

Strategi Komunikasi Humas Bank Indonesia Dalam Sosialisasi Penerapan Transaksi Non Tunai (QRIS) Di Provinsi Bali

I Gusti Agung Laksmi Swaryputri

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra
e-mail laksmiastawa@gmail.com

Arief Wibisono

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra
e-mail bliwi2014.aw@gmail.com

Abstrak

Sebuah lembaga atau organisasi seharusnya dapat menjalin hubungan baik dengan publiknya. Guna menjalin hubungan baik dengan publiknya maka sebuah organisasi harus membentuk sebuah divisi atau bagian Hubungan Masyarakat (Humas). Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Humas Bank Indonesia Dalam Sosialisasi Penerapan Transaksi Non Tunai (QRIS) di Provinsi Bali dengan rumusan masalah bagaimana strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh Bank Indonesia Provinsi Bali dalam sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali dan faktor penghambat dan pendukung dalam sosialisasi penerapan QRIS serta manfaat apa yang diperoleh ketika masyarakat dan pemerintah menggunakan QRIS di Provinsi Bali. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi humas Bank Indonesia dalam sosialisasi penerapan Transaksi Non Tunai (QRIS) di Provinsi Bali, mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali. Metode penelitian yang digunakan ialah metode deskriptif. Rancangan penelitiannya menggunakan studi kasus di Humas BI. Metode pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi serta metode analisis datanya menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian atau kesimpulannya, ditemukan langkah-langkah yang diperoleh sesuai dengan hakikat strategi komunikasi yaitu sebagai instrumen untuk membentuk dan mengarahkan ekspektasi masyarakat atas kebijakan yang ditempuh dan sasaran yang akan dicapai. Selain itu, dalam strategi komunikasi mencakup strategi kehumasan pada umumnya. Adapun manfaat yang diperoleh ketika masyarakat dan pemerintah menggunakan QRIS yakni menjadi alternatif pembayaran dan bagi pemerintah yakni menaikkan perekonomian dan pertumbuhan ekonomi.

Kata kunci: strategi komunikasi, humas, sosialisasi penerapan qris

Abstract

An institution or organization should be able to establish good relations with the public. To develop good relations with the public, an organization must select a division or section of Public Relations (Humas). This research is entitled Bank Indonesia Public Relations Communication Strategy in Disseminating the Application of Non-Cash Transactions (QRIS) in Bali Province with the formulation of the problem of how the public relations communication strategy implemented by Bank Indonesia Bali Province in socializing the implementation of QRIS in Bali Province and the inhibiting and supporting factors in mixing the performance of QRIS as well as what benefits are obtainable when the community and government use QRIS in the Province of Bali. This study aims to determine the communication strategy of Bank Indonesia's public relations in the socialization of the implementation of Non-Cash Transactions (QRIS) in the Province of Bali, to find out the inhibiting and supporting factors in the socialization of the performance of QRIS in the Province of Bali. The research method used is the descriptive method. The research design uses a case study in BI Public Relations. The data collection method uses observation, interviews, and documentation methods, and the data analysis method uses descriptive qualitative methods. From the research results or conclusions, the steps obtained to follow the nature of the communication strategy, namely as an instrument to shape and direct people's expectations of the policies pursued and the targets to be achieved. In addition, the communication strategy includes public relations strategies in general. The benefits obtained when the community and government use QRIS are an alternative payment and for the government to increase the economy and economic growth.

Keywords: communication strategy, public relations, socialization of the application of qris

PENDAHULUAN

Dibentuknya sebuah lembaga atau organisasi tentu dikarenakan memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapai. Umumnya tujuan dari lembaga atau organisasi berfungsi untuk mempengaruhi publiknya. Berdasarkan hal tersebut, maka sebuah lembaga atau organisasi seharusnya dapat

menjalin hubungan baik dengan publiknya. Guna menjalin hubungan baik dengan publiknya maka sebuah organisasi harus membentuk sebuah divisi atau bagian Hubungan Masyarakat (Humas). Divisi humas berperan sebagai wadah penghubung antara lembaga atau organisasi dengan publiknya. Kehumasan dapat dimaknai sebagai sesuatu kegiatan untuk menanamkan pengertian guna memperoleh *good will*, kerjasama dan kepercayaan yang pada gilirannya mendapat dukungan dari pihak lain. Adapun tujuan dari humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi disuatu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Proses pelaksanaan tugas seorang humas diharapkan dapat mengidentifikasi dan mendengarkan reaksi dari publiknya.

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi. Sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal dan menimbulkan kerugian, utamanya kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Begitu pula dengan strategi komunikasi Bank Indonesia dalam menyosialisasikan program serta kebijakan-kebijakannya. Humas dari Bank Indonesia tentunya menggunakan strategi khusus dalam menyosialisasikan program dari Bank Indonesia.

Selaku Bank Sentral yang berperan mengatur jalannya perekonomian yang ada di Indonesia. Kebijakan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia berkaitan dengan roda perekonomian yang ada di Indonesia, perlu kiranya dikomunikasikan melalui sosialisasi. Karena pada akhirnya yang mendapat pengaruh dari kebijakan tersebut adalah masyarakat. Selaku Bank Sentral, Bank Indonesia memiliki peran sebagai pengendali moneter, pengaturan dan pengawasan perbankan, serta peraturan sistem pembayaran. Adapun salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dalam tugasnya sebagai pengaturan sistem pembayaran menurut UU No.23 tentang Bank Indonesia pasal 1 ayat 6, sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Quick Respon Indonesia Standart (QRIS) merupakan standarisasi pembayaran yang dikembangkan oleh BI dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), dengan tujuan mempermudah transaksi dengan menggunakan media QR Code dari beberapa jenis merchant yang berbeda. Dengan jenis dan mekanisme transaksi menggunakan QRIS, yang pertama mekanisme QRIS Merchant Presented (push payment), dan Customer Presented (pull payment) dengan jenis QRIS seperti Static QR Code dan Dynamic QR Code. Yang mengadopsi switching dengan tujuan efisiensi serta mendukung cash less (Bank Indonesia, 2020).

Menurut Bank Indonesia (2020), sistem pembayaran QRIS sejalan dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 pasal 2 tentang uang elektronik yaitu dengan prinsip utama tidak ada risiko sistemik, operasional dilaksanakan pada kondisi keuangan yang sehat, penguatan pada perlindungan konsumen, bermanfaat pada perekonomian dan dapat mencegah pencurian uang serta pendanaan negatif seperti terorisme. Pembayaran Non Tunai melokalisasi sistem pembayaran perbankan di Indonesia yang sebelumnya terkonsentrasi pada produk pembayaran internasional jadi dengan diluncurkannya sistem pembayaran dengan jenis dan mekanisme transaksi menggunakan QRIS, maka mekanisme QRIS Merchant Presented (push payment), dan Customer Presented (pull payment)

dengan jenis QRIS seperti Static QR Code dan Dynamic QR Code, mengadopsi switching dengan tujuan efisiensi serta mendukung cash less (Bank Indonesia, 2020) juga untuk diketahui publik.

Sistem pembayaran non tunai, struktur organisasi yang bertanggung jawab dengan kebijakan ini adalah Divisi Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah (SPPUR). SPPUR juga bertindak menjalankan fungsi humas dan memberikan penerangan kepada masyarakat

mengenai Sistem Pembayaran Non Tunai Bank Indonesia. Dikutip dari Harian Bali Tribune yang memberitakan tentang Sistem Pembayaran Non Tunai sebagai sistem yang terdiri atas standar, switching, dan service yang dibangun melalui seperangkat aturan dan mekanisme (arrangement) untuk mengintegrasikan berbagai instrumen dan kanal pembayaran secara nasional. Melalui proses komunikasi dua arah, diharapkan agar publik dapat mengetahui sistem QRIS ini dan sebaliknya perusahaan dapat mengetahui bagaimana respon publik terhadap sistem tersebut dan mengetahui bagaimana keinginan publik kedepannya.

Agar proses komunikasinya dapat terjalin maka dibutuhkan strategi komunikasi yang baik. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk meneliti strategi komunikasi dalam melaksanakan Sosialisasi Penerapan Sistem Pembayaran Non Tunai Quick Respon Indonesian Standart (QRIS) di Provinsi Bali sehingga bisa menjangkau seluruh publiknya. Saat ini kita sedang mengalami transformasi digital diberbagai aspek kehidupan. Digitalisasi telah mengubah konsep bagaimana proses bisnis dilaksanakan; bagaimana perusahaan berinteraksi; dan bagaimana konsumen akan mendapatkan layanan, informasi, barang dan jasa. Hal ini sebagai dampak dari inovasi teknologi yang berkembang pesat, perubahan perilaku masyarakat dan dunia usaha ke arah digital sehingga otoritas kebijakan berinovasi merespons perubahan-perubahan tersebut untuk kebaikan bangsa.

Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk meneliti strategi komunikasi dalam melaksanakan Sosialisasi Penerapan Sistem Pembayaran Non Tunai Quick Respon Indonesian Standart (QRIS) di Provinsi Bali sehingga bisa menjangkau seluruh publiknya. Adapun rumusan masalah yakni bagaimana strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh Bank Indonesia Provinsi Bali dalam sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali? Apakah faktor penghambat dan pendukung dalam sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali? Manfaat apa yang diperoleh ketika masyarakat dan pemerintah menggunakan QRIS?

Sehingga berdasarkan rumusan masalah di tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh Bank Indonesia Provinsi Bali dalam sosialisasi mengenai penerapan QRIS di Provinsi Bali, untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali dan untuk mengetahui manfaat apa saja yang diperoleh masyarakat atau UMKM ketika menggunakan QRIS di Provinsi Bali. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif, maka penelitian ini akan difokuskan pada strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh Bank Indonesia Provinsi Bali dalam menyosialisasikan Sistem Pembayaran Non Tunai (QRIS) di Provinsi Bali. Marthin – Anderson merumuskan: Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.

Sedangkan, menurut pandangan Stephen Robbins strategi adalah *The determination of the basic long-term goals and objectives of an enterprise, and the adoption of course of action and the allocation of resources necessary for carrying out this goals.* (Penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan). Secara etimologis, komunikasi mempunyai arti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Istilah komunikasi diambil dari bahasa Inggris “*communication*”. Istilah ini diambil dari bahasa Latin *communicatio* bersumber pada kata “*communis*” yang berarti sama, dalam arti sama makna. Jadi antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi harus terdapat kesamaan makna (Onong U. Effendy, 1993: 27).

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda

sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Effendy, 2009 : 32).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian komunikasi kehumasan. Komunikasi kehumasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses pengiriman pesan melalui kegiatan sosialisasi mengenai kebijakan sistem pembayaran non tunai dari pihak Bank Indonesia kepada publiknya di Provinsi Bali. Pendekatan komunikasi digunakan peneliti untuk menginvestigasi strategi komunikasi humas yang digunakan Bank Indonesia dalam Sosialisasi Transaksi Non Tunai (QRIS) di Provinsi Bali.

Menurut Malhotra (dalam Juliansyah, Noor. 2011:107-108) rancangan penelitian adalah kerangka atau cetak biru dalam melaksanakan suatu proyek riset. Kerangka inilah yang menjadi acuan peneliti dalam melaksanakan penelitian sehingga peneliti memperoleh data yang tepat (valid) sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui dengan pasti mengenai strategi komunikasi humas yang digunakan Bank Indonesia dalam sosialisasi Transaksi Non Tunai (QRIS) di Provinsi Bali. Oleh karena itu, agar tujuan penelitian tercapai, rancangan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Jadi, dapat disimpulkan bahwa peneliti tidak ikut berperan atau tidak memberikan pengaruh.

Peneliti hanya bertugas mendeskripsikan kejadian yang sebenarnya dalam proses strategi komunikasi tanpa dimanipulasi. Peneliti menghimpun identifikasi konsep yakni (1) Strategi komunikasi humas yang diterapkan Bank Indonesia Provinsi Bali dalam sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali, (2) Sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali, (3) Transaksi Non Tunai (QRIS). Agar tidak menjadi kekeliruan dalam penelitian ini maka peneliti menjelaskan definisi konsep. strategi adalah bagaimana pemikiran serta upaya-upaya yang terus-menerus (berlapis-lapis, seperti dalam permainan catur) secara logis dan rasional sehingga melahirkan langkah-langkah, tindakan-tindakan maupun cara- cara (taktik) untuk memenangkan suatu pertandingan. Selain itu strategi juga dapat di artikan sebagai sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.

Strategi merupakan aksi potensial yang membutuhkan keputusan dari sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar sehingga dapat mempengaruhi perkembangan jangka panjang sebuah perusahaan. Jadi yang dimaksud strategi dalam penelitian ini adalah upaya yang dilakukan humas Bank Indonesia Provinsi Bali dalam menyosialisasikan penerapan Qris kepada masyarakat. Sosialisasi merupakan sarana untuk menyampaikan pesan dari seorang komunikator kepada komunikan dengan tujuan pesan yang di sampaikan tercapai dan dapat di terima dengan baik. Sementara Transaksi Non Tunai (QRIS) adalah salah satu alat transaksi elektronik yang dapat digunakan seluruh masyarakat Indonesia, sehingga masyarakat dapat menikmati layanan transaksi elektronik yang aman, berkualitas dan efisien.

Dari definisi konsep yang sudah disebutkan, maka indikator dalam penelitian ini adalah indikator strategi komunikasi yang digunakan yakni (1) Peneliti melakukan penelitian yang berfokus pada strategi komunikasi humas yang diterapkan Bank Indonesia Provinsi Bali dalam sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan segala bentuk pertanyaan yang menyangkut mengenai strategi komunikasi Bank Indonesia dalam menyosialisasikan transaksi non tunai di Provinsi Bali. (2) Peneliti mengamati bagaimana strategi komunikasi humas yang digunakan oleh KPw BI Bali dalam menyosialisasikan transaksi non tunai di

Provinsi Bali melalui Interview/wawancara. (3) Peneliti melakukan observasi guna mengamati kegiatan berlangsungnya sosialisasi. (4) Untuk meningkatkan pemahaman, akseptansi dan penggunaan QRIS oleh masyarakat, peneliti melakukan dokumentasi dalam mengumpulkan informasi dan data.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, dokumentasi, dan wawancara. Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Observasi dilakukan melalui prosedur dan aturan tertentu, sehingga dapat diulangi kembali oleh peneliti dan hasil observasi memberikan kemungkinan untuk ditafsirkan secara ilmiah. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses psikologis dan biologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Pada studi kasus ini, peneliti mengamati bagaimana strategi komunikasi humas yang digunakan oleh KPw BI Bali dalam menyosialisasikan transaksi non tunai di Provinsi Bali. Melalui teknik wawancara mendalam yaitu teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab satu arah, dimana pertanyaan hanya datang dari pewawancara dan akan diberi jawaban oleh orang yang diwawancarai untuk mendapatkan jawaban langsung yang mendalam dari narasumber.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan 4 orang informan yang merupakan karyawan yang secara langsung berkontribusi dalam menyosialisasikan penerapan transaksi non tunai di Provinsi Bali. Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan berita yang sudah dibuat oleh jurnalis jurnalisisme warga. Metode dokumentasi ini merupakan satu cara atau sistem pengumpulan, pemilihan, dan pengolahan informasi berdasarkan dokumentasi tertulis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen yaitu Instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan atau yang dipergunakan untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah manusia, yakni peneliti itu sendiri. Selain itu, ada dua macam instrumen bantuan bagi peneliti yang lazim digunakan.

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Teknik ini adalah teknik menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah diperoleh. Pengolahan data dalam penelitian ini yaitu model analisis Miles dan Huberman (Sugiyono, 2007:338) yang meliputi (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan simpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kinerja ekonomi Bali tidak terlepas dari perkembangan kinerja pariwisata. Total kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali sepanjang Jan-Des 2019 sebesar 6,29 Juta orang, tumbuh 3,54% (yoy) dibanding tahun sebelumnya. Wisman asal Australia dan Tiongkok tetap yang paling mendominasi kunjungan wisman ke Bali. Sementara itu, total kunjungan wisdom sepanjang 2019 sebanyak 10,55 orang, tumbuh 8,07% (yoy). Sementara itu capaian devisa Bali dari pariwisata periode tahun 2019 mencapai \$5,59 miliar, sedangkan penerimaan devisa pariwisata Nasional US\$19,35 miliar.

Oleh karena itu, sektor usaha Akomodasi, Makanan dan Minuman masih mendominasi pangsa pertumbuhan ekonomi Bali yaitu sebesar 23,31%, dilanjutkan oleh sektor Pertanian sebesar 13,34% dan Transportasi sebesar 9,81%. Pengembangan ekonomi Bali dari sektor pariwisata masih dapat dilakukan dengan berbagai upaya dalam mendorong *quality tourism*, integrasi promosi event pariwisata, mendorong sumber-sumber pertumbuhan ekonomi baru, dan mengelola dampak eksternalitas negatif pariwisata.

Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPwBI) Provinsi Bali dulu dikenal sebagai Kantor Bank Indonesia Denpasar) berdiri sejak tanggal 16 Juli 1968 yang bertempat di Jl. Surapati No.15 Denpasar, yang saat ini digunakan sebagai gedung PT. Bank Mandiri, Tbk (Persero). Seiring dengan dinamika perekonomian Bali, organisasi dan cakupan tugas KPwBI Bali semakin berkembang. Untuk mengakomodasi perkembangan tersebut, KPwBI Bali dipindahkan ke Jalan WR Supratman No.1 Denpasar. Gedung ini diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Bank Indonesia Bpk. Rachmat Saleh Tanggal 21 Juli 1973 dan pada saat itu tercatat sebagai bangunan

kantor terbesar di Provinsi Bali.

Kebangkitan industri pariwisata Bali di awal tahun 1970-an membawa dampak positif bagi perekonomian Bali. Pertumbuhan ekonomi Bali selalu lebih tinggi dibandingkan dengan perekonomian Nasional. Seiring dengan itu sektor perbankan tumbuh dengan pesat baik dari sisi kelembagaan maupun dari dana kelolaan. Oleh karena itu sekali lagi gedung KPwBI Bali dirasakan kurang memadai dalam memberikan pelayanan bagi masyarakat dan kepada perbankan khususnya. Untuk itu sejak Bulan Mei 1994 dirancang pembangunan gedung baru di Jl. Letda Tantular No.4 Denpasar dan pengerjaan fisik bangunan dimulai pada Tanggal 27 Juni 1997.

Namun akibat krisis moneter yang berkembang menjadi krisis multi dimensi memaksa pembangunan gedung dihentikan untuk sementara. Pembangunan gedung dilanjutkan kembali pada Bulan Mei 2003 dan selesai pada tanggal 29 Oktober 2004. Setelah tahapan penyelesaian sarana kantor, akhirnya seluruh kegiatan operasional KPwBI Bali dipindahkan ke gedung baru pada Tanggal 8 Agustus 2005. Perpaduan antara arsitektur gedung perkantoran modern yang dibalut unsur-unsur tradisional Bali seakan menambah kekokohan dan kewibawaan gedung. Wilayah kerja KPwBI Bali meliputi seluruh Provinsi Bali yang terdiri dari 9 Kabupaten/Kota yaitu; Jembrana, Tabanan, Badung, Gianyar, Klungkung, Bangli, Karangasem, Buleleng, dan Kota Denpasar.

Sejak 2019, KPwBI Bali ditunjuk sebagai koordinator asesmen dan keuangan regional untuk Wilayah Bali dan Nusa Tenggara. Sehingga selain membawahi 9 Kabupaten/Kota di Provinsi Bali, KPwBI Bali juga mengkoordinir Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lokasi, maka diketahui bahwa strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh Bank Indonesia Provinsi Bali dalam sosialisasi mengenai penerapan QRIS di Provinsi Bali.

Strategi komunikasi di Bank Indonesia tidak dapat di lepaskan dari perjalanan waktu Bank Indonesia sebagai sebuah lembaga. Dengan dikeluarkannya undang-undang bank sentral yang baru tahun 1990, status kelembagaan Bank Indonesia menjadi tidak lagi di bawah koordinasi Pemerintah atau yang dikenal dengan sebutan independen. Menurut Kepala Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali/Direktur Eksekutif, Trisno Nugroho bahwa faktor pendukung terlaksananya sosialisasi penerapan transaksi non tunai (QRIS) di Provinsi Bali yakni perluasan dan peningkatan jumlah merchant yang telah menyediakan fasilitas pembayaran QRIS di seluruh kota/kabupaten.

Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah merchant di wilayah Bali yang telah tersebar di seluruh Kota/Kabupaten. Dimana dengan status ini, Bank Indonesia bertanggungjawab dengan kinerjanya bagi masyarakat. Kondisi ini dimaksudkan agar ekspektasi masyarakat atas kinerja Bank Indonesia mampu diserap dan diakomodir dalam bentuk kebijakan yang tepat dan dikomunikasikan secara transparan. Berdasarkan data BI, transaksi uang elektronik tumbuh pesat satu dekade terakhir. Sepanjang 2018, volume transaksi sebanyak 2,92 miliar transaksi atau tumbuh 16.600 kali dibandingkan 2009. Pertumbuhan nilai transaksi juga melesat. Sepanjang 2018, nilai transaksi Rp47,19 triliun atau tumbuh 90,9 kali dari 2009 yang tercatat Rp519 miliar.

Ekonomi Ahli Grup Perumusan & Implementasi KEKDA KPwBI Bali / Deputi Direktur, S. Donny H. Heatubun mengungkapkan sosialisasi dan edukasi penerapan transaksi non tunai khususnya QRIS bisa dikatakan berhasil dapat dilihat dari perkembangan volume transaksi dan nilai transaksi yang terus meningkat. Sejak diluncurkannya QRIS pada Agustus 2019, kemudian masa pandemi Covid-19 sejak Maret 2020, volume dan nominal transaksi QRIS di wilayah Bali terus meningkat dengan pesat setiap bulannya.

Pada Tw 1 2021 saja tercatat jumlah volume transaksi QRIS di wilayah Bali mencapai 618 ribu transaksi dengan nominal mencapai Rp 58,22 miliar, jauh meningkat dibandingkan Tw 4 2020 yang tercatat sebanyak 269 ribu transaksi dengan nominal Rp 22,72 miliar, (Donny, 2021). Adanya keterlibatan seluruh stakeholder dari mulai Bank Indonesia Provinsi Bali, Pemerintah Daerah serta

Penyelenggara Jasa Pembayaran bank maupun non-bank yang massive melakukan implementasi diberbagai sektor ekonomi sosial hingga melakukan banyak edukasi sosialisasi yang menysasar berbagai kalangan masyarakat Bali.

Sepanjang tahun 2020 hingga Maret 2021, juga telah dilakukan peresmian implementasi penggunaan QRIS di total 24 destinasi wisata, 5 jenis moda transportasi, 28 kantor samsat, 8 rumah sakit daerah, 6 pasar tradisional, 1 lingkungan TNI KOREM. Tidak hanya itu, untuk mengakselerasi penggunaan QRIS dari sisi merchant, telah diselenggarakan 11 event strategis dengan skala lokal hingga nasional hingga 10 expo dan pameran, (Trisno, 2021).

Hal ini dikaitkan dengan konsep yang dikemukakan Onong Uchjana Effendi dalam buku yang berjudul “Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek” yakni strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.

Adanya kerja sama antar divisi oleh Bank Indonesia Provinsi Bali dalam sosialisasi mengenai penerapan QRIS di Provinsi Bali di setiap kegiatan yang dilaksanakan Bank Indonesia. Tidak terbatas dari kegiatan itu saja, Bank Indonesia juga menjalin kerjasama dengan bank konvensional dalam hal menyosialisaikan QRIS kepada masyarakat. Selain menjalin mitra dengan bank konvensional, Bank Indonesia juga memanfaatkan media baik secara langsung mengundang media saat mengadakan sosialisasi maupun mengirimkan informasi kepada media mengenai QRIS sehingga media tersebut dapat menyebarluaskan informasi mengenai QRIS keseluruh masyarakat khususnya di Provinsi Bali. Sehingga masyarakat Provinsi Bali bisa mengetahui mengenai adanya sistem pembayaran yang baru ini. Kode digital yang menyimpan berbagai macam informasi dalam rangkaian gambar dua dimensi itu memang kini semakin gencar digunakan pada sistem pembayaran.

Namun, dari banyaknya keuntungan dalam menggunakan QRIS ini, tidak bisa dipungkiri bahwa masih ada hal yang merupakan faktor penghambat dan pendorong sosialisasi mengenai penerapan QRIS di Provinsi Bali. Adapun faktor pendukung terlaksananya sosialisasi penerapan transaksi non tunai (QRIS) di Provinsi Bali yakni perluasan dan peningkatan jumlah merchant yang telah menyediakan fasilitas pembayaran QRIS di seluruh kota/kabupaten. Keterlibatan media baik secara langsung maupun tidak langsung. Media merupakan sarana penyampai informasi dan penyalur aspirasi masyarakat. Peran media yang sangat strategis dianggap sebagai sarana yang paling efektif untuk penyebarluasan informasi terkait kegiatan sosialisasi QRIS di Provinsi Bali. Sesuai dengan Effendy (2009) bahwa sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.

Manfaat dari sisi konsumen atau masyarakat dari menggunakan QRIS yakni menjadi alternatif pembayaran yang aman dan higienis, pengeluaran tercatat, Aman, Cepat, Convenient dan Efisien. Cukup instal dan punya satu akun dari satu aplikasi penyedia sistem pembayaran dan bisa scan QRIS dari bermacam penyeleggara sistem pembayaran. Adanya keterlibatan seluruh stakeholder dari mulai Bank Indonesia Provinsi Bali, Pemerintah Daerah serta Penyelenggara Jasa Pembayaran bank maupun non-bank yang massive melakukan implementasi diberbagai sektor ekonomi sosial hingga melakukan banyak edukasi sosialisasi yang menysasar berbagai kalangan masyarakat Bali.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Humas Bank Indonesia dalam Sosialisasi Penerapan Transaksi Non Tunai (QRIS) di Provinsi Bali dapat ditarik kesimpulan.

Strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh Bank Indonesia Provinsi Bali dalam sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali. Peneliti memperoleh hasil penelitian sebagai berikut, strategi komunikasi yang digunakan di Bali mengikuti arahan dari kantor pusat. Kemudian Bank Indonesia memandang komunikasi yang efektif sebagai instrumen untuk membentuk dan mengarahkan ekspektasi masyarakat atas kebijakan yang ditempuh dan sasaran yang akan dicapai. Sehingga strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Faktor penghambat dan pendukung dalam sosialisasi penerapan QRIS di Provinsi Bali ditemukan yakni faktor penghambat kurangnya kesadaran masyarakat mengenai keuntungan menggunakan QRIS. Namun adanya faktor pendukung yakni tersedianya fasilitas yang memadai. Manfaat yang diperoleh ketika masyarakat dan pemerintah menggunakan QRIS yakni menjadi alternatif pembayaran dan bagi pemerintah yakni menaikkan perekonomian dan pertumbuhan ekonomi.

Dari pemaparan kesimpulan diatas, adapun saran KPw Bank Indonesia Provinsi Bali diharapkan lebih massif mengedukasi terkait penerapan QRIS kepada masyarakat. Masyarakat khususnya bagi mahasiswa sebagai pengguna memanfaatkan QRIS sebagai sumber transaksi dalam keseharian. Peneliti selanjutnya disarankan agar mengembangkan lebih jauh penelitian terkait Strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh Bank Indonesia. Terutama dalam penelitian selanjutnya aspek yang dapat dikaji terkait strategi komunikasi humas yakni bagaimana langkahlangkah humas menulis rilis untuk media massa dan mengetahui bagaimana komunikasi humas dalam menjalin kemitraan kepada wartawan dan media.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia, Quick Respon Indonesia Standart (QRIS) <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>, (diakses 20 Maret 2021).
- Basuki, Heru. 2006. *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan Dan Budaya*. Jakarta. Biprofil, <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/profil/Default.aspx>, (diakses 4 Agustus 2021).
- Efendi, Onong Uchjana 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda
- Karya. Fred David, 2004. *Manajemen Strategis: Konsep-konsep*. Jakarta: Indeks
- Hafied Cangara, 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lawrence R Jauch, William F Glueck. 2001. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan (Edisi Ketga)*. Jakarta. Erlangga.
- Morissan, 2018. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana
- Mudzhira Nur Amrullah, 2015. *Strategi Komunikasi LPM UIN Alauddin Makassar dalam mensosialisasikan STILes*. Makassar: Lemlit UIN Alauddin
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Rosady Ruslan, 2017. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Depok: Rajawali Pers
- Suandi, I Nengah. 2008. *Buku Ajar Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. Singaraja:Undiksha.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, V.Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Usman, Husaini dan PS Akbar. 2004. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wendra, I Wayan. 2017. *Penulisan Karya Ilmiah (Skripsi, Proposal Penelitian dan Artikel)*. Singaraja:Undiksha. Wikipedia, Sosialisasi <http://id.wikipedia.org/search/sosialisasi>, (diakses 20 Maret 2021).