

**PERENCANAAN KOMUNIKASI BANK INDONESIA PROVINSI RIAU DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM QRIS QR CODE INDONESIAN STANDARD DI
PEKANBARU**

Oleh: Muhammad Resfi Hambali
Muhammadresfihambali@gmail.com

Pembimbing: Dr. Yasir, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Hubungan Masyarakat

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Bank Indonesia, which presents payment methods using QR Codes, connects payment transaction services with QR Code smartphone cameras that have been connected to user accounts called QRIS QR Code Indonesian Standard. To achieve this goal, of course, communication planning is needed in socializing the QRIS QR Code Indonesian Standard program to the community in order to realize the QRIS QR Code Indonesian Standard program especially in Pekanbaru City. This research uses qualitative methods with a descriptive approach. The research informant numbered fives people using purposive techniques with informants. Data collection techniques are interviews, observations, and documentation. The data analysis technique was performed using Miles and Huberman's interactive data analysis model. To achieve the validity of the data in this study the authors used extension of participation and triangulation.

The results of this study show that the target of communication planning in socializing the QRIS QR Code Indonesian Standard program in Pekanbaru consists of five target groups, namely PJSP (Payment System Service Provider), government, merchants, educational institutions and the people of Pekanbaru through channels or communication media. Communication planning in socializing the QRIS QR Code Indonesian Standard program has a message that is informative, persuasive, and educative. But in the implementation of communication planning in socializing the QRIS QR Code Indonesian Standard program has several obstacles that become an evaluation of the socialization program that includes 2 stages.

Keywords: QRIS QR Code-Bank Indonesia-Pekanbaru

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman teknologi semakin hari semakin membuat berkurang orang yang menggunakan uang *cash* disebut juga dengan *cashless* dikarenakan sistem pembayaran saat ini menggunakan sistem digital atau dengan uang elektronik, sehingga bisa memudahkan orang untuk tidak membawa uang *cash* dan tanpa sentuhan. Wabah pandemi Covid-19 membuat hampir seluruh masyarakat Indonesia, segala aktivitas dilakukan secara terbatas. Implikasi dari kondisi ini adalah transaksi pembayaran pun kini banyak dilakukan secara digital.

Saat ini di Indonesia telah memiliki banyak sistem pembayaran berbasis *online* seperti OVO, GoPay, LinkAja, dan DANA dengan *QR Code* yang berbeda-beda. Untuk menyederhanakan hal tersebut, maka dibuatlah *QRIS (QR Code Standart Indonesian)* yang merupakan langkah awal dari transformasi digital Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) yang diyakini mampu membantu percepatan pengembangan ekonomi serta keuangan digital. Sehingga terdapat empat standarisasi yang diterbitkan oleh Bank Indonesia yaitu Interoperabilitas, Interkonektivitas, *Security*, dan Inklusi.

Begitupula dengan terobosan terbaru dari Bank Indonesia yang menghadirkan metode pembayaran menggunakan *QR Code*, menghubungkan layanan transaksi pembayaran dengan *QR Code* kamera *smartphone* yang sudah terhubung dengan akun pengguna. Selain itu, *QR Code* merupakan penghubung secara cepat konten daring dan juga luring yang memungkinkan banyak orang mampu berinteraksi dengan media yang ditempel melalui pemindai agar lebih efektif dan efisien.

Tentunya program baru yang diluncurkan kurang dari satu tahun ini masih harus disosialisasikan kepada masyarakat, khususnya di kota Pekanbaru yang masih banyak belum mengetahui Bank Indonesia membuat program QRIS sebagai sarana sistem pembayaran. Meskipun telah disalurkan oleh *media partner online* dan *offline* seperti Riau Pos dan Tribun Riau, informasi mengenai program QRIS ini tidak tersebar secara baik karena masih banyak masyarakat yang menggunakan uang tunai.

Sosialisasi Bank Indonesia dalam mengenalkan QRIS tentunya dalam basis nasional termasuk Sumatera. Sumatera Barat sendiri melalui sosialisasi di Pasar Raya Padang dan penggunaan QRIS untuk pembayaran zakat itu, posisi pengguna QRIS sepanjang Januari 2020 itu 21.003 merchant, dan pada bulan Februari 2020 ada sebanyak 22.496 merchant. Sedangkan di Sumatera Utara Program Sosialisasi QRIS untuk masyarakat saat ini dalam proses.

Pada tahun 2021, Kota Pekanbaru menempati peringkat satu Indeks Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (IETPD) triwulan ketiga tahun 2021 untuk tingkat nasional dengan capaian 90 persen. Ini merupakan lompatan besar karena Kota Pekanbaru sempat masuk indeks kota berkembang pada triwulan I tahun 2021 dengan IETPD hanya 54 persen. Walikota Pekanbaru Firdaus mengatakan, Ibukota Provinsi Riau memiliki kesempatan besar meraih peringkat satu untuk kategori kota dalam IETPD tahun 2021. Hal itu karena pada triwulan keempat, IETPD Pekanbaru diproyeksikan mencapai angka 94 hingga 100 persen. Meningkatnya IETPD Pekanbaru tidak terlepas meningkatnya peningkatan penggunaan QRIS di

masyarakat kota Pekanbaru, ini juga sejalan dengan program Bank Indonesia dalam mensosialisasikan dan meningkatkan penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standard QRIS* (<https://betuah.com/> dengan judul Penggunaan QRIS Meningkat, Pekanbaru tempati Peringkat satu IETPD 2022 di pekanbaru). Hal tersebutlah yang melandasi masih perlunya dilakukan sosialisasi oleh Bank Indonesia provinsi Riau di Pekanbaru.



Tujuan dilakukannya sosialisasi program QRIS ini yaitu memberikan informasi serta penjelasan mengenai fungsi dan tujuan dari program QRIS agar memudahkan masyarakat menggunakan sistem pembayaran digital dan ikut serta dalam mewujudkan program Bank Indonesia di kota Pekanbaru. Untuk mencapai tujuan diperlukan perencanaan yang matang termasuk perencanaan komunikasi.

Menurut John Middleton (dalam Cangara, 2013:45), perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Setiap organisasi perlu melakukan suatu perencanaan dalam setiap kegiatan organisasinya. Perencanaan komunikasi merupakan aktivitas yang tak terpisahkan dalam program. Untuk meminimalkan tingkat kegagalan komunikasi, maka sebelum melakukan kegiatan penyampaian pesan, sebaiknya

dibuatlah perencanaan komunikasi. Kegiatan apapun bentuknya perlu diawali dengan perencanaan yang matang untuk mencapai hasil seperti yang diharapkan.

Dalam kajian ilmu komunikasi, sebuah perencanaan diperlukan dalam manajerial kegiatan. Perencanaan adalah perumusan tujuan usaha, prosedur, metode dan jadwal pelaksanaannya, di dalamnya termasuk ramalan tentang kondisi yang akan datang dan perkiraan akibat dari rencana terhadap kondisi tersebut. Perencanaan akan memberi efek baik pada pelaksanaan maupun pengawasan (Yasir 2011:1-2).

Uraian tersebut sebagai motivasi penulis untuk meneliti tentang penerimaan masyarakat mengenai penerapan QRIS sebagai teknologi untuk melakukan transaksi pada dompet digital, guna mengetahui terlaksananya tujuan sosialisasi QRIS sebagai teknologi pembayaran nontunai. Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan dompet digital yang telah menerapkan QRIS pada teknologi pembayarannya.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai QR Code, penulis tertarik untuk melihat faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap QRIS menggunakan metode penerimaan *Unified Theory of Acceptance and Use Technology* (UTAUT2), serta mengetahui tingkat penerimaan masyarakat terhadap penggunaan QRIS sebagai standar *QR Code* Indonesia dengan menggunakan faktor-faktor yang terdapat pada model UTAUT2.

Penelitian sejenis terdahulu yang menjadi rujukan penulis yaitu Annisa Citra Triyandra pada tahun 2017 dengan judul perencanaan komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan

Persandian Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program *smart city*. Sejalan dengan penelitian sejenis terdahulu tersebut, hampir sama pada penelitian yang akan penulis lakukan. Hanya saja, objek yang menjadi fokus penelitian Annisa terletak pada perencanaan komunikasi yang dilakukan Diskominfo Pekanbaru dalam mensosialisasikan program *smart city* di Pekanbaru, sedangkan pada penelitian ini berfokus terhadap perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh humas Bank Indonesia Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program QRIS di Pekanbaru.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Bank Indonesia menentukan sasaran komunikasi untuk mensosialisasikan program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru?
2. Bagaimana perencanaan pemilihan saluran dan media komunikasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru ?
3. Bagaimana perencanaan pesan komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru?
4. Bagaimana evaluasi perencanaan komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Perencanaan sasaran Komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau dalam Mensosialisasikan Program QRIS (*QR Code Indonesian Standard*) di Pekanbaru.
2. Perencanaan pemilihan saluran dan media komunikasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia Provinsi Riau dalam Mensosialisasikan Program QRIS (*QR Code Indonesian Standard*) di Pekanbaru.
3. Perencanaan pesan komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program QRIS(*QR Code Indonesian Standard*) di Pekanbaru.
4. Evaluasi perencanaan komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program QRIS (*QR Code Indonesian Standard*) di Pekanbaru.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis

Sebagai langkah awal bagi peneliti untuk mengembangkan ilmu dan teori yang telah didapatkan selama ini serta diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya kepustakaan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan Perencanaan Komunikasi.

Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan jadi bahan masukan bagi Bank Indonesia dalam meningkatkan pengetahuan Perencanaan Komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau dalam Mensosialisasikan Program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Metodologi deskriptif. kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Pawito, 2008: 84). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2014: 1). Penelitian ini bermaksud mendeskripsikan gambaran tentang Perencanaan Komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program Qris QR Code Indonesian Standard di Pekanbaru.

Subjek & Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah manusia sebagai instrumen pendukung dari penelitian yang akan dilakukan. Berkaitan dengan fokus penelusuran data dan bukti-bukti secara faktual, dapat berupa data wawancara, reaksi, dan tanggapan atau keterangan (Moleong, 2010).

Penggalian yang dilakukan untuk mengetahui pendapat mereka berdasarkan perspective responden dalam memandang sebuah permasalahan. Teknik wawancara ini dilakukan oleh seorang pewawancara dengan mewawancarai satu orang secara tatap muka (*face to face*).

Berdasarkan pendapat diatas, maka pengambilan subjek berdasarkan metode wawancara mendalam dimana proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan

responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah para informan yang merupakan orang-orang yang bekerja khususnya bagian Humas yang terdapat pada divisi Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan yang memiliki tanggung jawab dalam program QRIS *QR Code Indonesian Standard* dan yang mensosialisasikan program tersebut yang berjumlah empat orang informan.

Informan pertama adalah Asistant Manager BI yang bertanggung jawab dalam program sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesian Standard*. Informan kedua Abiyoga Gibran sebagai Analisis Junior Fungsi Implementasi Kebijakan Sistem Pembayaran KBBi Riau. Informan ketiga yaitu Bangun Permaidhy sebagai PCPM – 35 yang bertugas sebagai pengembangan dalam program QRIS *QR Code Indonesian Standard*. Informan keempat yaitu Maulana sebagai pengguna QRIS *QR Code Indonesian Standard* untuk triangulasi dalam penelitan ini. Informan kelima yaitu Ayana sebagai pengguna QRIS *QR Code Indonesian Standard* non aktif. Lalu Informan keenam yaitu Thariq sebagai pengguna QRIS *QR Code Indonesian Standard* pada merchant.

Dalam melakukan sebuah penelitian yang pertama kali diperhatikan adalah objek penelitian yang akan diteliti. Dimana objek penelitian tersebut terkandung masalah yang akan dijadikan bahan penelitian untuk dicari pemecahannya. Menurut Sugiyono (2014: 20) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek dalam penelitian ini berkaitan dengan fokus perencanaan komunikasi bank indonesia provinsi Riau dalam mensosialisasikan program *QRIS* di Pekanbaru.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Sebagai langkah awal dalam penelitian ini, penulis akan melakukan tahapan pengumpulan data melalui teknik wawancara (*interview*) dengan bantuan informan. Menurut Esterberg (2002) dalam Sugiyono (2014: 72) wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara juga dapat diartikan sebagai percakapan dengan maksud tertentu. Selain itu, wawancara diartikan sebagai bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana, 2004: 180).

Wawancara yang telah peneliti lakukan dengan menemui langsung informan terkait di Bank Indonesia ada 2 tahap. Peneliti melakukan wawancara tahap pertama di BI setelah program QRIS ini selesai dikampanyekan di Pekanbaru. Pertanyaan dari wawancara ini dimulai dengan bagaimana perencanaan komunikasi dalam memperkenalkan program QRIS hingga apa yang menjadi kendala selama proses pengenalan program ini. Wawancara tahap kedua dilakukan ketika sudah banyak *merchant* yang menggunakan QRIS di Pekanbaru dan melakukan obeservasi lapangan

dengan mewawancarai pengguna QRIS di salah satu *merchant*.

Observasi yang telah dilakukan peneliti yaitu dengan cara mengunjungi *merchant* yang menggunakan sistem pembayaran QRIS ini seperti menanyakan apakah *merchant* ini sudah bisa menggunakan QRIS dengan benar dan apakah masyarakat juga sudah paham menggunakan satu sistem pembayaran ini walaupun dengan aplikasi pembayaran yang berbeda. *Merchant* seperti *cafe*, *coffee shop* dan butik yang paling banyak menggunakan QRIS pastinya sudah sangat paham dan sangat mempermudah cara pembayaran. Sasaran observasi selanjutnya adalah para pedagang di pasar hingga pedagang kaki lima karena memang yang paling sulit mempelajari dan mengedukasi sistem pembayaran QRIS ini adalah masyarakat yang sudah sangat terbiasa dengan pembayaran uang tunai tanpa menggunakan handphone dan aplikasi. Jika dilihat dari awal peluncuran program QRIS hingga saat ini sudah banyak pedagang-pedagang kaki lima yang menggunakan sistem pembayaran ini juga karena tidak semua masyarakat membawa uang tunai.

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dari hasil dokumentasi berupa foto, video dan dokumen serta melakukan penelusuran melalui website dan sosial media Bank Indonesia mengenai Perencanaan Komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program QRIS di Pekanbaru seperti dokumentasi wawancara dan observasi pada *merchant-merchant* QRIS sebagai validasi hasil wawancara dengan informan.

Analisis Data

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2014: 88) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis

data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Nasution (1998) dalam Sugiyono (2014: 89) menyatakan bahwa analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, Sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Berdasarkan pengertian di atas, maka data diolah menggunakan metode kualitatif di mana data yang diperoleh dari hasil wawancara dan diuraikan dengan berpedoman kepada landasan teori yang berhubungan dengan pembahasan untuk digunakan dalam penelitian ini yaitu Model Interaktif Huberman dan Miles.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Terkait dengan perkembangan zaman karena penemuan teknologi semakin hari semakin berkurang orang yang menggunakan uang *cash* disebut juga dengan *cashless* dikarenakan sistem pembayaran saat ini menggunakan sistem digital atau dengan uang elektronik, sehingga bisa memudahkan orang untuk tidak membawa uang *cash*. Begitupula dengan terobosan terbaru dari Bank Indonesia yang menghadirkan metode pembayaran menggunakan *QR Code* dengan program QRIS *QR Code Indonesian Standard Indonesian Standard* yang menghubungkan layanan transaksi pembayaran dengan *QR Code* kamera *smartphone* yang sudah terhubung dengan

akun pengguna. Selain itu, QRIS *QR Code Indonesian Standard* merupakan penghubung secara cepat konten daring dan juga luring yang memungkinkan banyak orang mampu berinteraksi dengan media yang ditemplei melalui pemindai agar lebih efektif dan efisien.

Adapun tujuan program QRIS *QR Code Indonesian Standard* ini adalah mempermudah pembayaran digital. Hal ini bermanfaat baik bagi pembeli maupun *merchant* regulator, karena semua pembayaran non tunai dapat diawasi dari satu pintu. QRIS *QR Code Indonesian Standard* ini diadakan untuk memudahkan pembayaran digital yang disusun oleh BI dan ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia) dengan mengikuti standar internasional EMV Co. bahwa tujuan dari QRIS *QR Indonesian Standard* adalah untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran.

“Tujuannya sebenarnya untuk mempermudah transaksi dengan aplikasi pembayaran digital. karena proses transaksi lebih mudah, mencegah beredarnya uang palsu, alternatif pembayaran semakin beragam, transaksi yang mudah” (Wawancara dengan Fadel Muhammad pada tanggal 18 Mei 2021).

Untuk mencapai tujuan program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru, maka Bank Indonesia membutuhkan perencanaan komunikasi yang tepat sehingga tujuan dari sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru dapat tercapai secara efektif dan tepat sasaran.

A. Perencanaan Sasaran Komunikasi Bank Indonesia Dalam Mensosialisasikan Program QRIS QR Code Indonesian Standard Di Pekanbaru

Perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia dalam mensosialisasikan program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru adalah dengan menentukan khalayak atau sasaran komunikasi dari program ini. Sasaran yang dimaksud dalam hal ini adalah pihak-pihak yang nantinya akan menggunakan QRIS dalam melakukan pembayaran digital.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti yang menjadi sasaran komunikasi Bank Indonesia adalah kesemua lini. Hal ini didukung dengan wawancara peneliti dengan Fadel Muhammad yaitu:

“Program QRIS *QR Code Indonesian Standard* ini sasaran komunikasi kita ke semua lini. pertama ke PJSP yang sudah ditunjuk langsung oleh BI pusat ya, PJSP (Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran). Jadi mereka ni wajib kita berikan sosialisasi terlebih dahulu karena nantinya mereka juga ikut mensosialisasikan program ini ... Lalu sasaran selanjutnya itu ke pemerintahan. Kenapa? karena nantiya program QRIS ini bisa diterapkan untuk membayar pajak dan juga bisa di pakai di kantin-kantin mereka. ketiga itu ke para *merchant* yang melakukan penyedia transaksi secara *pull payment* dimana *merchant* nantinya melalui *acquirer* menagih pembayaran ke akun nasabah. keempat sasaran kita institusi pendidikan seperti sekolah-sekolah dan universitas. Dan kelima ke masyarakat Pekanbaru secara luas”

Selain PJSP, dalam wawancara peneliti dengan Abiyoga Gibran, target sasaran dari QRIS yaitu usaha besar, usaha menengah, usaha kecil, dan usaha mikro seperti moda transportasi, *chain store*, parkir, pedagang kaki lima, pasar tradisional, *online market*, tempat ibadah

dan donasi, *event* pameran dan pelaku penyedia transaksi secara *pull payment*.

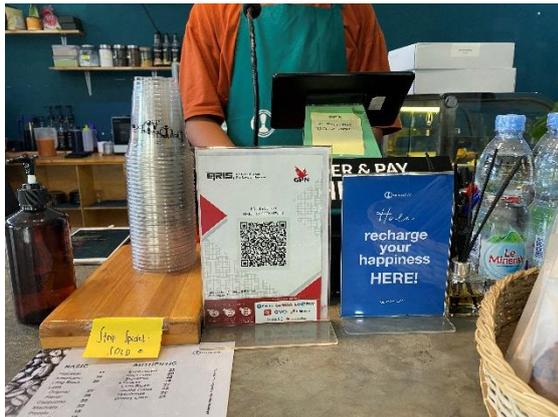
Dalam wawancara peneliti dengan Fadel Muhammad, ia menjelaskan bahwa ada beberapa sasaran komunikasi dari program QRIS *QR Code Indonesian Standard*, seperti PJSP (Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran), pemerintah, *merchant* penyedia transaksi, serta institusi pendidikan seperti sekolah dan universitas, dan yang paling penting kepada masyarakat Pekanbaru secara luas.

Sebagai triangulasi dalam penelitian ini, peneliti membandingkan hasil wawancara informan dari Bank Indonesia Riau dengan orang dari luar Bank Indonesia Riau pengguna QRIS *QR Code Indonesian Standard* tentang bagaimana sasaran perencanaan komunikasi sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru sebagai berikut:

“Saya fikir BI sudah tepat sasaran dalam mensosialisasikannya di Pekanbaru, karena sistem pembayaran yang instan dan mudah digunakan masyarakat ini sangat dibutuhkan disaat masyarakat lebih *aware* dengan kesehatan seperti menghindari sentuhan langsung melalui uang tunai. Walaupun belum semua masyarakat sudah menggunakan sistem pembayaran ini tetapi sasaran sosialisasinya sudah mencapai *merchant* hingga pasar-pasar”, (Wawancara dengan Maulana pada tanggal 12 Desember 2021).

Sasaran perencanaan komunikasi sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru sudah tepat sasaran karena sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesian Standard* sudah mencapai *merchant* hingga pasar-pasar sehingga sistem pembayaran dapat digunakan masyarakat dengan instan dan

mudah.



B. Perencanaan Pemilihan Saluran Dan Media Komunikasi Oleh Bank Indonesia dalam Mensosialisasikan Program QRIS QR Code Indonesian Standard Di Pekanbaru

Perencanaan media merupakan upaya penentuan alat apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada sasaran. Media sendiri digunakan sebagai alat untuk menyalurkan ide, hal ini juga diharapkan mampu mendatangkan *feedback* dari khalayak sasaran mengingat media dapat menjangkau sasaran komunikasi yang lebih luas, serta mempunyai fungsi sosial untuk menjadi alat penerangan. Untuk itu Bank Indonesia perlu menginformasikan melalui media komunikasi yang tepat, agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima oleh target sasaran.

Berdasarkan hasil observasi peneliti tentang penyampaian saluran dan media komunikasi sosialisasi program QRIS QR Code Indonesian Standard di Pekanbaru ini dilakukan Bank Indonesia adalah secara langsung (*face to face*) dan juga menggunakan media *online*.

“Jadi kita kemarin udah beberapa kali sosialisasi kayak ke LANUD, ke BRIMOB, terus ke DISKOMINFO, terus ke UMKM UMKM di

Pekanbaru. Jadi kita sosialisasi langsung. Kalo media online ya kita lewat kanalnya Bank Indonesia Riau sih, Genbi kan sebagai penerima beasiswa Bank Indonesia juga kita berdayakan untuk sosialisasi QRIS juga. Kalo media onlinenya ya ada instagam, facebook, twitter, itu sih paling yang kita punya sih, sama youtube. Kita juga bundling acara biasanya, misalkan acara UMKM yang di divisi ekonomi moneter dan pembangunan UMKM itu biasanya kita selipin edukasi QRIS.” (Wawancara dengan Abiyoga , pada tanggal 7 Desember 2021).

Bank Indonesia Provinsi Riau ini menggunakan seluruh media. Yang pertama dimulai dari media langsung seperti *roadshow* ke kampus ataupun ke sekolah, pasar tradisional. Yang kedua dari media cetak atau surat kabar lokal dalam menyampaikan pesan-pesan sosialisasinya di kota Pekanbaru. Ketiga media internet *website*, berita online, hingga media sosial seperti instagam dan facebook. Sosialisasi program QRIS dilakukan dengan memaksimalkan media sosial sosial seperti di akun instagam @Bank_Indonesia_Riau dan juga facebook Bank Indonesia Riau yang dikemas sekreatif mungkin, bahkan *endorse* beberapa akun agar memberikan informasi dan edukasi tentang program QRIS QR Code Indonesian Standard.

C. Perencanaan Pesan Komunikasi Komunikasi Oleh Bank Indonesia Dalam Mensosialisasikan Program QRIS QR Code Indonesian Standard Di Pekanbaru

Dalam perencanaan komunikasi, pesan memiliki peran penting dalam mencapai tujuan komunikasi, dimana isi pesan yang mengkondisikan, menguatkan atau membuat pengubahan tanggapan

sasaran. Pesan disini adalah berupa informasi yang disampaikan oleh sumber kepada penerimanya. Pesan yang disampaikan kepada khalayak sangat penting karena pesan inilah nanti yang akan mempengaruhi khalayak agar tertarik.

Bank Indonesia dalam proses penyampaian pesan kepada khalayak sasaran terkait Program QRIS *QR Code Indonesian Standard* ini, melibatkan seluruh pengurus Bank Indonesia Provinsi Riau. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Fadel Muhammad berikut ini:

“Dalam penyampaian pesan tentunya kita semuanya terlibat dalam mengenalkan program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru ini tapi ada beberapa orang yang lebih mengerucut pembahasannya dan lebih detail dalam penyampaiannya, Misalnya kita memiliki kriteria yang harus dimiliki oleh komunikator tersebut harus mempunyai kredibilitas, berpengalaman dibidangnya, mempunyai keahlian dan punya pengetahuan yang luas dibidangnya”, (Wawancara dengan Fadel Muhammad, pada tanggal 18 Mei 2021).



Dalam penelitian ini, peneliti mengamati bahwa Bank Indonesia

Provinsi Riau dalam menyampaikan pesan mengenai program QRIS *QR Code Indonesian Standard* menggunakan perencanaan bentuk pesan dan sifat pesan. Bentuk pesan yang digunakan Bank Indonesia terdiri dari atas pesan verbal dan non verbal. Sedangkan sifat pesannya adalah bersifat informatif, persuasif dan edukatif. Pesan yang bersifat informatif dalam mensosialisasikan program QRIS *QR Code Indonesian Standard*, juga bersifat persuasif. Dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, nantinya akan diselipkan pesan-pesan yang bersifat mengajak dengan tujuan dapat mempengaruhi masyarakat atau sasaran khalayak untuk ikut turut berkontribusi dalam sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesian Standard*.

D. Evaluasi Perencanaan Komunikasi Oleh Bank Indonesia Dalam Mensosialisasikan Program QRIS QR Code Indonesian Standard Di Pekanbaru

Efektivitas sebuah program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi. Aktifitas ini merupakan proses yang mengukur hasil kegiatan sosialisasi QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru berdasarkan target atau tujuan yang hendak dicapai dan telah dirumuskan sejak dimulainya program tersebut. Evaluasi disini ingin melihat apakah pelaksanaan program ini telah menghasilkan dampak bagi khalayak sasaran itu sendiri dalam hal ini terjadinya perubahan perilaku, sikap, atau pengetahuan yang lebih baik atau tidak.

Bank Indonesia selalu melakukan evaluasi setelah kegiatan sosialisasi QRIS *QR Code Indonesian Standard* dilaksanakan. Hal ini dilakukan guna mengetahui kekurangan dan kesalahan

dalam segi perencanaan dan sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru.

“Kalau untuk evaluasi kita lebih evaluasi ke tim ya yang bersosialisasi itu kita evaluasi sama mereka apa saja kendalanya. Jadi disana kita tahu point-point apa saja. lalu kita juga evaluasinya sama pihak PJSP jadi lebih ke *report* sekalian sih. kita sampaikan laporan-laporan, temuan-temuan kita dilapangan. Setelah itu mungkin ada masukan, ada kritikan. Disanalah kita dapat masukan dan apa saja tindak lanjut dari kendala tersebut dalam mensosialisasikan dilapangan atau dari media apapun itu akhirnya kita bisa tau apa tindak lanjutnya”, (Wawancara dengan Fadel Muhammad, pada tanggal 18 Mei 2021).

Evaluasi tahap pertama merupakan evaluasi internal yang dilakukan Bank Indonesia bersama Tim BI Provinsi Riau. Sedangkan evaluasi tahap kedua adalah evaluasi eksternal yaitu evaluasi yang dilakukan bersama PJSP yaitu dengan Bank BRI dan BSM dengan mendapatkan *report* dari kedua Bank tersebut sehingga dapat di evaluasi dan ditinjau kembali apa yang kurang.

Evaluasi dari perencanaan komunikasi sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesian Standard* di Pekanbaru adalah perlu edukasi secara berkelanjutan kepada pihak yang terkait. Yang kedua adalah memperluas media luar ruang seperti *billboard*, iklan tv, dan radio.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, Penggunaan media oleh Bank Indonesia Provinsi Riau cukup efektif walaupun masih belum maksimal digunakan. Dilihat dari model komunikasi perencanaan komunikasi Assifi dan French pada tahun 1992 dalam model ini dijelaskan beberapa

media yang dapat digunakan dalam melakukan perencanaan komunikasi. Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa saluran dan media komunikasi yang digunakan oleh Bank Indonesia dalam menyampaikan pesan mengenai program ini kepada khalayak. Media sosial instagram yang aktif digunakan Bank Indonesia Provinsi Riau untuk memberikan informasi mengenai program QRIS *QR Code Indonesian Standard*. Instagram merupakan salah satu media sosial populer saat ini. Hal inilah yang dimanfaatkan Bank Indonesia untuk mengajak masyarakat kota Pekanbaru untuk menyukseskan dalam program QRIS *QR Code Indonesian Standard* melalui media instagram.

Dalam penjabaran yang telah dijelaskan pada hasil penelitian, Bank Indonesia dalam menyampaikan pesan mengenai program QRIS *QR Code Indonesian Standard* menggunakan perencanaan sifat pesan. Dalam model Assifi dan French juga dijelaskan dalam merancang pesan, komunikator juga harus mempertimbangkan mengenai sifat-sifat pesan. Pesan yang bersifat informatif disampaikan Bank Indonesia berkaitan dengan informasi mengenai tujuan dari program QRIS *QR Code Indonesian Standard*.

Sedangkan dalam menyampaikan pesan yang bersifat persuasif, Bank Indonesia menggunakan kata-kata yang menarik dan diselipkan kata-kata persuasif atau mengajak untuk mempengaruhi sasaran. Salah satu contoh pesan yang digunakan dalam testimoni video yang diunggah di media sosial instagram Bank Indonesia Provinsi Riau yaitu: “Yuk gunakan QRIS”. Melalui pesan ini Bank Indonesia Provinsi Riau juga mengajak untuk ikut mendukung program ini dengan

cara membantu menyebarkan pesan ini di media sosial milik mereka dan akun instagram endorsan mereka.

Terakhir pesan yang disampaikan juga bersifat edukatif pesan mengenai pentingnya penggunaan QRIS *QR Code Indonesian Standard* kepada masyarakat dan memberikan edukasi kepada para merchant mengenai pesan tentang program QRIS *QR Code Indonesian Standard*, yang mana nantinya para merchant mengetahui bagaimana mengendalikan ke para *merchant* yang melakukan penyedia transaksi secara *pull payment* dimana *merchant* nantinya melalui *acquirer* menagih pembayaran ke akun nasabahnya. Kegiatan evaluasi sangat melekat pada perencanaan komunikasi. Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi (Cangara:2013:148).

Meskipun kebanyakan nasabah merasa puas dengan pelayan yang diberikan, akan tetapi program QRIS juga harus meningkatkan kualitas pelayanan baik itu peningkatan dari segi server ataupun dari aplikasi yang menggunakan program QRIS yang bersentuhan langsung dengan nasabah, sehingga kepuasan nasabah terhadap program QRIS dapat terjaga dengan baik.

Bank Indonesia Provinsi Riau dalam hal ini selalu melakukan evaluasi setelah melakukan sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesian Standard* yang telah dilaksanakan. Hal ini dilakukan guna mengetahui kekurangan dan kesalahan dalam segi perencanaan sosialisasi

program QRIS *QR Code Indonesian Standard*. Evaluasi dilakukan Bank Indonesia dalam dua tahap. Evaluasi tahap pertama merupakan evaluasi internal yang dilakukan Bank Indonesia bersama Tim BI Provinsi Riau.

Sedangkan evaluasi tahap kedua adalah evaluasi eksternal yaitu evaluasi yang dilakukan bersama PJSP yaitu dengan Bank BRI dan BSM dengan mendapatkan *report* dari kedua Bank tersebut sehingga dapat dievaluasi dan ditinjau kembali apa yang kurang seperti halnya perlunya edukasi QRIS *QR Code Indonesian Standard* secara berkelanjutan dan memperbanyak media luar ruang, seperti *billboard*, iklan tv, radio, sehingga masyarakat akan ingat dengan QRIS *QR Code Indonesian Standard*.

Pelayanan-pelayanan yang diberikan program QRIS sudah dapat memberikan kemudahan kepada nasabah yang akan bertransaksi baik nasabah dalam negeri maupun luar negeri, karna dari dimensi-dimensi pengukuran kepuasan nasabah diatas menunjukkan bahwa kebanyakan dari ekspektasi nasabah terhadap program QRIS sudah terpenuhi, sehingga mayoritas nasabah merasa puas terhadap program QRIS. Perkembangan pengguna QRIS yang meningkat juga mendorong Bank Indonesia menargetkan pada tahun 2022 menjadi 15 Juta pengguna yang mengartikan bahwa program QRIS yang sebelumnya telah tercapai. Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia sudah dapat memberikan dampak dalam bertransaksi.

Berdasarkan model perencanaan komunikasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu perencanaan komunikasi Assifi dan French (1982) dalam Cangara (2013) yang mana

meliputi: perencanaan sasaran komunikasi, perencanaan saluran dan media komunikasi, perencanaan pesan komunikasi, dan evaluasi perencanaan komunikasi. Perencanaan Komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program QRIS QR Code Indonesia Standard di Pekanbaru meliputi sasaran komunikasi seperti PJSP, Pemerintahan, Merchant, Institusi Pendidikan dan Masyarakat Pekanbaru, lalu untuk perencanaan tersebut melalui saluran dan media komunikasi berupa media langsung, media internet dan juga media cetak, serta terdapat perencanaan pesan bersifat pesan informatif, persuasif dan juga edukatif. Program ini juga memiliki evaluasi perencanaan program berupa, evaluasi internal dan juga eksternal.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, penulis akhirnya menarik kesimpulan dari penelitian mengenai Perencanaan Komunikasi Bank Indonesia Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program QRIS QR Code Indonesian Standard Di Pekanbaru sebagai berikut:

1. Sasaran perencanaan komunikasi dalam sosialisasi program QRIS QR Code Indonesian Standard terdiri atas lima kelompok sasaran yakni PJSP (Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran), pemerintahan, merchant-merchant, institusi pendidikan dan masyarakat Pekanbaru.
2. Saluran dan media komunikasi dari perencanaan komunikasi dalam sosialisasi program QRIS QR Code Indonesian Standard dapat diketahui media yang dominan digunakan Bank

Indonesia Provinsi Riau adalah media sosial instagram. Selain itu Bank Indonesia juga menggunakan media sosial lainnya seperti, facebook. Serta saluran dan media komunikasi pendukung lainnya yaitu media cetak (surat kabar), media langsung (roadshow), media internet (website, social media, berita online).

3. Pesan perencanaan komunikasi dalam sosialisasi program QRIS QR Code Indonesian Standard dapat diketahui bersifat informatif, persuasif dan edukatif .
4. Evaluasi perencanaan komunikasi dalam sosialisasi program QRIS QR Code Indonesian Standard dilakukan dalam dua tahap, evaluasi internal yang dilakukan Bank Indonesia Bersama bersama Tim BI Provinsi Riau dan evaluasi eksternal yang dilakukan bersama PJSP seperti perlunya edukasi QRIS QR Code Indonesian Standard secara berkelanjutan dan memperbanyak media luar ruang, seperti billboard, iklan tv, radio, sehingga masyarakat akan ingat dengan QRIS QR Code Indonesian Standard.

Untuk menuju perbaikan dan kesempurnaan penelitian selanjutnya, penulis memberikan beberapa masukan, yaitu:

1. Dalam perencanaan komunikasi perlunya analisis mendalam terhadap sasaran objek terkhususnya program QRIS QR Code Indonesian Standard agar dapat dipahami oleh peneliti selanjutnya.
2. Perlunya analisis yang mendalam terhadap kendala saluran dan media komunikasi yang tidak tepat sasaran dalam perencanaan komunikasi agar mendapatkan sebuah solusi dalam

sosialisasi program QRIS *QR Code Indonesia Standard*.

3. Perlunya edukasi yang berkelanjutan terhadap pesan dari sebuah objek dalam perencanaan komunikasi agar dapat berjalan dengan optimal.
4. Perlunya analisis, pertimbangan, dan diskusi bersama yang mendalam terhadap evaluasi perencanaan komunikasi.
5. Peneliti melihat bahwa potensi dalam program dan penggunaan *QRIS QR Code Indonesia Standard* ini tentu akan berkembang, sehingga adanya kajian lebih dalam untuk penelitian selanjutnya, dengan demikian penelitian selanjutnya dapat memberikan dampak yang lebih positif pada masyarakat terutama masyarakat yang masih belum mengerti mengenai program ini.

REFERENSI

- Alwasilah, A. Chaedar. 2011. *Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Adibah Mumtazah, dkk, 2019. *Server Based Payment System Indonesia Di Era Revolusi Industry: Politeknik Negeri Banjarmasin*.
- Arifin, E. Zainal. 2011. *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. 2011. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hermiina Surya, Petrus Ana Andung, Veki Edizon Tuhana. 2021. *Komunikasi Korporasi dalam Kampanye Digital Program QRIS Lembaga Bank Indonesia NTT: Universitas Nusa Cendana*.
- Josef Evan Sihaloho, dkk, 2020. *Implementasi Sistem Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan: Universitas Sumatera Utara*.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rina Mayanti, *Penelitian Terdahulu dengan judul: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan QRIS Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital : Universitas Gunadarma*.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vandimi, 2019. *Strategi Komunikasi Divisi Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan Bank Indonesia Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa*. Pekanbaru. Fisip Universitas Riau.
- Welly Wirman, Tantri Puspita Yazid, Nurjanah. 2017. *Model Perencanaan Komunikasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT CHEVRON PACIFIC INDONESIA: Universitas Trunojoyo Madura*.
- Yasir, 2011. *Perencanaan Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.