

Kebijakan TKDN dan IMEI Dalam Sorotan Media: Studi Framing dan Persepsi Milenial Terhadap iPhone 16

Lilis Ernawati¹, Tina Kartika², Nanda Utaridah³, Purwanto Putra⁴, Ibrahim Besar⁵

^{1,2,3,4,5}Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
3 Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Bandar Lampung, 35145, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel

Dikirimkan:

17 Juni 2025

Direvisi:

15 Juli 2025

Diterima:

16 Juli 2025

Diterbitkan:

30 September 2025

Abstrak - Kebijakan TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri) dan penerapan IMEI (International Mobile Equipment Identity) oleh pemerintah terhadap peredaran smartphone melalui Kementerian Perindustrian dan Kementerian Komunikasi dan Informasi menimbulkan perhatian publik. Isu pelarangan peredaran iPhone 16 karena belum memiliki nilai minimal TKDN yang dipersyaratkan, memicu polemik dan praktik pembelian secara ilegal. Penelitian ini bertujuan menganalisis framing pemberitaan Kompas.com terkait kebijakan tersebut dengan menggunakan analisis Robert Entman. Selain itu penelitian ini juga berusaha untuk menggali tanggapan generasi milenial pengguna iPhone 16 terhadap penerapan larangan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun masyarakat memahami tujuan kebijakan yang ditetapkan, namun muncul harapan agar regulasi dapat mempertimbangkan kebutuhan dan akses terhadap produk teknologi berkualitas. Selanjutnya Framing media yang menonjolkan sisi pembatasan tanpa penjelasan solutif menimbulkan resistensi dan persepsi negatif, khususnya di kalangan milenial. Berdasarkan hasil penelitian, Kebijakan yang diterapkan tanpa disertai komunikasi publik yang efektif serta solusi teknis yang ramah konsumen, menyebabkan penerapan kebijakan TKDN dan IMEI cenderung dipersepsikan membatasi hak konsumen. Oleh karena itu, pemerintah perlu menerapkan strategi komunikasi kebijakan yang lebih inklusif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta ekspektasi masyarakat digital.

Kata Kunci

TKDN. IMEI
iPhone 16
Government Policy
Millennials
Policy Communication
Media Framing
Robert Entman
Public Perception

Abstract - The Domestic Content Level (TKDN) policy and the implementation of International Mobile Equipment Identity (IMEI) by the government concerning smartphone distribution, enforced through the Ministry of Industry and the Ministry of Communication and Information, have drawn public attention. The issue of prohibiting iPhone 16 distribution due to its failure to meet the minimum required TKDN value has triggered controversy and led to illegal purchasing practices. This study aims to analyze the framing of news coverage on Kompas.com related to this policy using Robert Entman's analysis. Additionally, the research seeks to explore the responses of millennial iPhone 16 users to the implementation of this prohibition. The findings indicate that while the public understands the policy's objectives, there is an emerging expectation that regulations should consider the needs for and access to quality technological products. Furthermore, media framing that highlights restrictions without offering clear solutions has created resistance and negative perceptions, particularly among millennials. Based on the research results, policies implemented without effective public communication and consumer-friendly technical solutions tend to be perceived as limiting consumer rights. Therefore, the government needs to implement a policy communication strategy that is more inclusive and adaptive to technological developments and the expectations of the digital society.

Corresponding Author:

Lilis Ernawati, Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Bandar Lampung, Indonesia, 35145. Email: 2426031005@student.unila.ac.id

PENDAHULUAN

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) Kementerian Keuangan mencatat sebanyak 5.448 unit iPhone 16 telah masuk ke Indonesia hingga Oktober 2024 (Rahayu, 2025). Padahal saat itu produk Apple merek tersebut masih dilarang diperjualbelikan di Indonesia. "Kalau ada iPhone 16 yang masuk ke Indonesia dan bisa beroperasi, boleh saya sampaikan

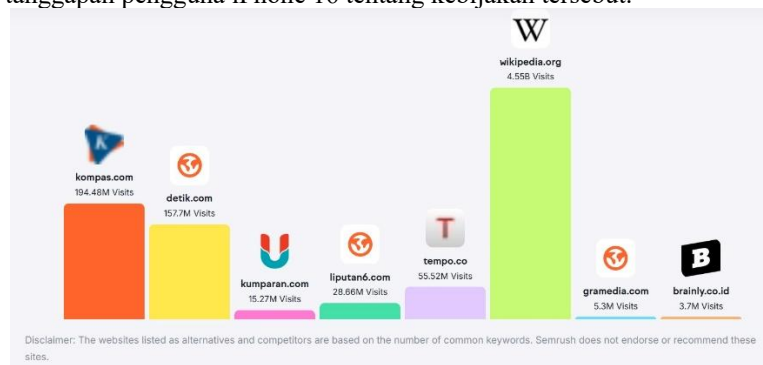


ilegal. Karena kami belum mengeluarkan izin edarnya,” ujar Menteri Perindustrian. (Catriana & Djumena, 2024). Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan regulasi penerapan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) untuk alat komunikasi dan atau perangkat telekomunikasi bergerak seluler melalui Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2021, serta Peraturan Menteri Perindustrian Nomor Nomor 29/M-IND/PER/7/2017.

Namun regulasi tersebut masih mendapatkan hambatan dan tantangan dalam penerapannya di lapangan. Hal ini menggambarkan bagaimana daya tarik handphone jenis ini sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, walaupun pada kenyataannya Kementerian Perindustrian memastikan bahwa iPhone 16 pada saat itu belum bisa diperjualbelikan di Indonesia. Kebijakan TKDN yang belum bisa dipenuhi oleh Apple menjadi penyebabnya. Selain itu, hingga Oktober 2024, Apple baru merealisasikan investasi sebesar Rp1,48 triliun dari komitmen total Rp1,71 triliun yang diperlukan untuk memenuhi persyaratan izin edar resmi di Indonesia (Saubani, 2024).

Selain kebijakan TKDN, pemberlakuan IMEI oleh Kementerian Perindustrian juga bermaksud membatasi peredaran iPhone ilegal yang beredar di Indonesia. Berdasarkan survei google pada Juni 2024, diperoleh data bahwa milenial adalah peminat tertinggi pengguna smartphone premium dengan jumlah 54%, disusul dengan Gen Z sebanyak 29%, Gen X 11% dan Baby Boomers sebanyak 5%. Keinginan untuk terus up-to-date dengan tren yang sedang berkembang merupakan faktor utama yang memikat Gen Z dan milenial saat akan membeli smartphone. Menurut riset Kantar Connected Luxury pada 2023, kedua golongan usia ini memprioritaskan dua hal yaitu kecanggihan kamera dan fitur teknologi terbaru, diikuti dengan desain dan inovasi yang memadai.

Berdasarkan data, masyarakat sebenarnya mengetahui tentang konsekuensi terhadap pembelian iPhone ilegal, namun dorongan akan kebutuhan perangkat berteknologi tinggi dan menjaga eksistensi di media sosial, membuat seseorang memutuskan untuk tetap membeli barang ilegal. Keberadaan iPhone ilegal dibuktikan dengan terjadinya penindakan di terminal 2F Bandara Soekarno Hatta terhadap 14 unit penumpang berinisial Y yang membawa 14 unit handphone iPhone 16 yang merupakan jasa titip. (Ambaranie & Rafni, 2024). Melihat fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan framing media online Kompas.com terhadap pemerintah dalam menyampaikan kebijakan kepada masyarakat terkait larangan memperjualbelikan iPhone 16 yang masih dalam proses penyelesaian kewajiban Apple terhadap Indonesia dan tanggapan pengguna iPhone 16 tentang kebijakan tersebut.



Sumber: : (Semrush.com, 2025)

Gambar1. Comparison of Monthly Visits : Kompas.com vs Competitors

Penulis memilih media online Kompas.com berdasarkan hasil survei semrush.com pada bulan April 2025. Kompas memberikan pemberitaan yang lebih mendalam, analitis dan sering menyajikan pernyataan resmi atau perspektif dari pemerintah yang lebih terstruktur. Selain itu, Kompas.com juga memiliki reputasi yang kuat dalam jurnalisme yang kredibel, dan berita yang disampaikan lebih fokus pada analisis kebijakan serta dampak yang lebih luas, termasuk kutipan langsung dari menteri, direktur jenderal atau lembaga terkait tentang pembelian dan peredaran iPhone ilegal. Selain itu, untuk mendukung hasil penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara kepada 5 orang informan pengguna iPhone 16. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisa framing pemberitaan di media online Kompas.com tentang kebijakan pemerintah dalam hal penerapan TKDN dan IMEI produk telepon genggam serta dampaknya terhadap keputusan pembelian iPhone 16 oleh generasi milenial.

KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini mengkaji dua dimensi utama yaitu: pertama, bagaimana media online Kompas.com mendingkat kebijakan pemerintah terkait larangan peredaran iPhone 16 ilegal. Kedua, bagaimana generasi milenial merespons kebijakan tersebut dalam konteks keputusan pembelian produk iPhone 16. Untuk itu, penelitian ini menggunakan teori framing sebagai landasan analisis, serta menambahkan perspektif psikologi konsumsi produk ilegal dan pengaruh media sosial sebagai pendorong perilaku konsumtif generasi milenial. Penulis melakukan kajian dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini untuk memberikan dasar yang kuat dalam proses identifikasi dan analisis.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hidayah & Riauan (2022), media CNN Indonesia dianalisis melalui pendekatan framing Robert N. Entman untuk melihat bagaimana konstruksi berita mengenai kebijakan pembelajaran tatap muka (PTM) disusun selama masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CNN Indonesia menonjolkan kebijakan PTM sebagai keputusan pemerintah yang strategis, namun tetap mengangkat berbagai tantangan di lapangan, seperti ketidaksiapan sekolah, tingginya angka kasus Covid-19 di beberapa daerah, dan perlunya percepatan vaksinasi. Keempat elemen framing – define problem, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation – digunakan untuk memperlihatkan bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap isu pendidikan di tengah krisis kesehatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Sanjaya (2025), menganalisis sentimen publik terhadap kebijakan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) pada produk iPhone 16 di Indonesia menggunakan algoritma Random Forest. Dengan memanfaatkan data dari platform X (sebelumnya Twitter), penelitian ini berhasil mengklasifikasikan opini publik ke dalam tiga kategori sentimen—positif, netral, dan negatif—dengan akurasi mencapai 91%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar opini bersifat netral, dan model cenderung bias terhadap kelas mayoritas akibat ketidakseimbangan data. Studi ini memberikan kontribusi penting dalam memahami persepsi masyarakat atas kebijakan industri berbasis data sosial media, sekaligus menunjukkan potensi penerapan analisis sentimen berbasis machine learning dalam perumusan strategi komunikasi kebijakan publik.

Teori Framing

Teori ini digunakan untuk menunjukkan bagaimana media dalam membingkai suatu realitas yang terjadi di masyarakat. Analisis framing diterapkan untuk menunjukkan suatu peristiwa yang dipahami serta di framing oleh media (Eriyanto, 2011:10). Konsep framing sebagai cara untuk memahami bagaimana media mengatur pesan yang dapat mempengaruhi bagaimana isu atau masalah dipahami oleh masyarakat. Dua elemen utama yaitu selection (pemilihan elemen-elemen tertentu dalam pesan) dan salience (penonjolan aspek-aspek tertentu dalam pesan yang membuatnya lebih menonjol). (Entman, 1993:51-58).

Tabel 1. Teori analisis Robert Entman

<i>Element</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Selection</i> (pemilihan elemen tertentu dalam pesan)	Aspek ini berkaitan dengan pemilihan fakta-fakta tertentu. Dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang dipilih untuk disajikan? Dalam proses ini, selalu ada bagian dari berita yang disertakan dan bagian yang dikeluarkan. Tidak semua aspek atau bagian dari suatu isu diungkapkan; wartawan memilih elemen-elemen tertentu dari isu tersebut.
<i>Salience</i> (penonjolan aspek tertentu dalam pesan)	Aspek ini berkaitan dengan cara penulisan fakta. Setelah aspek tertentu dari suatu peristiwa atau isu dipilih, bagaimana aspek tersebut dituliskan? Hal ini sangat erat kaitannya dengan pemilihan kata, susunan kalimat, penggunaan gambar, dan penyajian citra tertentu yang ditampilkan kepada khalayak.

Sumber : (Eriyanto, 2011)

Memahami cara sebuah media melakukan pembedaan, Robert N Entman membagi menjadi empat komponen yaitu : Definisi Problem (Mendefinisikan Masalah), elemen pertama yang dapat dilihat dalam framing, menjelaskan bagaimana suatu peristiwa dipahami oleh media atau wartawan; Diagnose Causes (Memperkirakan Penyebab Masalah), elemen ini bertujuan untuk menframing what (apa) dan who (siapa), karena dalam memahami sebuah berita, seseorang berpatokan pada apa dan siapa dalam berita; Make Moral Judgment (Membuat Penilaian Moral), dimana framing yang digunakan memberikan penilaian atas Tindakan atau kondisi apakah baik atau buruk. Dan yang terakhir adalah Suggest Remedies (Menyarankan Solusi), bagaimana menawarkan solusi atau Langkah perbaikan terhadap masalah yang diangkat dalam berita.

Analisis Tematik Wawancara

Analisis tematik merupakan salah satu metode yang umum digunakan dalam pendekatan penelitian kualitatif. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola atau tema-tema yang muncul dari data wawancara, observasi, atau dokumen kualitatif lainnya. Tema-tema tersebut tidak hanya mencerminkan isi data secara deskriptif, tetapi juga dapat menggambarkan makna yang lebih dalam dari pengalaman subjektif partisipan. Di Indonesia, pendekatan tematik telah banyak digunakan dalam penelitian ilmu sosial dan komunikasi. Moleong (2021) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti bertugas untuk menginterpretasikan makna yang terkandung dalam data melalui pengkategorian, pengkodean, dan penemuan tema. Proses ini menekankan pada pemahaman yang mendalam terhadap konteks dan dinamika sosial yang melatarbelakangi respons informan. Sugiyono (2021) juga menegaskan bahwa teknik analisis data kualitatif dilakukan dengan cara mereduksi data, menyajikan data dalam bentuk naratif atau tabel, lalu menarik kesimpulan berdasarkan kategori atau tema yang ditemukan. Ia menyebutkan bahwa salah satu ciri penting dari penelitian kualitatif adalah kemampuannya menangkap makna dari fenomena yang diteliti melalui proses identifikasi pola-pola dalam narasi informan.

Lebih lanjut, penggunaan analisis tematik juga telah diaplikasikan dalam penelitian komunikasi digital. Sebagai contoh, Nurhadi (2017) dalam jurnal Komunikasi menekankan pentingnya menggali efektivitas pesan dan pemahaman

partisipan terhadap suatu isu melalui pendekatan tematik. Dalam konteks ini, peneliti tidak hanya melihat “apa” yang dikatakan informan, tetapi juga “mengapa” dan “bagaimana” mereka membingkai responsnya.

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis tematik digunakan untuk mengeksplorasi tanggapan generasi milenial terhadap kebijakan pemerintah mengenai regulasi TKDN dan IMEI, khususnya terkait dengan produk iPhone 16. Analisis ini memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika pemikiran konsumen secara lebih dalam dan kontekstual.

Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Membeli

Media sosial telah menjadi saluran utama dalam membentuk persepsi dan perilaku konsumen, khususnya generasi milenial. Taufik dan Ayuningtyas (2020) menyatakan bahwa platform digital bukan hanya meningkatkan akses informasi tetapi juga memperkuat norma-norma sosial yang bersifat konsumtif. Iksyanti & Hidayat (2022) menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Asia Tenggara, termasuk dalam konteks produk teknologi. Dalam penelitian ini, media sosial menjadi salah satu sumber informasi utama bagi pembeli ilegal. Konten unboxing, ulasan pengguna, dan promosi dari rekan sebaya menjadi faktor pendorong utama keinginan untuk membeli iPhone 16 secara ilegal, meskipun harga lebih tinggi dari produk lokal.

Sebagian besar penelitian sebelumnya terfokus pada dampak ekonomi atau hukum dari penggunaan IMEI ilegal dan tidak menyertakan pentingnya kebijakan TKDN dan IMEI bagi produk luar yang akan masuk ke Indonesia. Penelitian ini hadir memberikan perspektif baru dengan menekankan framing media online terhadap kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah dan reaksi atau tanggapan masyarakat khususnya generasi milenial pengguna iPhone 16. Selain itu, penelitian ini juga mengkaitkan peran media sosial sebagai pendorong perilaku konsumsi smartphone berteknologi tinggi yang belum banyak diteliti secara mendalam dalam konteks regulasi teknologi di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis framing dan in-depth interview (wawancara mendalam). Metode framing dilakukan kepada media online Kompas.com untuk menganalisis bagaimana pemerintah dalam hal ini Kementerian Perindustrian membingkai kebijakannya dan isu peredaran iPhone, Sedangkan wawancara mendalam dilakukan untuk menggali persepsi generasi milenial pengguna iPhone. Bagaimana persepsi milenial terhadap kebijakan pemerintah, apakah mereka setuju dan taat terhadap kebijakan pemerintah tersebut atau justru sebaliknya.

Penelitian dimulai pada bulan April 2025 dengan mengumpulkan berita online Kompas.com periode tanggal 22 Oktober 2024 sampai tanggal 15 April 2025 yang membahas isu pelarangan peredaran iPhone 16 ilegal, regulasi IMEI dan imbauan kepada masyarakat untuk tidak membeli produk ilegal. Dari setiap berita, peneliti menganalisis elemen framing menggunakan kerangka teori Robert Entman (1993), yaitu: Problem Definition, Causal Interpretation, Moral Evaluation dan Treatment Recommendation.

Untuk mendukung dan melengkapi penelitian ini, selanjutnya penulis melakukan wawancara mendalam pada bulan Mei 2025 kepada 5 informan, 2 orang pria dan 3 orang wanita generasi milenial usia 29-40 tahun berdomisili di Bandar Lampung dan aktif bermedia sosial. Informan berlatar belakang pendidikan S1 dengan bidang keilmuan yang berbeda dan telah menggunakan iPhone sejak 10 tahun lalu, 3 orang informan bahkan telah menggunakan iPhone sejak awal memiliki handphone. Wawancara dilakukan dengan berkomunikasi melalui whatsapp lalu mengirimkan formulir pertanyaan. Panduan wawancara dibuat berdasarkan pertanyaan semi-terstruktur dengan fokus pada: motivasi psikologis dan sosial memilih iPhone termasuk iPhone seri 16, tanggapan terhadap kebijakan TKDN dan IMEI, dampak kebijakan pemerintah terhadap minat beli, hak sebagai konsumen, sikap terhadap jalur pembelian ilegal, harapan terhadap kebijakan pemerintah.

Untuk memastikan bahwa interpretasi terhadap kebijakan pemerintah tidak subjektif dan didukung oleh berbagai sudut pandang digunakan teknik analisis tematik terhadap hasil wawancara. Hasil dari lima informan tersebut kemudian dianalisis untuk mencari kesamaan maupun perbedaan perspektifnya. Seluruh proses pengumpulan dan analisis data dicatat secara sistematis dalam bentuk catatan lapangan dan transkrip wawancara tertulis sehingga penelitian ini dapat dikembangkan pihak lain jika diperlukan.

PEMBAHASAN

Framing Robert Entman

Berdasarkan teori analisis framing Robert Entman, didapatkan penjelasan untuk masing-masing elemen dari beberapa berita Kompas.com sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis Framing Robert Entman

No	Judul Berita	Waktu Terbit	Framing Robert Entman
1	Tegaskan iPhone 16 di Indonesia Ilegal, Menperin : Kami belum	22 Oktober 2024, 17.03 WIB	<i>Problem Definition</i> : iPhone 16 yang beredar di Indonesia adalah ilegal sampai Kemenperin mengeluarkan izin edar. <i>Causal Interpretation</i> : Apple belum memenuhi persyaratan TKDN 40%. <i>Moral Evaluation</i> : Apple harus berkomitmen apabila ingin produknya beredar di Indonesia.

	keluarkan Izin Edar			<i>Treatment Recommendation</i> : Apple harus segera merealisasikan komitmen investasinya sebagai skema pemenuhan persyaratan TKDN.
2	Belasan iPhone 16 Jastip Dimusnahkan Bea Cukai Bandara Soekarno-Hatta	29 November 2024, 18:48 WIB		<p><i>Problem Definition</i> : Bea Cukai Bandara Soekarno-Hatta memusnahkan barang-barang ilegal berupa 981 unti handphone, Komputer genggam dan tablet (HKT), salah satu brang bukti adalah belasan iPhone 16 yang berasal dari Singapura.</p> <p><i>Causal Interpretation</i> : belasan iPhone 16 yang dimusnahkan adalah barang jastip (jasa titip) dan bukan untuk keperluan pribadi.</p> <p><i>Moral Evaluation</i> : iPhone 16 belum mendapat izin beredar di Indonesia untuk diperjualbelikan.</p> <p><i>Treatment Recommendation</i> : Semua barang yang masuk dari luar negeri harus memenuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku.</p>
3	Bea Cukai: 5.448 Unit iPhone 16 Masuk Indonesia hingga Oktober 2024	10 Januari 2025, 20:45 WIB		<p><i>Problem Definition</i> : iPhone 16 yang masuk diperbolehkan jika merupakan barang pribadi dan hanya untuk digunakan sendiri, bukan untuk diperjualbelikan.</p> <p><i>Causal Interpretation</i> : Masyarakat harus paham tentang ketentuan TKDN yang belum dipenuhi Apple sehingga iPhone 16 dilarang diperjualbelikan di Indonesia.</p> <p><i>Moral Evaluation</i> : Masyarakat yang membawa iPhone 16 masuk ke Indonesia harus membayar bea masuk dan pajak.</p> <p><i>Treatment Recommendation</i> : Apple harus segera menyelesaikan kewajibannya dan memenuhi persyaratan TKDN agar dapat diperjualbelikan di Indonesia yang merupakan market terbesarnya.</p>
4	Sudah TKDN, iPhone 16 di Indonesia? alasan nya.	Dapat kenapa iPhone 16 belum di rilis di Indonesia? Ini	10 Maret 2025, 16:35 WIB	<p><i>Problem Definition</i> : Selain TKDN, syarat sertifikat pos dan telekomunikasi (postel) dari Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) juga wajib dipenuhi Apple agar iPhone 16 dapat diperjualbelikan di Indonesia.</p> <p><i>Causal Interpretation</i> : Pengajuan sertifikat postel melalui OSS yang menjadi syarat TPP Impor untuk mendapatkan nomor IMEI dari Kemenperin untuk iPhone 16 series sedang dalam antrian.</p> <p><i>Moral Evaluation</i> : Persyaratan TKDN yang dipenuhi Apple terdiri dari pelunasan hutang investasi dan membangun fasilitas riset dan inovasi di Indonesia.</p> <p><i>Treatment Recommendation</i> : Setelah sertifikat postel dan TPP Impor didapatkan, semua perangkat Apple yang telah mendapatkan sertifikat TKDN bisa segera rilis secara resmi di Indonesia.</p>
5	Bea Cukai: Waspadai Jasa Unlock IMEI	Cukai: Jasa WIB	15 April 2025, 06:07 WIB	<p><i>Problem Definition</i> : Masyarakat diminta untuk berhati-hati terhadap modus penipuan jasa pendaftaran nomor gawai atau <i>unlock</i> IMEI.</p> <p><i>Causal Interpretation</i> : Kemenperin menginformasikan bahwa lebih dari 12.000 iPhone 16 mendapatkan IMEI.</p> <p><i>Moral Evaluation</i> : Pendaftaran IMEI tidak dipungut biaya, hanya tetap perlu melunasi bea masuk dan pajak dalam rangka impor atas gawai yang dibawa.</p> <p><i>Treatment Recommendation</i> : Penumpang dari luar negeri cukup mengisi <i>electronic customs declaration</i> (BC 2.2) atau e-CD. Atau bisa juga mendaftar di kantor pelayanan Bea Cukai terdekat.</p>

Sumber: Data Analisis Framing Kompas.com (2024-2025)

Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Penulis menambahkan wawancara mendalam terhadap informan untuk mendukung hasil penelitian ini. Meskipun latar belakang usia dan pendidikan berbeda, sebagian besar informan setuju akan kualitas berteknologi tinggi yang dimiliki oleh iPhone lebih baik dari merek smartphone lainnya. Seluruh informan mengetahui tentang peredaran iPhone ilegal dari sosial media, namun 3 dari 5 informan tidak setuju apabila pembelian ilegal menjadi solusi walaupun mendapat harga yang lebih murah. Sebagian besar informan mengetahui tentang kebijakan TKDN dan IMEI yang ditetapkan pemerintah, namun mereka berharap kebijakan tersebut juga memperhatikan kebutuhan dan keuntungan masyarakat terutama generasi milenial pengguna smartphone merek iPhone yang berharap bisa mendapatkan harga yang lebih terjangkau setelah TKDN diberlakukan. Hasil wawancara kemudian disajikan dalam tabel analisis tematik sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis Tematik Hasil Wawancara

Tema	Kategori	Kutipan Kunci	Kode Informan	Interpretasi
Alasan memilih iPhone	Keunggulan fitur	"Karena menurut saya iPhone lebih stabil, kameranya bagus, dan	IF-4	Informan merasa bahwa kualitas dan stabilitas menjadi keunggulan

dibarengi dengan komunikasi publik yang efektif dan solusi teknis yang ramah konsumen, cenderung menimbulkan resistensi dan persepsi negatif di kalangan generasi milenial. Meski tujuan regulasi dimengerti, persepsi keterbatasan akses dan hak sebagai konsumen menjadi isu sentral dalam tanggapan mereka. Hal ini menjadi catatan penting dalam membangun strategi komunikasi kebijakan yang lebih inklusif dan adaptif di era digital.

PENUTUP

Hasil analisis framing menunjukkan bahwa pemerintah menggunakan pendekatan normatif dan instruktif, namun cara penyampaian tersebut cenderung gagal menyentuh persepsi generasi milenial yaitu kebutuhan teknologi berkualitas dan bernilai sosial tinggi dengan harga terjangkau serta keinginan untuk tampil eksklusif di lingkungan pergaulan dan media sosial. Dengan demikian, untuk meningkatkan kepatuhan masyarakat terhadap regulasi teknologi seperti TKDN dan IMEI, pemerintah perlu memperbarui pendekatannya agar lebih relevan dengan pola pikir dan gaya hidup generasi muda. Strategi ini bukan hanya soal aturan, tetapi juga soal bagaimana pesan tersebut sampai dan dipahami oleh masyarakat secara mendalam. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika hubungan antara framing kebijakan publik dan tanggapan masyarakat di kalangan milenial.

Selain itu penelitian ini juga merekomendasikan pendekatan baru dalam penyampaian pesan kebijakan, yaitu dengan mempertimbangkan gaya hidup digital dan norma sosial milenial serta pengaruh media sosial dalam membentuk keputusan konsumsi mereka. Berdasarkan konsep dan teori komunikasi yang ada, beberapa rekomendasi strategi komunikasi yang perlu dipertimbangkan oleh pemerintah adalah: Menggunakan bahasa yang lebih santai dan relateable dengan generasi milenial, bekerja sama dengan influencer lokal untuk menyampaikan pesan bahwa "membeli resmi itu lebih keren", menurunkan pajak impor atau memberi insentif distributor resmi agar harga iPhone lebih terjangkau, serta meningkatkan kampanye digital melalui platform yang sering diakses milenial seperti Tiktok, Youtube Shorts dan Instagram Stories. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan analisis mendalam terhadap implementasi konsep dan teori komunikasi yang relevan untuk digunakan pemerintah agar setiap kebijakan barang impor terutama yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat di era digital ini dapat diterima dan dipahami dengan baik.

REFERENSI

Referensi utama adalah jurnal nasional, internasional dan prosiding. Semua referensi harus yang paling relevan, sumber terbaru dan referensi minimum adalah 15. Referensi ditulis dalam gaya APA. Harap gunakan format referensi yang konsisten – lihat contoh di bawah (10pt):

- Ambaranie, N. K. M., & Rafni I. A. (2024, November 29). Belasan iPhone 16 jastip dimusnahkan Bea Cukai Bandara Soekarno-Hatta. Kompas.com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2024/11/29/18482061/belasan-iphone-16-jastip-dimusnahkan-bea-cukai-bandara-soekarno-hatta>
- Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). Analisis framing pemberitaan generasi milenial dan pemerintah terkait Covid-19 di media online. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 85-104. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.8277>
- Bungin, B. (2006). Sosiologi komunikasi: Teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat. Kencana.
- Catriana, E., & Djumena, E. (2024, Oktober 22). Tegaskan iPhone 16 di Indonesia ilegal, Menperin: Kami belum keluarkan izin edar. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2024/10/22/170300226/tegaskan-iphone-16-di-indonesia-ilegal-menperin--kami-belum-keluarkan-izin>
- Djumena, E. (2025, April 15). Bea Cukai: Waspadai Jasa Unlock IMEI!. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2025/04/15/060700926/bea-cukai--waspadai-jasa-unlock-imei->
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. (2011). Analisis framing: Konstruksi, ideologi, dan politik media. LKiS.
- Fadilah, J., Andriana, D., & Widarti, W. (2023). Pengaruh iklan politik terhadap keputusan memilih mahasiswa Prodi Periklanan Universitas Bina Sarana Informatika. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 10(1), 46-54. <https://doi.org/10.31294/jika>
- Hardiansyah, Z. (2025, Maret 10). Sudah dapat TKDN, kenapa iPhone 16 belum dirilis di Indonesia? Ini alasannya. Kompas.com <https://tekno.kompas.com/read/2025/03/10/16350057/sudah-dapat-tkdn-kenapa-iphone-16-belum-dirilis-di-indonesia-ini-alasannya?page=all>
- Hidayah, S. M., & Riauan, M. A. I. (2022). Analisis framing kebijakan pembelajaran tatap muka di media CNN Indonesia. *Dwipela: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 6(2), 167–184. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8519](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8519)
- Hidayat, F. M., & Sanjaya, H. (2025). Analisis sentimen publik terhadap penjualan iPhone 16 dan kebijakan TKDN di Indonesia. *INFOTECH journal*, 11(1), 74-80. <https://doi.org/10.31949/infotech.v11i1.13159>
- Iksyanti, D. Z., & Hidayat, A. M. (2022). Pengaruh social media marketing melalui electronic word of mouth pada platform tiktok terhadap keputusan pembelian di shopee. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 11-18. <https://doi.org/10.37531/yum.v5i2.1433>

- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Moleong, L.J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Z. F. (2017). Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1), 90-95. <https://doi.org/10.10358/jk.v3i1.253>
- Pramelani. (2019). Informasi kebijakan larangan kantong plastik terhadap minat beli tas ramah lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 6(2), 61-68. <https://doi.org/10.31294/kom.v6i2.5028.g3549>
- Rahayu, I. R. S., & Setiawan, S. R. D. (2025, Januari 10). Bea Cukai: 5.448 unit iPhone 16 masuk Indonesia hingga Oktober 2024. *Kompas.com*. https://money.kompas.com/read/2025/01/10/204524126/bea-cukai-5448unitiphone16masukindonesiahinggaoktober2024?spm=a2ty_o01.29997173.0.0.312ec921wmt0bO&page=all
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tan, W. L., & Rahman, M. A. (2020). Digital media framing of smartphone regulations in emerging markets. *Media Asia*, 47(2), 112–124. <https://doi.org/10.1179/0125821X120000000>
- Taufik, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap bisnis dan eksistensi platform online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(1), 21–33. <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v22i01.389>

BIODATA PENULIS

Lilis Ernawati adalah mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Sebelumnya menempuh pendidikan Sarjana Sistem Informasi Universitas Bandar Lampung pada tahun 2016 dan pernah menempuh jenjang Diploma III jurusan Manajemen Informatika di AMIK Mitra Lampung pada tahun 2005. Selama perkuliahan ia mendapatkan berbagai pengetahuan dan wawasan luas dari para dosen serta ditambah dengan pengalaman pekerjaan saat ini sebagai pranata humas di Kementerian Perindustrian, penulis merasa tertarik dan mampu melakukan penelitian ini. Selain itu sebagai generasi milenial penulis merasa perlu melakukan penelitian mendalam tentang fenomena peredaran iPhone 16 yang sempat viral di pemberitaan baik media online maupun media sosial.

Tina Kartika merupakan dosen Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang saat ini menjabat sebagai Koordinator Kesekretariatan Program Magister Ilmu Komunikasi. Meraih gelar Sarjana Ilmu Sosial di Unila pada tahun 1999, kemudian melanjutkan program Magister ilmu komunikasi dan meraih gelar Doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Padjajaran pada tahun 2012. Memiliki banyak pengalaman di bidang akademik sejak tahun 2008 dengan karyanya berupa artikel penelitian, karya buku dan paten/hak cipta. Selain itu, ia juga memiliki banyak pengalaman dalam pengabdian kepada masyarakat sejak tahun 2013 dan menjadi pemakalah seminar ilmiah sejak tahun 2011.

Nanda Utaridah merupakan dosen Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada tahun 1998 di Universitas Islam Bandung, kemudian melanjutkan gelar magister dan meraih gelar doktor dalam bidang Ilmu Komunikasi di Universitas Padjajaran pada tahun 2023. Memiliki pengalaman dalam bidang pengabdian kepada masyarakat sejak tahun 2021 dan telah banyak menulis jurnal tentang komunikasi sejak tahun 2014.

Purwanto Putra merupakan dosen Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, saat ini menjabat sebagai ketua program studi D3 Perpustakaan FISIP Unila. Menyelesaikan pendidikan S3 Ilmu Sejarah FIB di Universitas Indonesia. Ia adalah Ketua Ikatan Sarjana Ilmu Perpustakaan dan Informasi Indonesia (ISIPII) dan Pengurus Asosiasi Penyelenggara Pendidikan Tinggi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Indonesia (APTUPI). Ia juga seorang trainer yang banyak melatih di bidang literasi di Indonesia.

Ibrahim Besar merupakan dosen Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Menyelesaikan pendidikan S2 dan S3 di Universitas Padjajaran. Menulis banyak karya ilmiah, pengabdian kepada masyarakat dan menerbitkan buku dengan judul "Komunikasi Antar Etnik Teory dan Praktek".