https://www.industry.co.id) • [detikinet](https://www.detikinet) • [PPATK Rp155 T](https://www.ppatk.go.id) • [PPATK Rp286,8 T](https://www.ppatk.go.id)

PESAN UTAMA

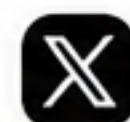
JUDOL MAKIN SULIT BERGERAK KARENA EKOSISTEMNYA IKUT DIPUTUS.

Keunggulan: Yang diputus adalah ruang gerak ekosistemnya.

PERAN & TONALITAS PLATFORM



INSTAGRAM – Explainer ekosistem (akses → rekening → penindakan), dibawa cerita keluarga terdampak.
Tonalitas: faktual • konkret • empatik • tidak defensif.



X – Klarifikasi angka dan kanal aduan konten secara cepat, selalu dengan sumber resmi.
Tonalitas: lugas • responsif.

PERTANYAAN PUBLIK → ARAH JAWABAN



"Kok situs judol masih gampang ditemukan?"
→ Aku masih ada. Tunjukkan yang berubah: jalur uang, rekening penampung, dan nomor makin sempit.



Angka PPATK berbeda-beda (Rp155 T s.d. Q3 2025 vs Rp286,8 T setahun 2025)
→ Sepakati satu angka resmi dan metodologinya dengan PPATK sebelum dipakai di konten.



Promosi judol lewat influencer dan konten media sosial
→ Arahkan ke kanal aduan konten; tampilkan kerja sama dengan platform.



Keluarga pemain tidak tahu harus minta tolong ke mana
→ Sertakan rujukan layanan pemulihan (kanal perlu divalidasi).

KOL / PAKAR



KOL 1

Ferry Irwandi
Edukasi publik; independen/kritis



KOL 2

Raymond Chin
Edukasi finansial (Ternak Uang)



KOL 3

David Alfa Sunarna
Tech & UMKM

BRIEF KONTEN

"Pintu yang Makin Sempit"

- Naik:** 10 Okt 2026 (usulan) – Hari Kesehatan Jiwa Sedunia
- Platform:** Instagram • Reels audio story 60–90 detik (identitas disamarkan)
- Pilar:** Edukasi
- Hook:** "Dulu link judol datang sendiri ke HP suami saya."
- Satu pesan:** Yang berubah adalah jalur akses dan uangnya.
- Format kreatif:** Audio story + ilustrasi pintu yang tertutup satu per satu.
- CTA:** Simpan & bagikan ke keluarga.

KONEKTIVITAS

Dari Sulit Terhubung, Menjadi Bisa Mengakses Peluang

Angle isu • Strategi pesan • Pertanyaan publik • Brief konten • KOL



ANGLE ISU



Perlu validasi

Internet murah.



Perlu validasi

Internet cepat.



Didukung data

Kampung Internet.



Didukung data

Pemerataan konektivitas:
dulu tidak ada sinyal, sekarang ada.



AUDIENS & MASALAH

Warga di wilayah yang dulu sulit terhubung.

“Kalau internet sudah ada, lalu apa?”



BUKTI & DATA

Kampung Internet: 1.194 titik di 20 desa, 5 provinsi; fiber 196 km; internet rumah gratis 12 bulan; +87 titik di Sragen. Cakupan seluler 98,9% wilayah berpenduduk (Sep 2026).



Target 2.500 desa blank spot pada 2026: capaian akhir belum ada.

Sumber: [detikNet](#) • [Selular \(Sragen\)](#) • [Selular \(cakupan\)](#) • [Bisnis \(target\)](#)



PESAN UTAMA

DARI SULIT TERHUBUNG, MENJADI BISA MENGAKSES PELUANG.

Keunggulan: Bukan hanya sinyal, tetapi jaringan yang dirawat warga.

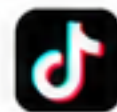


PERAN & TONALITAS PLATFORM



INSTAGRAM — Cerita warga: internet → usaha, belajar, layanan desa.

Tonalitas: hangat • konkret • bangga tanpa seremonial.



TIKTOK — Kisah UMKM dan siswa SMK desa dengan jawaban eksplisit di dalam video (TikTok dipakai sebagai mesin pencari).

Tonalitas: gaya kreator • ringan • jelas.



PERTANYAAN PUBLIK → ARAH JAWABAN



“Desa saya masih blank spot.”

→ Sediakan kanal pelaporan lokasi; jelaskan pembagian peran pusat (3T) dan operator (non-3T).



Apa yang terjadi setelah 12 bulan internet gratis berakhir?

→ Jelaskan skema lanjutan (perlu validasi Ditjen Infrastruktur Digital).



“Internet 100 Mbps Rp100 ribu, mana?”

→ Masih rencana lewat frekuensi 1,4 GHz. Jangan dijanjikan sebelum layanan tersedia.



Konten selama ini didominasi seremoni peresmian.

→ Ganti dengan cerita warga dan bukti aktivitas (pesanan, kelas daring, layanan desa).



KOL / PAKAR



KOL 1

David Alfa Sunarna

Tech, digitalisasi, UMKM



KOL 2

Dedy Irvan

Consumer technology



BRIEF KONTEN

“Dari Rumah Sendiri”



Naik: 28 Okt 2026 (usulan) — Hari Sumpah Pemuda, angle siswa SMK



Platform: Instagram (potongan ke TikTok) • Reels mini-dokumenter 60–90 detik



Pilar: Inspirasi



Hook: “Dulu cari sinyal harus ke kantor desa.”



Satu pesan: Internet desa membuka peluang usaha dan kerja.



Format kreatif: Dua tokoh, before/after di lokasi nyata.



CTA: Tag teman / bagikan.

PP TUNAS

Ruang Digital Lebih Aman, Orang Tua Lebih Punya Pegangan

Angle isu · Strategi pesan · Pertanyaan publik · Brief konten · KOL



Konten sesuai usia

Akun lebih aman

Pengaturan lebih mudah

ANGLE ISU



Contoh narasi

Momfluencer bercerita: sejak ada PP Tunas, anak yang tadinya nonton terus sekarang lebih sering baca buku.



Fakta + narasi

Roblox tidak lagi punya fitur chat dengan orang asing, sehingga anak minta ibunya menemani main.

AUDIENS & MASALAH

Orang tua anak usia SD–SMP pengguna platform digital

“Apa yang sebenarnya berubah di aplikasi anak saya?”



BUKTI



PP 17/2025 berlaku 28 Mar 2026; 8 platform risiko tinggi. Roblox: verifikasi usia, tanpa chat untuk 5–12 th, tanpa chat orang asing untuk 13–15 th, ada screen time. 252 profil layanan dari 94 PSE sudah self-assessment (6 Sep 2026).



Data perubahan perilaku anak belum ada.

Sumber: [Katadata \(Roblox\)](#) · [Bisnis.com \(252 PLF\)](#)

PESAN UTAMA

RUANG DIGITAL LEBIH AMAN, ORANG TUA LEBIH PUNYA PEGANGAN.

Keunggulan: Perlindungan dibangun di dalam platform.

PERAN & TONALITAS PLATFORM



INSTAGRAM — Parenting story dan “apa yang berubah di aplikasi anak”, kolaborasi dengan kreator orang tua.
Tonalitas: hangat · relatable · tidak menggurui.



FACEBOOK GRUP — Panduan langkah demi langkah untuk orang tua; menjawab pertanyaan komunitas (Group Ask/Forum).
Tonalitas: sabar · praktis.

PERTANYAAN PUBLIK → ARAH JAWABAN



Bagaimana cara verifikasi usia dan mengatur akun anak?
→ Buat tutorial per platform; cek ulang fitur sebelum produksi karena bisa berubah.



Anak protes, akunnya dinonaktifkan
→ Akui rasa kesal anak; jelaskan alasan pembatasan dan ajak orang tua mendampingi.

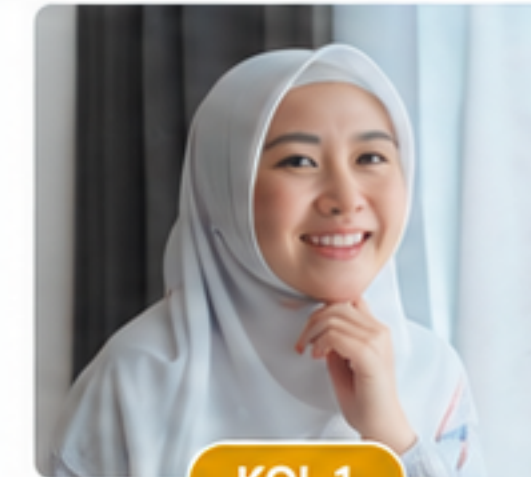


Khawatir privasi verifikasi wajah anak
→ Jelaskan standar perlindungan data (jawaban resmi perlu divalidasi).



“Apakah WhatsApp juga diatur?”
→ Ya — Komdigi menyatakan semua PSE, termasuk WhatsApp, objek PP Tunas (Mei 2026).

KOL



KOL 1

Vendryana (Ibu Ubi)

Kreator; profil perlu dilengkapi



KOL 2

Nova Nayla

Digital parenting

BRIEF KONTEN

“Yang Berubah di Rumah Kami”



Naik: 20 Nov 2026 (usulan) — Hari Anak Sedunia



Platform: Instagram (collab post kreator) + versi panduan di Facebook · Reels 45–60 detik gaya keseharian



Pilar: Inspirasi



Hook: “Ada yang berubah di aplikasi anak saya.”



Satu pesan: Perlindungan anak kini dibangun di dalam platform.



Format kreatif: Day-in-the-life keluarga + Vendryana (Ibu Ubi) (data anak diburamkan).



CTA: Cek pengaturan akun & bagikan.

BIOMETRIK

Identitas Lebih Kuat Terverifikasi, Keamanan Sistem Harus Menyertainya

Angle isu • Strategi pesan • Pertanyaan publik • Brief konten • KOL

ANGLE ISU



Didukung data

Daftar jadi cepat, dan tidak
segampang dulu mendaftarkan
nomor telepon.



Perlu validasi

Seharusnya berpengaruh pada
berkurangnya penipuan/scam.

AUDIENS & MASALAH

Pengguna kartu SIM & pembeli
nomor baru

"Apa yang lebih sulit dilakukan
ketika identitas harus diverifikasi
dengan wajah?"

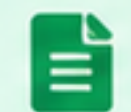


BUKTI & DATA



Permenkomdigi 7/2026: SIM baru wajib verifikasi
wajah sejak 1 Jul 2026.

Kemkomdigi: proses "jauh lebih cepat" dibanding NIK + KK.
Alfons Tanujaya: "NIK tidak bisa disalahgunakan lagi"
(Bisnis.com, 27 Jan 2026).



Nomor lama masih sukarela; belum ada data
dampak ke scam.

Sumber: [Bisnis \(Permen\)](#) • [ANTARA](#) • [Bisnis \(Alfons\)](#) • [Metro TV](#)

PESAN UTAMA

**IDENTITAS LEBIH KUAT
TERVERIFIKASI, KEAMANAN
SISTEM HARUS MENYERTAINYA.**

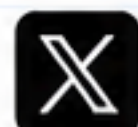
Keunggulan: Identitas lebih kuat, dengan
catatan keamanan yang jujur.



PERAN & TONALITAS PLATFORM



TIKTOK — Jawaban untuk pencarian "cara registrasi SIM biometrik"
dan "kenapa harus scan wajah"; balas komentar dengan video.
Tonalitas: ringan • edukatif • tidak promosi.



X — Klarifikasi cepat soal privasi data wajah dan hoaks.
Tonalitas: faktual • responsif.

PERTANYAAN PUBLIK → ARAH JAWABAN



"Nomor lama saya wajib registrasi ulang?"
→ Belum wajib; sukarela (Komdigi, 7 Jul 2026).



Data wajah disimpan di mana? Aman tidak?
→ Butuh jawaban resmi soal penyimpanan dan perlindungan
data sebelum kampanye.



Penipu masih memakai nomor lama
→ Jujur: kebijakan berlaku untuk nomor baru; evaluasi untuk
nomor lama sedang berjalan.



Antre atau sulit di gerai; lansia; WNA
→ Panduan registrasi per operator; sebut opsi bantuan.

KOL / PAKAR



KOL 1
Dedy Irvan
Consumer technology



KOL 2
Marcel
Judodihardjo
Cloud security



KOL 3
Teguh Aprianto
Keamanan siber &
data pribadi

BRIEF KONTEN

"Nomor Atas Namamu, Ya Kamu"

Naik: Minggu 1 Nov 2026 (usulan) — 4 bulan setelah berlaku

Platform: TikTok (cross-post Reels) • Video explainer
45 detik + balasan komentar via video

Pilar: Edukasi

Hook: "NIK kamu pernah dipakai orang buat daftar nomor?"

Satu pesan: Data curian tak lagi cukup untuk aktifkan nomor.

Format kreatif: Animasi before/after + uji coba Dedy Irvan.

CTA: Tulis pertanyaan di komentar.

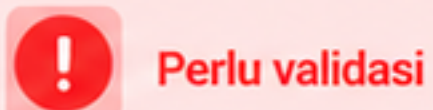
SPLP / PERLINSOS

Data yang Lebih Terintegrasi, Layanan Lebih Tepat

Angle isu • Strategi pesan • Pertanyaan publik • Brief konten • KOL

- ✓ Data terintegrasi
- ✓ Daftar lebih mudah
- ✓ Cek status
- ✓ Layanan lebih tepat

ANGLE ISU



Perlu validasi

Dengan adanya SPLP, data bisa lebih tepat sasaran.



Perlu validasi

Tidak perlu bawa berkas lagi.

AUDIENS & MASALAH

Calon & penerima bansos di lokasi uji coba

"Apa yang lebih mudah ketika data sudah terintegrasi?"



BUKTI & DATA



Uji coba Banyuwangi sejak Sep 2025; diperluas ke 42 kab/kota mulai Jun 2026; >6.100 KK mendaftar dibantu >700 agen (16 Jun 2026). Data dipertukarkan via SPLP tetap di instansi pemilik.



Ketepatan sasaran, "tanpa berkas", dan detail SPLP: perlu validasi (tim Ekomed).

Sumber: [IDX Channel](#) • [Investortrust](#) • [Katadata \(60%\)](#)

PESAN UTAMA

DATA YANG LEBIH TERINTEGRASI DAPAT MEMBUAT LAYANAN LEBIH TEPAT.

Keunggulan: Warga bisa daftar, cek status, dan sanggah sendiri.



PERAN & TONALITAS PLATFORM



FACEBOOK — Perjalanan satu keluarga: daftar → verifikasi → status → sanggah; menjangkau penerima yang usianya lebih tua. Tonalitas: *sederhana* • *transparan* • *tidak menghakimi*.



INSTAGRAM — Carousel tutorial dan peringatan penipuan OTP. Tonalitas: *jelas* • *mengingatkan*.

PERTANYAAN PUBLIK → ARAH JAWABAN



Bagaimana cara daftar dan siapa yang bisa membantu?
→ Tutorial portal + peran agen pendamping di desa/kelurahan.



Penipuan link dan OTP berkedok bansos digital
→ Peringatan rutin: petugas tidak pernah meminta OTP.



"Kenapa saya dicoret?"
→ Jelaskan mekanisme sanggah secara mandiri lewat portal.



Warga lansia, tanpa IKD atau HP
→ Tunjukkan pendampingan dari rumah ke rumah; akui kendalanya.

KOL / PAKAR



KOL 1

Hanna Melinda

Kreator; profil perlu dilengkapi



KOL 2

Rizal (@lanjutzal)

Kreator TikTok • Dukuh Gen Z

BRIEF KONTEN

"Daftar Tanpa Bolak-balik"



Naik: Menunggu jadwal peluncuran nasional (target Q4 2026)



Platform: Facebook (+ carousel Instagram) • Video 2 menit + carousel tutorial



Pilar: Edukasi



Hook: "Masih bolak-balik fotokopi KK untuk urus bansos?"



Satu pesan: Daftar, cek status, dan sanggah lewat portal.



Format kreatif: Perjalanan satu keluarga, dari rumah ke portal.



CTA: Bagikan ke keluarga; jangan beri OTP.