

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI HUMAS BANK  
INDONESIA (BI) DALAM MENJALANKAN  
PROGRAM GERAKAN NASIONAL NON-TUNAI  
(GNNT) PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh :

**M. Ilham Subarna**

**NPM 1403110079**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Public Relations**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

*Bismillahirrahmannirrahim*

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **M. ILHAM SUBARNA**  
N P M : 1403110079  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **EFEKTIVITAS KOMUNIKASI HUMAS BANK INDONESIA DALAM MENJALANKAN PROGRAM GERAKAN NASIONAL NON TUNAI (GNNT) PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN**

Medan, April 2018

Pembimbing



**Drs. ZULFAHMI M.I.Kom**

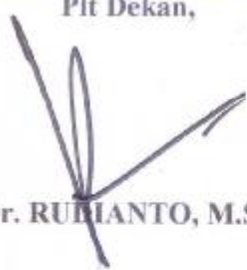
Disetujui Oleh,

**KETUA PROGRAM STUDI**



**NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom**

Plt Dekan,



**Dr. RUBIANTO, M.Si.**

**PENGESAHAN**

*Bismillahirrahmannirrahim*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

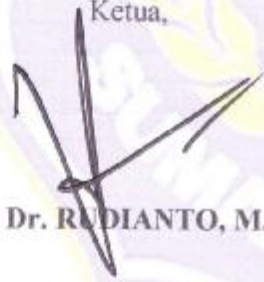
Nama Lengkap : **M. ILHAM SUBARNA**  
N P M : 1403110079  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, tanggal : Jum'at, 22 Maret 2018  
Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d selesai

**TIM PENGUJI**

PENGUJI I : **LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom** (.....)  
PENGUJI II : **AKHYAR NASUTION, S.Sos, M.I.Kom** (.....)  
PENGUJI III : **Drs. ZULFAHMI M.I.Kom** (.....)

**PANITIA PENGUJI**

Ketua,

  
Dr. RUDIANTO, M.Si

Sekretaris,

  
Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

## PERNYATAAN

*bismillahirrahmannirrahim*

Dengan ini saya, M. ILHAM SUBARNA, NPM 1403110079, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 24 April 2018

Yang menyatakan,



M. ILHAM SUBARNA





Cerdas & Terpercaya

Surat ini agar di sebulukin anggaranya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : M. ILLHAM SUBARNA  
N P M : 1403110079  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Skripsi : EFEKTIVITAS KOMUNIKASI HUMAS BANK INDONESIA DALAM MENJALANKAN PROGRAM GNNT PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	15/11/17	- Revisi Latar Belakang Masalah - Perbaiki Susunan Pengetikan	<i>F.</i>
2.	17/11/17	- Revisi Tujuan Penelitian, Revisi Latar Belakang Masalah (Sumber)	<i>F.</i>
3.	14/12/17	- Revisi Rumusan Masalah - Perbaiki Uraian Teoritis, secara umum	<i>F.</i>
4.	15/12/17	- Revisi Metode Penelitian - Kategorisasi - Daftar Pustaka - ACC Seminar Proposal	<i>F.</i>
5.	20/01/18	- Perbaiki Proposal Skripsi - Perbaiki pedoman Wawancara	<i>F.</i>
6.	19/1/18	- Bimbingan Bab 4 & Bab 5	<i>F.</i>
7.	13/1/18	- Revisi Bab 4 & Bab 5 - Perbaiki Penulisan Gelar pada Kata Pengantar	<i>F.</i>
8.	16/1/18	- ACC Sidang Meja Hijau	<i>F.</i>

Medan, 16 - Maret 2018

Dekan,  
*[Signature]*  
Drs. Bedianto

Ketua Program Studi,  
*[Signature]*  
Nurhasanah Nst, S.Sos, M.I.Kom

Pembimbing ke : I,  
*[Signature]*  
Drs. Zulfahmi, M.I.Kom

## **ABSTRAK**

**M. ILHAM SUBARNA**

**NPM : 1403110079**

Skripsi ini berjudul **“Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia Dalam Menjalankan Program GNNT Pada Masyarakat Kota Medan”**. Sistem pembayaran adalah penggunaan seperangkat alat dan sarana umum yang diterima dalam melakukan pembayaran, kerangka kelembagaan dan organisasi yang mengatur pembayaran tersebut, dan prosedur operasi serta jaringan komunikasi yang digunakan untuk memulai dan mengirimkan informasi pembayaran dari pembayar kepada penerima dan menyelesaikan pembayaran. Berkaitan dengan sikap, perilaku, dan preferensi dunia usaha terhadap instrumen pembayaran non tunai menunjukkan bahwa animo dunia usaha sangat besar dalam menerima instrumen ini. Efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan sejauh mana rencana dapat tercapai. Semakin banyak rencana yang dapat dicapai, semakin efektif pula kegiatan tersebut, sehingga kata efektivitas dapat juga diartikan sebagai tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu cara atau usaha tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sejauhmana efektivitas komunikasi humas Bank Indonesia dalam mensosialisasikan program GNNT. Teori-teori yang dibahas dalam penelitian ini adalah efektivitas, komunikasi, elemen komunikasi, tipe-tipe komunikasi dan program GNNT.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data primer dan Data skunder, dimana data primer tersebut adalah dengan menggunakan metode wawancara, sedangkan data skunder berupa data-data lain yang berkaitan dengan topik yang dibahas seperti di atas, ini diperoleh dari buku, perpustakaan dan internet. Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah staff unit Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan, staff unit SP&PUR, dan 2 masyarakat yang telah bekerja. Teknik analisi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mencatat, mengumpulkan, berpikir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia berjalan dengan baik dalam mensosialisasikan program GNNT. Dan efektivitas komunikasi ini dapat mengajak masyarakat untuk melakukan transaksi secara non tunai.

**Kata Kunci : efektivitas, komunikasi, humas, GNNT**

## KATA PENGANTAR



**Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesempatan sehingga penulis menempuh jenjang pendidikan Strata Satu (S1) sampai kepada tahapan penyelesaian skripsi yang berjudul "Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia Dalam Menjalankan Program GNNT Pada Masyarakat Kota Medan". Skripsi ini diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Shalawat beriring salam juga tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW dimana atas perjuangan Beliau-lah yang telah mengantarkan umatnya dari alam kebodohan dan kebatilan pada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan serta kebaikan.

Dari dasar hati penulis ingin mengucapkan syukur yang sedalam-dalamnya kepada Allah SWT karena tanpa rahmat dan ridho-Nya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini, mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua saya, ayahanda H. M. Ayub S.E yang berkorban materi dan material serta doanya dan Masita Tridiana Siregar yang telah melahirkan dan memberikan seluruh kasih sayangnya, membesarkan, mendidik, serta selalu mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan studi sampai dengan sekarang

ini serta menyadari segala apa yang penulis lakukan tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan insan yang baik hati. Untuk itu, dari lubuk hati terdalam penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Rudianto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus pembimbing I yang telah banyak membantu memberikan masukan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Abrar Adhani S.Sos, M.IKom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.IKom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.IKom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.



8. Kantor Perwakilan Bank Indonesia yang telah bersedia menjadi tempat penelitian sehingga penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik.
9. Ibu Eli Sarianti, Widya Susanti, Erni Winari dari Bank Indonesia, serta Utami Febria Iramani dan Randa Febrian Dohude yang telah bersedia menjadi narasumber penulis dalam penelitian sehingga penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik.
10. Untuk kakak dan abang tersayang Utami Febria Iramani S.I.Kom dan M.Rizky Dwi Ananda S.E yang telah memberikan kasih sayang serta semangatnya dan adikku tersayang Farids Alfaridzi Ramadhan yang telah memberikan kasih sayang dan semangat juga sampai sekarang ini.
11. Buat kekasih hati Tri Arindi A.Md yang selalu memberi dukungan dan semangat selama penyelesaian skripsi ini.
12. Buat seluruh teman-teman IKO HUMAS B Pagi terima kasih untuk semua perjuangan yang telah kita lalui selama perkuliahan.
13. Buat sahabatku Dimas Nugraha, Mutiara Putri Sulistya, Rury Cassa Pirera, Annisa Maulida S.I.Kom, Amailia Utami Lubis, Oscar Fabio Ramadhan S.I.Kom, dan Anantha Ditratama.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat kekurangan baik dalam penyampaian, bahasa, kata maupun dalam hal penyajian. Untuk itu, penulis dengan berbesar hati dan dengan tangan terbuka menerima saran-saran maupun kritik sehat yang bersifat membangun dari para pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan karya tulis ini.

Dengan bantuan dan dukungan yang telah penulis dapatkan, akhirnya dengan menyerahkan diri dan senantiasa memohon petunjuk dan perlindungan kepada Allah SWT semoga amalan dan perbuatan baik tersebut mendapat imbalan yang baik pula. Amin Ya Rabbal'amin.

Medan, Maret 2018

Penulis,

M.Ilham Subarna

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Pembatasan Masalah .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II URAIAN TEORITIS</b> .....	<b>9</b>
2.1 Komunikasi .....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	9
2.1.2 Elemen Komunikasi .....	11
2.1.3 Tipe – Tipe Komunikasi .....	13
2.1.4 Model Komunikasi .....	16
2.2 Efektivitas .....	16

2.3 Humas .....	17
2.3.1 Pengertian Humas .....	17
2.3.2 Tujuan Humas .....	18
2.3.3 Fungsi Humas .....	19
2.4 Bank Indonesia .....	20
2.4.1 Jenis – Jenis Bank .....	21
2.4.2 Tugas Bank Indonesia .....	22
2.5 Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Metode Penelitian .....	28
3.2 Jenis Penelitian .....	28
3.3 Kerangka Konsep .....	29
3.4 Definisi Konsep .....	30
3.5 Kategorisasi Penelitian.....	31
3.6 Informan/Narasumber .....	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.10 Sejarah Singkat Bank Indonesia .....	34
3.11 Visi dan Misi .....	37
3.12 Struktur Organisasi .....	38

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Proses Pengolahan Data .....	39
4.2 Hasil Penelitian .....	41
4.3 Pembahasan .....	53
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran .....	61

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1    Tabel Kategorisasi .....	31

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Sistem Pembayaran Non Tunai .....	27
Gambar 3.1 Kerangka Konsep .....	30
Gambar 3.2 Struktur Organisasi .....	38
Gambar 4.1 Kegiatan Sosialisasi Bank Indonesia .....	59
Gambar 4.2 Sosialisasi Melalui Media Online .....	59

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Salah satu tanda modernisasi masyarakat dunia, termasuk Indonesia adalah adanya perkembangan alat pembayaran yang semakin pesat dan maju. Awalnya sistem barter antar barang yang diperjualbelikan adalah alat pembayaran yang lazim yang digunakan di era pra-modern. Adanya berbagai kesulitan dengan sistem barter mendorong munculnya satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran, yang dikenal dengan istilah uang. Hingga saat ini uang menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku dimasyarakat. Uang bukan hal yang baru bagi kita, karena semua tingkatan masyarakat telah mengenali dan memahami benar bahwa uang adalah alat yang dipakai dalam pertukaran dan pembayaran pada setiap transaksi ekonomi yang dilakukan.

Kehidupan masyarakat yang semakin cepat berubah menuntut adanya mekanisme transaksi dan pembayaran yang cepat, aman, dan efisien. Untuk itu, Perbankan dan Lembaga Swasta Bank (LSB) perlu merespon dinamika kehidupan masyarakat ini melalui penguatan infrastruktur dan peningkatan kualitas sistem dengan bertopang pada kemajuan teknologi informasi. Uang tunai tetap menjadi prioritas dalam setiap kegiatan transaksi pembayaran, namun saat ini instrumen pembayaran *paper based*, *card based*, dan *electronic based* semakin marak dan menjadi pilihan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi.

Adanya pergeseran penggunaan *paper based instrument* seperti cek dan bilyet giro ke *card based* dan *electronic based instrument* tampak dari semakin terbiasanya masyarakat menggunakan alat pembayaran seperti kartu kredit, kartu ATM / debit, transfer elektronik melalui kliring dan *Real Time Gross Settlement* (RTGS), *Scriptless Securities Settlement System* (SSSS), uang elektronik baik yang berbentuk kartu *Card Based* maupun *Server Based*, pembayaran melalui saluran internet banking mobile payment dan fitur-fitur turunan lainnya.

Menurut Paul A. Samuelson, “Sistem pembayaran adalah penggunaan seperangkat alat dan sarana umum yang diterima dalam melakukan pembayaran, kerangka kelembagaan dan organisasi yang mengatur pembayaran tersebut, dan prosedur operasi serta jaringan komunikasi yang digunakan untuk memulai dan mengirimkan informasi pembayaran dari pembayar kepada penerima dan menyelesaikan pembayaran.”

Ada dua jenis alat pembayaran yang diciptakan dan diselenggarakan oleh Bank Indonesia, yaitu alat pembayaran tunai dan non tunai. Alat pembayaran tunai lebih banyak menggunakan uang kartal atau uang kertas dan logam. Uang kartal masih memainkan peran penting khususnya untuk transaksi bernilai kecil atau ketika berbelanja di pusat (tempat) berbelanja tradisional. Dalam masyarakat modern saat ini, pemakaian alat pembayaran tunai seperti uang kartal cenderung lebih kecil dibanding uang giro.

Alat pembayaran tunai berupa uang berbentuk kertas dan logam (uang kartal). Hingga saat ini uang kartal paling sering digunakan khususnya untuk transaksi bernilai kecil. Dengan berkembangnya perekonomian, untuk memenuhi

kebutuhan masyarakat dalam transaksi tunai, penyediaan uang kartal cenderung semakin meningkat, hal ini tercermin dari adanya peningkatan jumlah uang kartal yang diedarkan, jumlah aliran uang yang masuk (inflow) dan jumlah aliran uang yang keluar (outflow) ke/dari BI (BI, 2006).

Hasil *Survei Less Cash Society (LCS)* Bank Indonesia (2006), “Berkaitan dengan sikap, perilaku, dan preferensi dunia usaha terhadap instrumen pembayaran non tunai menunjukkan bahwa animo dunia usaha sangat besar dalam menerima instrumen ini.” Hal ini mengindikasikan bahwa sistem pembayaran non tunai sangat mungkin dilakukan di Indonesia.

Sebenarnya sistem pembayaran non tunai sudah disosialisasikan sejak tahun 2007. Namun baru ramai diperbincangkan di tengah masyarakat sejak muncul Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014. GNNT adalah gerakan yang digalakkan oleh Bank Indonesia bekerja sama dengan bank swasta maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN), perusahaan telekomunikasi, dan perusahaan lain yang mendukung gerakan ini, untuk mensosialisasikan sistem pembayaran non tunai dalam rangka menciptakan LCS.

“GNNT ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. Sebagai bentuk komitmen atas perluasan penggunaan instrumen non tunai, kami akan menjadikan GNNT sebagai gerakan tahunan yang didukung dengan berbagai kegiatan untuk mendorong meningkatkan pemahaman



masyarakat akan penggunaan instrumen non tunai dalam melakukan transaksi pembayaran,” Agus D.W. Martowardojo.

Di masyarakat, sistem pembayaran non tunai sudah lama digunakan yaitu melalui penggunaan kartu kredit. Bagi masyarakat menengah ke atas mungkin sudah terbiasa melakukan pembayaran dengan kartu kredit, tapi tidak untuk kalangan menengah ke bawah. Bagi masyarakat menengah ke bawah sangat sulit untuk mendapatkan kepercayaan Bank dalam hal kepemilikan kartu kredit. Oleh karena itu, pada GNNT sistem pembayaran non tunai yang mungkin bisa dilakukan oleh semua kalangan adalah dengan e-money.

Menurut Bank Indonesia yang dimaksud uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi Internet dengan cara elektronik. Transaksi uang elektronik melibatkan penggunaan jaringan komputer seperti sistem penyimpanan harga digital, salah satu contoh uang elektronik misalnya adalah *Electronic Funds Transfer* (EFT). Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 Tanggal 13 April 2009 tentang uang elektronik, uang elektronik harus memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*.
3. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

4. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Dalam Peraturan Bank Indonesia No:11/12/PBI/2009 Pasal 1 ayat (2) dijelaskan bahwa, “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.” Sementara pada Pasal 1 ayat (3) dijelaskan bahwa, “Teknologi informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengorganisir, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi.”

Pengertian transaksi elektronik (*e-commerce*) menurut Loudon (1998), “*e-commerce* ialah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.” Pemakaian *electronic money* di masa datang diperkirakan berpotensi menggeser peran uang tunai dalam transaksi pembayaran bersifat retail. Kita dapat melihat minat masyarakat menggunakan *electronic money* dari jumlah kartu yang diterbitkan.

Secara umum, potensi pengembangan instrumen *electronic money* relatif tinggi. Hal ini tercermin dari kesediaan masyarakat untuk memanfaatkan *electronic money* cukup besar, yaitu sebesar 71% masyarakat bersedia memanfaatkan *electronic money*. Alasan bersedia memanfaatkan *electronic money* adalah kemudahan dan kenyamanan, lebih aman dan pengeluaran menjadi lebih terkendali.

Peranan humas sangat berpengaruh penting dalam mensosialisasikan program GNNT, dimana kelancaran dan kesuksesan dari program tersebut terletak pada Humas Bank Indonesia. Maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan penggunaan *electronic money* dalam program GNNT, dengan mengambil fokus terhadap gambaran efektivitas humas dalam sosialisasi program GNNT oleh Bank Indonesia. Hasil penelitian tersebut dituangkan lebih lanjut dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi yang berjudul, **“Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia (BI) Dalam Menjalankan Program Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) Pada Masyarakat Kota Medan.”**

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas namun lebih jelas dan terarah maka perlu dibuat pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di Kecamatan Medan timur
2. Penelitian dilakukan hanya pada Pria/Wanita usia 20 tahun sampai 40 tahun yang sudah mempunyai penghasilan, dikarenakan mereka sudah mencapai usia yang produktif maka sangat memungkinkan untuk menjadi seorang narasumber/informan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia dalam menjalankan program GNNT kepada masyarakat Kota Medan.”

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

“Untuk mengetahui efektivitas komunikasi yang dilakukan humas BI dalam mensosialisasikan program GNNT kepada masyarakat Kota Medan.”

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian diharapkan akan mendapat suatu hal yang berguna bagi semua pihak dan sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Secara Teoritis, hasil dari penelitian nantinya diharapkan dapat memberikan masukan pada perkembangan serta pendalaman studi komunikasi. Sehingga dapat dimanfaatkan sebagai masukan atau bahkan referensi penelitian komunikasi selanjutnya.
- b. Secara Akademis, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi dunia akademis dan kontribusi yang lebih luas bagi perkembangan ilmu komunikasi.
- c. Secara Praktis, memberikan bahan masukan bagi pihak yang berkaitan yaitu Bank Indonesia, maupun warga Kota Medan yang berkaitan dengan program GNNT.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

**BAB I** : Merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

**BAB II** : Merupakan uraian teoritis yang menguraikan tentang pengertian komunikasi, elemen komunikasi, tipe-tipe komunikasi, model

komunikasi, mengenai efektivitas, pengertian humas, tujuan humas, fungsi humas, mengenai Bank Indonesia yang mencakup jenis-jenis bank dan tugas Bank Indonesia, serta mengenai program GNNT.

**BAB III** : Merupakan persiapan dari pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konseptual, definisi kategorisasi, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, serta tempat dan waktu penelitian.

**BAB IV** : Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang proses pengolahan data, hasil penelitian, dan pembahasan.

**BAB V** : Merupakan penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran terhadap hasil penelitian.



## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Komunikasi**

##### **2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris, *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* disini maksudnya adalah sama makna. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang di bawakan oleh bahasa itu. Selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna bahan yang dipercakapkan. Dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Menurut Berelson dan Steiner (1964), “Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lainnya.”

Berelson dan Steiner (1964 : 10), memfokuskan pada unsur penyampaian bila mereka memberikan definisi komunikasi sebagai berikut : ”Penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan seterusnya, melalui penggunaan simbol-kata, gambar, angka, grafik, dan lain-lain.” Shannon dan Weaver (1949 : 10) juga menerima unsur penyampaian ini akan tetapi mereka menambahkan unsur inheren lainnya pada waktu mereka mendefinisikan komunikasi, sebagai : ”Mencakup

semua prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi orang lainnya.”

Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik sudah disadari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum masehi. Menurut Carl I. Hovland (1984 : 10), “Ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.”

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut : “*Who says what in which channel to whom with what effect?*”

Paradigma Lasswell diatas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang di ajukan itu yakni :

- Komunikator (siapa yang mengatakan)
- Pesan (mengatakan apa)
- Media (melalui saluran/ channel/media apa)
- Komunikan (kepada siapa)
- Efek (dengan dampak/efek apa)

Lasswell menghendaki agar komunikasi dijadikan objek studi ilmiah, bahkan setiap unsur diteliti secara khusus.

### **2.1.2 Elemen Komunikasi**

#### **1. Komunikator (sumber)**

Komunikator merupakan penyampai pesan, baik itu berupa individu, kelompok atau sebuah organisasi/ perusahaan. Komunikator bisa saja seorang pembicara yang berbicara atas nama dirinya sendiri, atau bisa pula gabungan berbagai individu dalam sebuah kelompok atau lembaga yang berbicara atas nama kelompok tersebut.

Komunikator juga dituntut untuk menguasai masalah, sehingga pesan yang disampaikan menjadi jelas dari berbagai aspek, tidak ambigu. Penguasaan bahasa juga diperlukan, agar proses komunikasi berjalan lancar dan tidak terjadi kesalahan persepsi. Bukan hanya bahasa, budaya setiap daerah juga berbeda-beda dan komunikator perlu memperhatikan hal tersebut agar komunikasi yang dilakukannya berjalan dengan efektif.

#### **2. Pesan atau Stimulus**

Pesan merupakan ide atau gagasan yang disampaikan kepada komunikan. Ide atau gagasan yang ingin disampaikan oleh komunikan harus diolah sedemikian rupa agar menjadi sebuah pesan yang bukan hanya dapat dimengerti, tapi juga menarik bagi komunikan yang menjadi target pesan tersebut. Bergantung kebutuhan, materi pesan bisa bersifat informatif (memberikan informasi), persuasif (meyakinkan), atau koersif (berupa perintah).

Agar pesan tepat dan dapat mengenai sasaran, maka pesan harus direncanakan dengan baik. Pesan dirancang sedemikian rupa agar memenuhi kebutuhan komunikator dan komunikan.

### 3. Saluran atau Media

Saluran atau media merupakan sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Secara umum terdapat tiga macam media komunikasi, yaitu media umum, media massa, dan media khusus. Media umum merupakan media yang dapat digunakan oleh semua orang, misalnya telepon, surat, media sosial, dan lain-lain.

Media massa merupakan media yang digunakan untuk komunikasi massa (skala masal). Contoh media massa misalnya koran, majalah, radio, televisi, dan sebagainya. Sedangkan media khusus merupakan media yang hanya digunakan secara terbatas. Hanya oleh dan untuk orang-orang, kelompok atau organisasi tertentu saja. Misalnya berupa kode atau sandi.

### 4. Komunikan (penerima)

Komunikan merupakan penerima pesan. Individu atau kelompok yang menjadi sasaran pesan. secara umum ada tiga jenis penerima pesan, yaitu personal, kelompok dan massa. Penerima pesan personal misalnya pada komunikasi yang terjadi lewat tatap muka empat mata, lewat sms atau panggilan telepon kepada seseorang. Sedangkan iklan di televisi misalnya, merupakan komunikasi yang penerima pesannya adalah massa (khalayak umum).

### 5. Hambatan / Gangguan

Hambatan atau gangguan merupakan faktor-faktor yang menyebabkan terhambatnya proses komunikasi. Gangguan ini bisa menyebabkan kesalahan pemaknaan pesan oleh komunikan, sehingga pesan tidak tersampaikan dengan

baik, dan komunikasi tidak berhasil dilakukan. Gangguan tersebut bisa berasal dari komunikator, pesan, saluran ataupun komunikan.

#### 6. Umpan Balik (*feedback*)

Umpan balik atau *feedback* merupakan reaksi atau respon yang diberikan komunikan untuk menanggapi pesan yang diterimanya. Umpan balik ini bisa berupa *feedback* negatif maupun *feedback positif*. Umpan balik dapat membantu komunikator untuk menilai apakah komunikasi yang dilakukannya efektif atau tidak. Jika *feedback* yang diberikan positif, berarti komunikasi yang dilakukan efektif. Umpan balik bisa diberikan secara langsung maupun tidak langsung.

#### 2.1.3 Tipe – Tipe Komunikasi

Menurut Effendi, membagi fungsi komunikasi menjadi 4 bagian yaitu, “*To Inform* (menginformasikan), *To Educate* (mendidik), *To Entertain* (menghibur), dan *To Influence* (mempengaruhi).” Dalam ilmu komunikasi juga dikenal beberapa macam tipe komunikasi. Joseph A. DeVito seorang professor komunikasi di City University of New York dalam bukunya *Communicology* membagi komunikasi atas empat macam yaitu : “komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi publik dan komunikasi massa.”

Komunikasi Intrapribadi menurut Ronald L. Applbaum (1973 : 13), “Komunikasi yang berlangsung di dalam diri kita ; iya meliputi kegiatan berbicara pada diri kita sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita.”

Komunikasi Antarpribadi menurut Joseph A. DeVito (1989 : 4), “proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di antara



sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.” Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, seperti contohnya suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri dari komunikasi ini adalah :

- Pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat
- Pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatap mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Meskipun setiap orang dalam komunikasi antarpribadi bebas mengubah topik pembicaraan, kenyataannya komunikasi antar pribadi bisa saja didominasi oleh suatu pihak. Misalnya, komunikasi suami-istri didominasi oleh suami, komunikasi dosen-mahasiswa didominasi oleh dosen, dan komunikasi atasan-bawah oleh atasan. Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk mempengaruhi orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indra kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan kita. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting selama manusia masih mempunyai emosi.

Komunikasi Publik adalah komunikasi antar seseorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi ini sering juga disebut dengan pidato, ceramah, atau kuliah umum. Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar (*large group communication*) untuk komunikasi ini. Komunikasi ini biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Daya tarik fisik pembicara bahkan sering merupakan faktor penting untuk menentukan efektivitas pesan, selain keahlian dan kejujuran pembicara.

Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), atau elektronik (*e-paper*, televisi, radio), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusus media elektronik dahulu) kini pesan dari media elektronik dapat kembali disimak melalui video di *youtube*. Meskipun khalayak menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran-saran yang sering tertunda), proses komunikasi didominasi oleh lembaga, karena lembagalah yang menentukan agendanya.

#### **2.1.4 Model Komunikasi**

Harold D. Lasswell (1948 : 12) mengatakan dalam bentuk perkataan, “*Who says what to whom using what channel with what effect*, atau siapa berkata apa kepada siapa melalui saluran mana dengan kesan apa.” Untuk menyatakan unsur-unsur komunikasi yaitu sumber, message, saluran, penerima, dan kesan serta bagaimana unsur-unsur itu berkait diantara satu sama lain. Model komunikasi yang dikenal dengan model komunikasi Lasswell. Model komunikasi Lasswell merupakan salah satu model komunikasi linear atau model komunikasi satu arah dan merupakan model komunikasi yang sangat berpengaruh.

#### **2.2 Efektivitas**

Efektivitas berasal dari kata dasar efektif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi, efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Efektivitas pada dasarnya menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisien, meskipun sebenarnya ada perbedaan diantara keduanya.

Dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan sejauh mana rencana dapat tercapai. Semakin banyak rencana yang dapat dicapai, semakin efektif pula kegiatan tersebut, sehingga kata efektivitas dapat juga diartikan sebagai tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu cara atau usaha tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Media pembelajaran bisa dikatakan efektif ketika memenuhi kriteria, diantaranya mampu

memberikan pengaruh, perubahan atau dapat membawa hasil. Ketika kita merumuskan tujuan instruksional, maka efektivitas dapat dilihat dari seberapa jauh tujuan itu tercapai. Semakin banyak tujuan tercapai, maka semakin efektif pula media pembelajaran tersebut.

## **2.3 Humas**

### **2.3.1 Pengertian Humas**

Hubungan masyarakat atau *Public Relations* adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat. Humas (PR) adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.

Hubungan masyarakat (Humas) atau *Public Relations* (PR) adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalahpahaman dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga. Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Humas Menurut Frank Jefkins (1998), "*Public relations is a system of communication to create a goodwill* (public relations adalah sebuah sistem

komunikasi untuk menciptakan niat baik).” Sedangkan menurut Cutlip, Center & Broom (2006), “*Public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.”

Menurut Bertram R. Canfield & Frazier Moore mendefinisikan, “Public Relations merupakan falsafah sosial dari manajemen yang menyatakan dengan kebijaksanaan dan mempraktekan melalui komunikasi timbal balik dengan public, berusaha untuk menjamin adanya saling pengertian dan kerjasama.”

### **2.3.2 Tujuan Humas**

Tujuan utama humas sendiri adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/ perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan buying decision atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan. Dalam realita praktik *public relation* di perusahaan, tujuan public relation diantara lain :

- Menciptakan pemahaman (*mutual understanding*) antara perusahaan dengan publiknya
- Membangun citra *corporate* (*corporate image*)
- Citra *corporate* melalui program CSR
- Membentuk opini *public favorable*
- Membentuk *goodwill* dan kerjasama

Maksud dan tujuan yang terpenting dari PR adalah mencapai saling pengertian sebagai obyektif utama. Pujian citra yang baik dan opini yang

mendukung bukan kita yang menentukan tetapi *feedback* yang kita harapkan. Tujuan utama penciptaan pengertian adalah mengubah hal negatif yang diproyeksikan masyarakat menjadi hal yang positif. Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar : *hostility, prejudice, apathy, ignorance*. Sedangkan melalui pengertian kita berusaha merubahnya menjadi : *sympathy, acceptance, interest dan knowledge*.

### 2.3.3 Fungsi Humas

Humas dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.

Secara garis besar fungsi *public relation* adalah :

- Memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya (*maintain good communication*)
- Melayani kepentingan publik dengan baik (*serve public's interest*)
- Memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik (*maintain good morals and manners*)

Sedangkan menurut Cutlip and Center menyebut fungsi *public relation* sebagai berikut :

- Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
- Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan

- Melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum
- Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik *internal* maupun *eksternal*.

#### **2.4 Bank Indonesia**

Bank Indonesia sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 1999 adalah Bank Sentral Republik Indonesia yang merupakan lembaga negara yang independen, bebas dari campur tangan Pemerintah dan atau pihak-pihak lainnya, kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang yang mengaturnya. Bank Indonesia adalah badan hukum berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 1999 dengan modal sekurang-kurangnya Rp 2 triliun.

Dalam UU ini, Bank Indonesia mempunyai satu tujuan yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah dan nilai tukar yang wajar merupakan sebagian persyaratan bagi tercapainya pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan. Kegagalan dalam memelihara kestabilan nilai rupiah seperti tercermin pada kenaikan harga-harga dapat merugikan, karena berakibat menurunkan pendapatan riil masyarakat dan melemahkan daya saing perekonomian nasional dalam kancah perekonomian dunia.

Untuk mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah sebagai tujuan Bank Indonesia perlu ditopang dengan tiga pilar utama yaitu :

- Kebijakan moneter dengan prinsip kehati-hatian.
- Sistem pembayaran yang cepat dan tepat
- Sistem perbankan dan keuangan yang sehat

Dalam menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, Bank Indonesia berwenang menetapkan sasaran-sasaran moneter dan melakukan pengendalian moneter sebagai berikut :

- Melaksanakan kebijakan nilai tukar berdasarkan sistem nilai tukar yang ditetapkan
- Mengelola cadangan devisa untuk memenuhi kewajiban luar negeri
- Memelihara keseimbangan neraca pembayaran
- Menerima pinjaman luar negeri

Menurut UU No. 23 Tahun 1999 tentang pengertian Bank Indonesia, kedudukan Bank Indonesia sebagai lembaga negara yang independen berada diluar pemerintahan. Independen ini membawa konsekuensi yuridis logis bahwa Bank Indonesia juga mempunyai kewenangan.

#### **2.4.1 Jenis-jenis Bank**

Dijelaskan dalam Undang-Undang No 7 Tahun 1992, berdasarkan dari segi tugasnya bank dikategorikan menjadi tiga jenis: Bank Sentral, Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

- Bank Umum, yaitu bank yang melaksanakan kegiatan perbankan secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Seperti yang diketahui kegiatan perbankan termasuk mengumpulkan dana dari masyarakat,



memberikan kredit atau pinjaman kepada masyarakat, lain dari itu juga termasuk pemindahan dana antar pihak, penyimpanan barang berharga dan jasa bank lainnya. Bank umum kini dikenal juga sebagai bank komersil (*commercial bank*).

- Bank Sentral, yaitu bank milik negara yang bertanggung jawab untuk mengatur dan menjaga stabilitas harga atau nilai mata uang negara. Jadi bank sentral bertugas untuk menjaga tingkat inflasi agar terkendali untuk mengoptimalkan perekonomian dengan mengontrol keseimbangan jumlah uang dan barang. Dengan kata lain bank sentral bertugas juga mengatur kebijakan moneter negara, stabilitas sektor perbankan, dan sistem finansial secara keseluruhan. Di Indonesia bank sentral dikenal sebagai Bank Indonesia.
- Bank Perkreditan Rakyat (BPR), yaitu bank yang melaksanakan kegiatan perbankan secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah, tetapi kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Jadi kegiatannya jauh lebih sempit dibandingkan bank umum. Tugas BPR hanya terbatas pada penghimpunan dana dalam bentuk tabungan atau deposito dan penyaluran dana dalam bentuk kredit investasi, kredit modal kerja atau kredit perdagangan.

### **2.4.3 Tugas Bank Indonesia**

Dalam kapasitasnya sebagai bank sentral, Bank Indonesia mempunyai satu tujuan tunggal, yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah ini mengandung dua aspek, yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap

barang dan jasa, serta kestabilan terhadap mata uang negara lain. Aspek pertama tercermin pada perkembangan laju inflasi, sementara aspek kedua tercermin pada perkembangan nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara lain. Perumusan tujuan tunggal ini dimaksudkan untuk memperjelas sasaran yang harus dicapai Bank Indonesia serta batas-batas tanggung jawabnya. Dengan demikian, tercapai atau tidaknya tujuan Bank Indonesia ini kelak akan dapat diukur dengan mudah. Terdapat 3 pilar yang menjadi tugas bank indonesia sebagai bank sentral ialah :

- Pertama, Bank Indonesia memiliki tugas untuk menjaga stabilitas moneter antara lain melalui instrumen suku bunga dalam operasi pasar terbuka. Bank Indonesia dituntut untuk mampu menetapkan kebijakan moneter secara tepat dan berimbang. Hal ini mengingat gangguan stabilitas moneter memiliki dampak langsung terhadap berbagai aspek ekonomi. Kebijakan moneter melalui penerapan suku bunga yang terlalu ketat, akan cenderung bersifat mematikan kegiatan ekonomi. Begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, untuk menciptakan stabilitas moneter, Bank Indonesia telah menerapkan suatu kebijakan yang disebut *inflation targeting framework*.
- Kedua, Bank Indonesia memiliki kewenangan untuk mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran. Bila terjadi gagal bayar (*failure to settle*) pada salah satu peserta dalam sistem sistem pembayaran, maka akan timbul risiko potensial yang cukup serius dan mengganggu kelancaran sistem pembayaran. Kegagalan tersebut dapat menimbulkan risiko yang bersifat menular (*contagion risk*) sehingga menimbulkan gangguan yang

bersifat sistemik. Bank Indonesia mengembangkan mekanisme dan pengaturan untuk mengurangi risiko dalam sistem pembayaran yang cenderung semakin meningkat. Antara lain dengan menerapkan sistem pembayaran yang bersifat real time atau dikenal dengan nama sistem RTGS (*Real Time Gross Settlement*) yang dapat lebih meningkatkan keamanan dan kecepatan sistem pembayaran. Sebagai otoritas dalam sistem pembayaran, Bank Indonesia memiliki informasi dan keahlian untuk mengidentifikasi risiko potensial dalam sistem pembayaran.

- Ketiga, Bank Indonesia memiliki peran vital dalam menciptakan kinerja lembaga keuangan yang sehat, khususnya perbankan. Penciptaan kinerja lembaga perbankan seperti itu dilakukan melalui mekanisme pengawasan dan regulasi. Seperti halnya di negara-negara lain, sektor perbankan memiliki pangsa yang dominan dalam sistem keuangan. Oleh sebab itu, kegagalan di sektor ini dapat menimbulkan ketidakstabilan keuangan dan mengganggu perekonomian. Untuk mencegah terjadinya kegagalan tersebut, sistem pengawasan dan kebijakan perbankan yang efektif haruslah ditegakkan. Selain itu, disiplin pasar melalui kewenangan dalam pengawasan dan pembuat kebijakan serta penegakan hukum (*law enforcement*) harus dijalankan. Bukti yang ada menunjukkan bahwa negara-negara yang menerapkan disiplin pasar, memiliki stabilitas sistem keuangan yang kokoh. Sementara itu, upaya penegakan hukum (*law enforcement*) dimaksudkan untuk melindungi perbankan dan *stakeholder* serta sekaligus mendorong kepercayaan terhadap sistem keuangan. Untuk

menciptakan stabilitas di sektor perbankan secara berkelanjutan, Bank Indonesia telah menyusun Arsitektur Perbankan Indonesia dan Rencana Implementasi Basel II.

## **2.5 Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT)**

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) adalah sebuah program atau gerakan yang di canangkan oleh Bank Indonesia (BI) bersama pemerintah untuk mengurangi transaksi menggunakan uang tunai (*less cash society*), sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. Pemerintah melalui Bank Indonesia tengah gencar-gencarnya menggalakkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Program ini bertujuan memberikan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat, baik secara teori (lewat media), maupun secara praktek (memberikan contoh langsung) mengenai tata cara penggunaan instrument non tunai/uang elektronik. Diharapkan, melalui program ini masyarakat mulai terbiasa dan merasa nyaman untuk bertransaksi secara non tunai.

Tujuan dari pengadaan GNNT ini sangat positif, yaitu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, pelaku bisnis, serta lembaga keuangan pemerintah untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi keuangan yang mudah, aman, dan efisien. Maksud dari tujuan ini agar meningkatkan kesadaran masyarakat dan pelaku bisnis disini agar masyarakat dan pelaku bisnis dapat menggunakan GNNT sejak dini agar masyarakat dimudahkan dalam memegang uang. Kemudahan dalam memegang uang disini telah terlihat dengan

pengadaan gerakan nasional non tunai ini maka hanya digunakan satu kartu seperti kartu kredit yang digunakan untuk bertransaksi.

Aman, maksud aman dari tujuan GNNT disini yaitu masyarakat dan pelaku bisnis yang telah dimudahkan dengan tidak membawa uang tunai, maka masyarakat dan pelaku bisnis aman dari incaran pelaku kejahatan di jalanan. Aman yang kedua disini yaitu uang tunai sudah tersimpan dalam bentuk kartu yang telah memiliki jaminan dari pihak perbankan. Dengan begitu membuat masyarakat dan pelaku bisnis tidak perlu khawatir akan kehilangan uang. Aman ketiga yaitu dengan adanya GNNT masyarakat tidak perlu khawatir terhadap peredaran uang palsu dan masyarakat juga tidak perlu khawatir untuk menunggu apakah terdapat kembalian atau tidak atas transaksi yang dilakukannya.

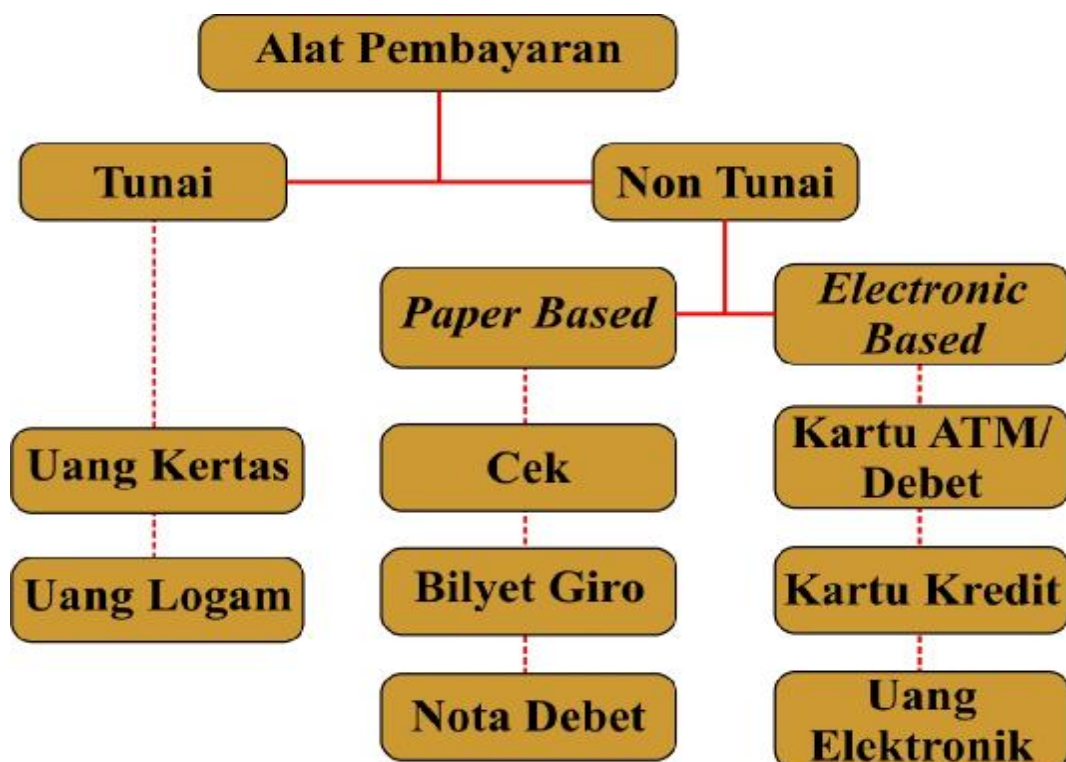
Tujuan GNNT yang terakhir yaitu efisiensi, dengan adanya Gerakan Nasional Non Tunai maka pembiayaan akan pencetakan uang dapat diminimalkan. Setiap tahunnya Bank Indonesia mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk membiayai pencetakan uang Nasional. Sehingga dengan adanya pengadaan Gerakan Nasional Non Tunai ini dirasa anggaran yang dikeluarkan Bank Indonesia menjadi lebih efisien. Hal ini dapat mengubah pemikiran masyarakat seandainya masyarakat di waktu nanti akan semakin mengurangi transaksi tunai, tentu akan mengurangi beban Negara secara signifikan.

Instrumen Non Tunai secara garis besar dibagi menjadi 3 yakni, Kartu Debit, Kartu Kredit dan Uang Elektronik. Kartu Debit adalah seperti kartu yang digunakan untuk menyalurkan dana yang kita simpan. Bahasa mudahnya bisa

disebut sebagai kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Karakternya adalah mencairkan dana kita yang ada di bank simpanan kita.

Sedang Kartu Kredit adalah instrumen Non Tunai yang digunakan untuk mencairkan dana dengan cara kredit. Bahasa mudahnya kita kredit atau hutang sejumlah dana yang akan dibayar kemudian dengan cara langsung di bulan berikutnya atau dengan cara mencicil.

Uang Elektronik adalah salah satu instrumen pada Sistem pembayaran Non Tunai yang sedang digalakkan. Bahasa mudahnya uang elektronik merupakan uang dalam bentuk elektronik atau Non Tunai. Jadi uang kita disimpan dalam bentuk semacam kartu atau data di *server* untuk bisa digunakan untuk berbagai kebutuhan.



Gambar 2.1 : Sistem Pembayaran Non Tunai

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Pengertian metode, berasal dari kata *Methodos* (Yunani) yang di maksud adalah cara atau menuju suatu jalan. Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat di pertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya. Menurut Soerjono Soekanto (1986 : 5), “Penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.” Kesimpulan dari pembahasan tersebut, bahwa sistem dan metode yang dipergunakan untuk memperoleh informasi atau bahan materi suatu pengetahuan ilmiah yang disebut dengan metodologi ilmiah. Pada sisi lain dalam kegiatan untuk mencari informasi tersebut dengan tujuan untuk menemukan hal-hal yang baru merupakan suatu prinsip-prinsip tertentu atau solusi (pemecahan masalah) tersebut disebut dengan penelitian.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Titik tolak penelitian bertumpu pada minat untuk mengetahui masalah atau fenomena sosial yang timbul karena berbagai rangsangan, dan bukannya pada metodologi penelitian. Bogdan dan Taylor (1975 : 5) mendefinisikan, “Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data

deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.”

Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, perilaku individu atau sekelompok orang. Ternyata definisi ini hanya mempersoalkan satu metode yaitu wawancara terbuka, sedang yang penting dari definisi ini mempersoalkan apa yang diteliti yaitu upaya memahami sikap pandangan, perasaan, dan perilaku baik individu maupun sekelompok orang.

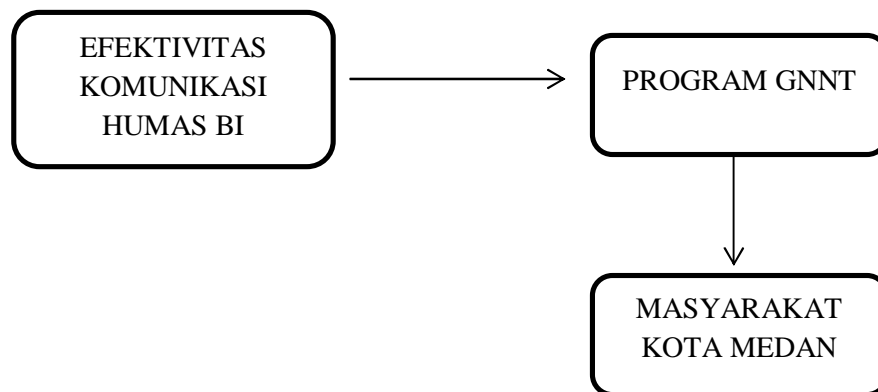
Kekuatan dari penelitian kualitatif terletak pada kenyataan informasi yang dimiliki oleh responden dari kasus yang diteliti dan kemampuan analisis penelitian. Artinya dalam penelitian kualitatif masalah yang dihadapi dalam penarikan sampel ditentukan oleh pertimbangan-pertimbangan peneliti, berkaitan dengan perlunya memperoleh informasi yang lengkap dan mencukupi sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian.

### **3.3 Kerangka Konsep**

Kerangka konsep untuk mempermudah pendeskripsian terhadap masalah yang akan diteliti, peneliti akan menggambarkan masalah tersebut melalui kerangka konsep. Kerangka konsep penelitian adalah hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati melalui penelitian yang dilakukan.

Maka masalah tersebut digambarkan melalui kerangka konsep sebagai berikut :





**Gambar 3.1 : Kerangka Konsep**

### 3.4 Definisi Konsep

Konsep adalah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Dari uraian diatas, digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti :

- Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat.
- Program GNNT adalah sebuah program atau gerakan untuk mengurangi transaksi menggunakan uang tunai (*less cash society*), sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya.

### 3.5 Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Konsep Operasional
Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia	A. Elemen Komunikasi <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komunikator</li> <li>2. Pesan</li> <li>3. Media</li> <li>4. Komunikan</li> <li>5. Hambatan/Gangguan</li> <li>6. <i>Feedback</i>/Umpan Balik</li> </ol> B. Sosialisasi Humas Bank Indonesia
Program GNNT	A. E-Money B. Masyarakat <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tanggapan Masyarakat</li> <li>2. Kepuasan Masyarakat</li> </ol>

**Tabel 3.1 : Tabel Kategorisasi**

### 3.6 Informan/Narasumber

Dalam penelitian ini peneliti memilih informan atau narasumber berdasarkan teknik *purposive sample*, yaitu sampel bertujuan yang ditentukan berdasarkan pertimbangan informasi yang diperlukan. Menurut Moleong (2000 : 165-166), sampel bertujuan dalam penelitian kualitatif ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut :

- Rancangan sampel yang muncul
- Pemilihan sampel secara berurutan
- Penyusunan berkelanjutan dari sampel
- Pemilihan berakhir jika sudah ada pengulangan.

Berdasarkan teknik *purposive sample*, peneliti akan memilih informan berdasarkan ciri-ciri tertentu yang berjumlah 5 orang, meliputi Humas Bank Indonesia sebanyak 3 orang, yaitu Eli Sarianti, Widya Susanti, dan Erni Winari, serta informan dari masyarakat sebanyak 2 orang yaitu, Utami Febria Iramani dan Randa Febrian Dohude.

### **3.7 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dan informasi yang dapat dijadikan bahan penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data melalui :

- Wawancara

Dalam wawancara percakapan dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (1985 : 266) antara lain :

“Mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan kepedulian dan lain-lain kebulatan ; merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu ; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang di harapkan untuk dialami pada masa yang akan datang ; memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (*Triangulasi*) ; dan memverifikasi,

mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.”

- Peneliti kepustakaan

Dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data melalui literature dan sumber bacaan yang relevan dan mendukung penelitian. Dalam hal ini peneliti kepustakaan dilakukan dengan membaca buku-buku, *website* serta artikel yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Dalam analisis data kualitatif, upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat di ceritakan kepada orang lain (Bogdan & Biklen, 1982 : 248)

Di pihak lain, analisis data kualitatif menurut Seiddel (1998 : 248), prosesnya berjalan seperti berikut :

- Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri
- Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesiskan, membuat ikhtisar, dan membuat indeksnya
- Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubunga-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.

### **3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Kantor Pusat Wilayah Bank Indonesia Sumatera Utara di jalan Balaikota No. 4 Kesawan, Medan Barat, Indonesia. Dan juga pada masyarakat Kecamatan Medan Timur disekitar jalan Krakatau dan jalan Bilal. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 09 Maret 2018 sampai dengan selesai.

### **3.10 Sejarah Singkat Bank Indonesia**

Jauh sebelum kedatangan bangsa barat, nusantara telah menjadi pusat perdagangan internasional. Sementara di daratan Eropa, merkantilisme telah berkembang menjadi revolusi industri dan menyebabkan pesatnya kegiatan dagang Eropa. Pada saat itulah muncul lembaga perbankan sederhana, seperti Bank van Leening di negeri Belanda. Sistem perbankan ini kemudian dibawa oleh bangsa barat yang mengekspansi nusantara pada waktu yang sama. VOC di Jawa pada 1746 mendirikan De Bank van Leening yang kemudian menjadi De Bank Courant en Bank van Leening pada 1752. Bank itu adalah bank pertama yang lahir di nusantara, cikal bakal dari dunia perbankan pada masa selanjutnya. Pada 24 Januari 1828, pemerintah Hindia Belanda mendirikan bank sirkulasi dengan nama De Javasche Bank (DJB). Selama berpuluh-puluh tahun bank tersebut beroperasi dan berkembang berdasarkan suatu oktroi dari penguasa Kerajaan Belanda, hingga akhirnya diundangkan DJB Wet 1922.

Masa pendudukan Jepang telah menghentikan kegiatan DJB dan perbankan Hindia Belanda untuk sementara waktu. Kemudian masa revolusi tiba, Hindia Belanda mengalami dualisme kekuasaan, antara Republik Indonesia (RI)

dan Nederlandsche Indische Civil Administrative (NICA). Perbankan pun terbagi dua, DJB dan bank-bank Belanda di wilayah NICA sedangkan "Jajasan Poesat Bank Indonesia" dan Bank Negara Indonesia di wilayah RI. Konferensi Meja Bundar (KMB) 1949 mengakhiri konflik Indonesia dan Belanda, ditetapkan kemudian DJB sebagai bank sentral bagi Republik Indonesia Serikat (RIS). Status ini terus bertahan hingga masa kembalinya RI dalam negara kesatuan. Berikutnya sebagai bangsa dan negara yang berdaulat, RI menasionalisasi bank sentralnya. Maka sejak 1 Juli 1953 berubahlah DJB menjadi Bank Indonesia, bank sentral bagi Republik Indonesia.

Sebelum kedatangan bangsa barat, nusantara telah berkembang menjadi wilayah perdagangan internasional. Pada saat itu terdapat dua jalur perniagaan internasional yang digunakan oleh para pedagang, jalur darat dan jalur laut. Pada masa itu telah terdapat dua kerajaan utama di nusantara yang mempunyai andil besar dalam meramaikan perniagaan internasional, yaitu Sriwijaya dan Majapahit. Dalam maraknya perniagaan tersebut belum ada mata uang baku yang dijadikan nilai standar. Meskipun masyarakat telah mengenal mata uang dalam bentuk sederhana.

Sementara itu pada abad ke-15 bangsa-bangsa Eropa sedang berupaya memperluas wilayah penjelajahannya di berbagai belahan dunia, termasuk Asia dan Nusantara. sejak jatuhnya Konstantinopel ke tangan kekuasaan Turki Usmani (1453), penjelajahan tersebut dipelopori oleh Spanyol dan Portugis yang kemudian diikuti oleh Belanda, Inggris, dan Perancis. Kegiatan penjelajahan tersebut telah mendorong munculnya paham merkantilisme di Eropa pada abad ke

16–17. Selanjutnya pada akhir abad ke-18 revolusi industri telah berlangsung di Eropa. Kegiatan industri berkembang dan hasil produksi meningkat sehingga mendorong kegiatan ekspor ke wilayah Asia dan Amerika. Pesatnya perdagangan di Eropa memicu tumbuhnya lembaga pemberi jasa keuangan yang merupakan cikal-bakal lembaga perbankan modern, antara lain seperti Bank van Leening di Belanda. Kemudian secara bertahap bank-bank tertentu di wilayah Eropa seperti Bank of England (1773), Riskbank (1809), Bank of France (1800) berkembang menjadi bank sentral.

Munculnya Malaka sebagai emporium perdagangan telah menarik perhatian bangsa Portugis yang akhirnya pada 1511 berhasil menguasai Malaka. Mereka terus bergerak ke arah timur menuju sumber rempah-rempah di Maluku. Di sana Portugis menghadapi bangsa Spanyol yang datang melalui Filipina. Beberapa saat kemudian bangsa Belanda juga berusaha menguasai sumber-sumber komoditi perdagangan di Jawa dan Nusantara. Dengan mengibarkan bendera VOC yaitu perusahaan induk penghimpun perusahaan-perusahaan dagang Belanda, mereka mengukuhkan kekuasaannya di Batavia pada 1619. Untuk memperlancar dan mempermudah aktivitas perdagangan VOC di Nusantara, pada 1746 didirikan De Bank van Leening dan kemudian berubah menjadi De Bank Courant en Bank van Leening pada 1752. Bank van Leening merupakan bank pertama yang beroperasi di Nusantara. Pada akhir abad ke-18, VOC telah mengalami kemunduran, bahkan kebangkrutan. Maka kekuasaan VOC di nusantara diambil alih oleh pemerintah Kerajaan Belanda. Setelah masa pemerintahan Herman William Daendels dan Janssen, Hindia Timur akhirnya

jatuh ke tangan Inggris. Ratu Inggris mengutus Sir Thomas Stamford Raffles untuk memerintah Hindia Timur. Tetapi pemerintahan Raffles tidak bertahan lama, karena setelah usainya perang melawan Perancis (Napoleon) di Eropa, Inggris dan Belanda membuat kesepakatan bahwa semua wilayah Hindia Timur diserahkan kembali kepada Belanda. Sejak saat itu Hindia Timur disebut sebagai Hindia Belanda (Nederland Indie) dan diperintah oleh Komisaris Jenderal (1815–1819) yang terdiri dari Elout, Buyskes, dan van der Capellen. Pada periode inilah berbagai perbaikan ekonomi mulai dilaksanakan di Hindia Belanda. Hingga nantinya Du Bus menyiapkan beberapa kebijakan yang mempersiapkan didirikannya De Javasche Bank pada 1828.

### **3.11 Visi dan Misi Bank Indonesia**

#### **a. Visi**

Menjadi lembaga bank sentral yang kredibel dan terbaik di regional melalui penguatan nilai-nilai strategis yang dimiliki serta pencapaian inflasi yang rendah dan nilai tukar yang stabil.

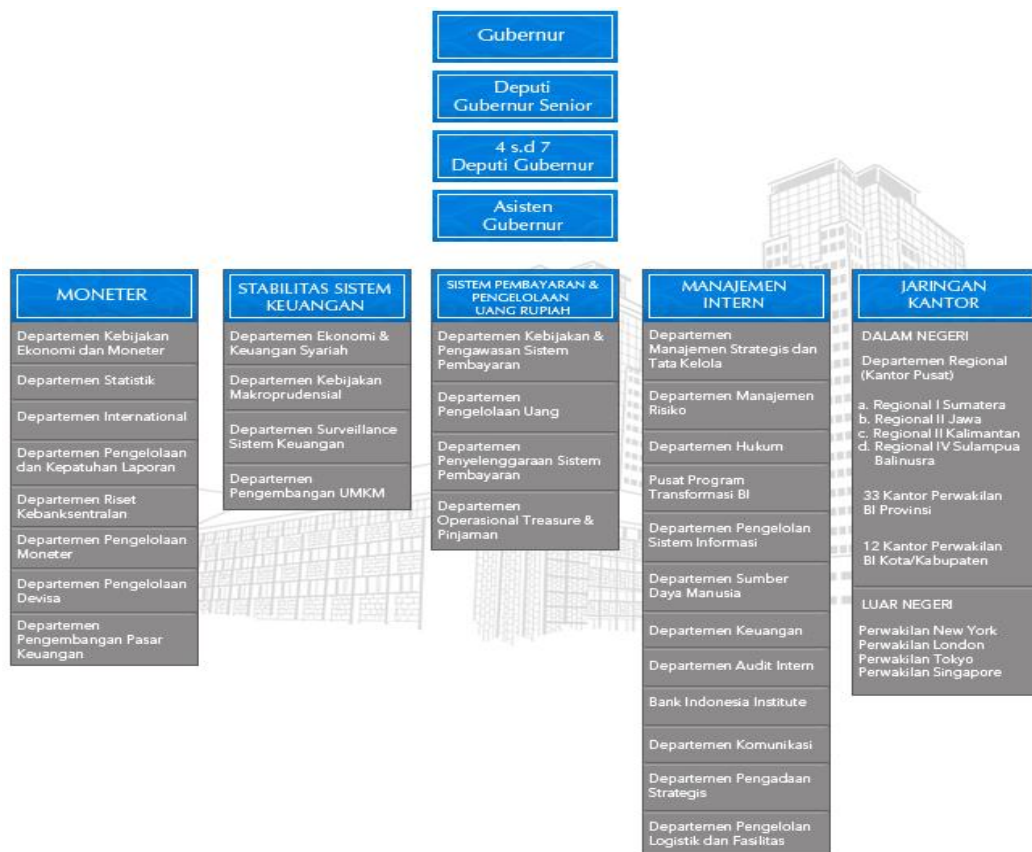
#### **b. Misi**

- 1) Mencapai stabilitas nilai rupiah dan menjaga efektivitas transmisi kebijakan moneter untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkualitas.
- 2) Mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien serta mampu bertahan terhadap gejolak internal dan eksternal untuk mendukung alokasi sumber pendanaan/pembiayaan dapat berkontribusi pada pertumbuhan dan stabilitas perekonomian nasional.



- 3) Mewujudkan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar yang berkontribusi terhadap perekonomian, stabilitas moneter dan stabilitas sistem keuangan dengan memperhatikan aspek perluasan akses dan kepentingan nasional.
- 4) Meningkatkan dan memelihara organisasi dan SDM Bank Indonesia yang menjunjung tinggi nilai-nilai strategis dan berbasis kinerja, serta melaksanakan tata kelola (governance) yang berkualitas dalam rangka melaksanakan tugas yang diamanatkan UU.

### 3.12 Struktur Organisasi



**Gambar 3.2 : Struktur Organisasi Bank Indonesia**

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Proses Pengolahan Data**

Proses pengolahan data adalah kegiatan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan penelitian terhadap objek penelitian. Dalam proses ini peneliti mengumpulkan data berupa hasil jawaban dari wawancara dan juga dari hasil pengamatan langsung yang dilakukan peneliti ke lokasi penelitian. Adapun data-data dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan peneliti yakni berkaitan dengan Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia (BI) Dalam Menjalankan Program Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) Pada Masyarakat Kota Medan. Setelah memperoleh dan mengumpulkan data-data dari wawancara dan juga hasil dari pengamatan langsung yang dilakukan dilapangan, peneliti kemudian melakukan tindakan analisa terhadap jawaban dari hasil wawancara.

Dalam penelitian ini, penulis memerlukan beberapa narasumber atau informan untuk diwawancarai yang berguna untuk mengumpulkan data. Narasumber yang ada dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kompetensinya pada bidangnya masing-masing agar data yang diperoleh akurat dan sesuai dengan yang penulis butuhkan dalam penelitian ini.

Peneliti menetapkan 5 (lima) Narasumber yaitu Eli Sarianti sebagai Staff Unit Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan, Widya Susanti sebagai Staff Unit SP & PUR, Erni Winari sebagai Staff Unit SP & PUR, Utami Febria Iramani sebagai Masyarakat, dan Randa Febrian Dohude sebagai Masyarakat.

Berikut adalah data narasumber tersebut :

1. Nama Lengkap : Eli Sarianti  
Jabatan : Staff Unit Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan  
Usia : 50 tahun
2. Nama Lengkap : Widya Susanti  
Jabatan : Staff Unit SP & PUR  
Usia : 30 tahun
3. Nama Lengkap : Erni Winari  
Jabatan : Staff Unit SP & PUR  
Usia : 30 tahun
4. Nama Lengkap : Utami Febria Iramani  
Jabatan : Pegawai Swasta  
Usia : 25 tahun
5. Nama Lengkap : Randa Febrian Dohude  
Jabatan : Pegawai Bank BRI  
Usia : 26 tahun

## 4.2 Hasil Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah dengan Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia (BI) Dalam Menjalankan Program Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) Pada Masyarakat Kota Medan. Analisa data yang dilakukan peneliti adalah dalam bentuk wawancara dan kemudian hasil dari wawancara tersebut dianalisa dalam bentuk penjelasan berupa narasi. Peneliti tidak pernah menilai benar atau salah jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Peneliti memberikan kebebasan kepada informan untuk memberikan pemahamannya atas pertanyaan peneliti. Hal ini dilakukan dengan asumsi bahwa berdasarkan isi pembicaraan inilah akan dapat ditangkap makna yang dipahami oleh para informan. Asumsi ini didasari pemikiran bahwa makna yang diberikan seorang individu atas suatu realitas, termasuk satu konsep atau kata, akan tergambarkan dari bagaimana mereka mengapresiasi makna tersebut dalam hidup sehari-hari.

Saat melakukan wawancara dengan semua informan, peneliti sengaja memilih ruangan untuk wawancara yang terpisah dari calon informan lain. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa jika calon informan lain telah mendengar jawaban rekannya atas pertanyaan yang peneliti ajukan, kemungkinan besar jawaban yang akan ia berikan akan terkontaminasi dengan jawaban rekannya yang telah ia dengar sebelumnya.

Jarak yang terpisah ini juga memungkinkan bagi mereka untuk memberikan jawaban yang lebih bebas dan terbuka, karena jika rekannya dapat mendengar jawabannya, tidak tertutup kemungkinan informan akan merasa sungkan menjawab apabila ia tidak yakin dengan jawabannya sendiri. Semua

wawancara yang dilakukan peneliti dengan menulis jawaban pada pedoman wawancara tapi sebelumnya peneliti minta persetujuan terlebih dahulu dari para informan. Langkah pertama yang peneliti lakukan sebelum mewawancarai para informan adalah meminta informasi atau identitas diri, mengenai pekerjaan.

Dalam hal ini peneliti menetapkan jumlah yang menjadi informan dalam penelitian ini sebanyak 5 orang, yang terdiri dari 5 orang informan sebagai narasumber penelitian ini. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada informan, peneliti mendapatkan hasil penelitian bahwa Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia dalam menjalankan Program GNNT sudah cukup baik. Peneliti mencoba menganalisa berdasarkan data-data yang didapat melalui wawancara mendalam dengan 5 orang informan. Untuk mengetahui Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia dalam menjalankan Program GNNT pada masyarakat Kota Medan, dapat dilihat pada hasil analisa penelitian berikut ini :

### **Informan 1**

Hasil wawancara dengan Unit Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan. Informan pertama bernama Eli Sarianti berusia 50 tahun selaku Staff Unit Koordinasi dan Kebijakan. Berikut ini adalah hasil jawaban atas pertanyaan yang dinerikan oleh penulis :

#### 1. Apa itu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) ?

Eli : GNNT merupakan program yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih

menggunakan instrumen non tunai khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. Sebagai bentuk komitmen atas perluasan penggunaan instrumen non tunai, kami akan menjadikan GNNT sebagai gerakan tahunan yang didukung dengan berbagai kegiatan untuk mendorong meningkatkan pemahaman masyarakat akan penggunaan instrumen non tunai dalam melakukan transaksi pembayaran.

2. Sudah berapa lama program GNNT ini dijalankan ?

Eli : Program GNNT sendiri sudah berjalan sejak 14 Agustus 2014. Sejak saat itu Bank Indonesia berkomitmen dan terus berupaya untuk mendukung program itu, dan dalam hal ini BI berupaya melakukan edukasi masif, seperti halnya penerimaan mahasiswa PKL yang diberikan materi tentang GNNT, kemudian juga ada studi ekskursi bagi mahasiswa dan siswa sekolah. Hal inilah yang sering dilakukan oleh pihak Humas dalam memberikan edukasi masif dan *continue*.

3. Melalui media apakah Bank Indonesia memperkenalkan program GNNT kepada masyarakat ?

Eli : Dalam memperkenalkan program GNNT, Bank Indonesia menggunakan berbagai macam media seperti melalui radio, wawancara, talkshow, pemasangan spanduk, baliho, videotron, sms *blast*, dan VMS (*Voice Massage*).

4. Target apa yang ingin dicapai Bank Indonesia selama menjalankan program GNNT ?

Eli : Target yang ingin dicapai oleh Bank Indonesia tentunya ialah meningkatnya volume masyarakat yang mengerti dan menggunakan transaksi secara non-tunai. Ditambah lagi sejak adanya program Bantuan Sosial yang artinya memang mengharuskan masyarakat yang awalnya menerima bantuan secara langsung menjadi bantuan secara tidak langsung. Dalam hal ini dapat mengajarkan masyarakat untuk terbiasa melakukan transaksi secara non-tunai.

## **Informan II**

Hasil wawancara dengan Unit SP&PUR. Informan kedua bernama Widya Susanti berusia 30 tahun selaku Staff Unit SP & PUR. Berikut adalah hasil jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh penulis kepada narasumber :

1. Gerakan seperti apa yang dilakukan Bank Indonesia dalam menjalankan program GNNT ?

Widya : Terkait dalam program GNNT ini ada beberapa hal yang ingin dilakukan oleh Bank Indonesia, seperti Elektronifikasi Jalan Tol, Serta Elektronifikasi Bantuan Sosial yang dilakukan secara non tunai. Program Bantuan Sosial ini menjalin kerjasama dengan Kementerian Sosial, yang diarahkan langsung oleh Presiden menjadikan Bantuan Sosial yang semula BLT (Bantuan Langsung Tunai) menjadi BNPT (Bantuan Pangan Non-Tunai) yang berbentuk seperti kartu atm, yang bernama KKS (Kartu Keluarga

Sejahtera). Dalam hal itu Bank Indonesia berperan penting untuk melakukan monitoring, BI selaku otoritas pengawasan terhadap sistem pembayaran dan juga melakukan kampanye, dalam bentuk sosialisasi kepada masyarakat. Bank Indonesia berperan aktif di dalam monitoring untuk kegiatan Bantuan Sosial, sama halnya dengan Elektronifikasi Jalan Tol BI juga melakukan kegiatan monitoring, inisiasi, edukasi, sosialisasi bersama dengan BUJT (Badan Usaha Jalan Tol). Di tahun 2018 ini Bank Indonesia merencanakan suatu program yaitu, Elektronifikasi SPBU yang sedang dalam *In Progress*, sedangkan di tahun 2017 Bank Indonesia sudah pernah melakukan Elektronifikasi PEMDA (transaksi pembayaran pemda), kegiatan ini sebenarnya putusan dari SK MENDAGRI, surat edaran dari MENDAGRI ini menyatakan bahwa seluruh PEMDA harus melakukan implementasi transaksi baik pengeluaran maupun penerimaan. Penerimaan ini meliputi pajak dan retribusi, sedangkan pengeluaran belanja seperti gaji pegawai, itu semua harus secara non tunai. Implementasinya sendiri sudah harus berjalan 1 Januari 2018, namun sekarang masih dalam tahap *progress*.

2. Sosialisasi seperti apa yang dilakukan oleh Unit Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan dalam menjalankan program GNNT ?

Widya : Dalam hal ini Bank Indonesia melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat dengan melakukan studi ekskursi, dan juga pihak Bank Indonesia diundang ke beberapa daerah untuk menjadi narasumber dalam acara seminar. Dan juga ada kegiatan yang dilakukan Bank Indonesia kepada pedagang merchant dan asosiasi organda untuk memberikan sosialisasi dan



memberi arahan tunai juga kepada pedagang merchand, kemudian juga ada kepada organda mereka juga sudah tersosialisai kita mereka kami undang untuk dapat di sosialisasikan dan memberi arahan bahwa program GNNT ini sudah mulai dijalankan. Dalam bulan ini Bank Indonesia juga merencanakan terkait dengan transaksi non tunai menggunakan mesin EDC, dengan melakukan edukasi kepada pegawai merchant retailer Alfamart dan Indomaret, karena mereka sangat berperan dalam transaksi non tunai seperti transaksi top up dan transaksi pembelian uang eletronik.

3. Menurut anda sosialisasi yang berikan oleh bank indonesia mengenai program GNNT ini sudah cukup efektif ?

Widya : Sosialisasi yang kami berikan dan arahkan kepada masyarakat sudah cukup efektif, hal ini ditandai dengan sudah banyaknya masyarakat yang mengerti dan memahami apa itu transasksi non tunai, sebagai bukti bahwa sebagian besar masyarakat sudah mulai menggunakan transaksi non tunai seperti contoh penggunaan e-toll dalam akses jalan tol dimana dengan peraturan baru tersebut membuat para pengguna jalan tol untuk menggunakan kartu e-toll. Dari segi tersebut selanjutnya Bank Indonesia akan terus berusaha untuk membuat transaksi yang awalnya dilakukan secara tunai menjadi non tunai.

4. Apakah dengan sosialisasi yang sudah diterapkan oleh Bank Indonesia dapat mengubah pola pikir masyarakat untuk menggunakan transaksi non tunai ?

Widya : Kami yakin bahwa dengan sosialisasi yang sudah diberikan dapat mengubah pola pikir masyarakat untuk lebih menggunakan transaksi non tunai, hal ini didasari juga pada perkembangan teknologi yang sudah sangat berkembang dimana seiring dengan perkembangan teknologi mengharuskan seluruh masyarakat untuk terbiasa menggunakan transaksi non tunai.

### **Informan III**

Hasil wawancara dengan Unit SP & PUR. Informan ketiga bernama Erni Winari berusia 30 tahun selaku Staff Unit SP & PUR. Berikut ini adalah hasil jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh penulis :

1. Apakah ada hambatan yang dihadapi oleh Bank Indonesia dalam mensosialisasikan program GNNT ?

Erni : Hambatan yang dihadapi oleh Bank Indonesia adalah masyarakat masih banyak yang belum begitu familiar dan mengerti tentang GNNT. Dalam hal ini Bank Indonesia sudah memberikan edukasi secara merata kepada masyarakat, namun ada beberapa lapisan masyarakat yang sulit dijangkau di karenakan kurangnya pemahaman masyarakat tentang transaksi non-tunai. Berbeda halnya apabila masyarakat sudah mengerti dan memahami apa itu transaksi non-tunai, maka akan memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran.

2. Bagaimana tanggapan masyarakat mengenai program GNNT ?

Erni : Sejauh ini tanggapan dari masyarakat mengenai program GNNT cukup antusias. Dengan adanya sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia masyarakat menjadi lebih mengerti dan memahami apa itu transaksi non tunai dan manfaatnya. Berbagai tanggapan positif yang diberikan oleh masyarakat membawa kemajuan atas program GNNT.

3. Untuk kedepannya hal apa yang ingin dicapai oleh Bank Indonesia mengenai program GNNT ?

Erni : Bank Indonesia berharap bahwa masyarakat sudah dapat melakukan transaksi secara non tunai. Tidak adanya lagi hambatan dari masyarakat dan pihak-pihak yang terkait mengenai transaksi secara non tunai agar terciptanya masyarakat yang edukatif terhadap sistem pembayaran secara non tunai. Bagi Bank Indonesia apapun yang berhubungan dengan transaksi dari tunai ke non tunai menjadi prioritas bagi Bank Indonesia.

#### **Informan IV**

Hasil wawancara dengan masyarakat yang bekerja sebagai Pegawai Swasta pada PT. Medan Sugar Industri. Informan keempat bernama Utami Febria Iramani yang berusia 25 tahun. Berikut ini adalah hasil jawaban wawancara yang diberikan oleh penulis :

1. Apakah Anda mengetahui tentang Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) ?

Utami : Iya saya tahu, GNNT yang saya tahu adalah salah satu program dari Bank Indonesia dengan tujuan agar masyarakat lebih terbiasa menggunakan alat pembayaran non tunai. Program GNNT ini memang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pengertian kepada masyarakat bahwa sangat pentingnya dan berpengaruhnya transaksi non tunai untuk di kedepannya.

2. Sudah berapa lama Anda mengetahui program GNNT ?

Utami : Saya sudah mendengar tentang program GNNT ini lebih kurang pada tahun 2016.

3. Dari mana Anda mengetahui program GNNT ?

Utami : Saya mengetahui program GNNT dari berita *online* (*E-News*), namun saya juga mengetahuinya melalui radio dan juga dari Bank tempat saya menabung.

4. Bagaimana tanggapan Anda mengenai program GNNT ?

Utami : Tanggapan saya tentang program GNNT ini, gerakan ini sangat baik untuk perkembangan zaman sekarang ini, dimana semuanya dapat dengan mudah kita akses dan juga kita gunakan, dengan adanya program ini masyarakat tidak perlu lagi untuk membawa banyak uang cash pada saat ingin bertransaksi. Saya merasa sangat berguna bagi diri saya karena dengan segala kemudahan yang diberikan oleh transaksi non tunai. Dan saya rasa kalau kedepannya program GNNT ini berjalan untuk semua transaksi tunai

menjadi tunai akan sangat memudahkan dan berguna bagi saya maupun masyarakat lainnya.

5. Apakah Anda pernah bertransaksi secara non tunai ?

Utami : Iya, saya pernah melakukan transaksi secara non tunai, dapat dibilang sering menggunakan transaksi non tunai.

6. Menurut Anda transaksi manakah yang lebih efektif, tunai atau non tunai ?

Utami : Saya merasa lebih efektif dan dimudahkan dalam bertransaksi secara non tunai jika dibandingkan dengan secara tunai, dimana saya tidak perlu membawa uang cash apabila saya ingin melakukan transaksi.

7. Menurut Anda apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia sudah cukup efektif ?

Utami : Saya rasa cukup efektif, karena banyak masyarakat termasuk saya sudah tahu apa itu GNNT dimana sosialisasi yang diberikan cukup gencar melalui radio, spanduk, dan juga baliho, sehingga membuat masyarakat tahu dan mengenal apa itu GNNT.

8. Apakah Anda merasa puas dengan adanya program GNNT yang mempermudah Anda dalam melakukan non tunai ?

Utami : Saya merasa puas, dengan harapan kedepannya untuk fasilitas non tunai ini lebih memadai agar dapat mendukung program GNNT ini.

### **Informan V**

Hasil wawancara dengan masyarakat yang bekerja sebagai Pegawai Bank BRI. Informan kelima bernama Randa Febrian Dohude yang berusia 26 tahun. Berikut ini adalah hasil jawaban wawancara yang diberikan oleh penulis :

1. Apakah Anda mengetahui tentang Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) ?

Randa : Ya saya tahu tentang GNNT, menurut pandangan saya program ini adalah program dimana transaksi yang di gunakan sudah berbasis elektronik yang dapat memudahkan masyarakat dalam setiap melakukan transaksi.

2. Sudah berapa Anda mengetahui program GNNT ?

Randa : Kurang lebih saya tahu tentang program GNNT ini pada tahun 2016.

3. Dari mana Anda mengetahui program GNNT ?

Randa : Saya tahu tentang program GNNT ini melalui Bank tempat saya bekerja, karena dari Bank BRI sendiri sudah diberi arahan oleh Bank Indonesia untuk membantu dalam mensosialisasikan tentang program GNNT, selain itu saya juga mengetahuinya melalui radio dan juga dari media *online* (*E-News*).

4. Bagaimana tanggapan Anda mengenai program GNNT ?

Randa : Bagi saya cukup baik, karena GNNT bertujuan untuk memberikan pilihan kepada masyarakat dan memudahkan masyarakat dalam bertransaksi,

dan juga memberikan kemudahan yang sangat bermanfaat bagi masyarakat luas.

5. Apakah Anda pernah bertransaksi secara non tunai ?

Randa : Iya saya pernah melakukan transaksi secara non tunai. Saya pernah menggunakan *e-money* dan juga menggunakan kartu e-toll.

6. Menurut Anda transaksi manakah yang lebih efektif, tunai atau non tunai ?

Randa : Saya rasa lebih efektif apabila menggunakan transaksi secara non tunai, karena tidak lagi perlu membawa uang dalam jumlah besar apabila ingin melakukan transaksi, dan juga hanya dengan sebuah kartu saja kita sudah bisa melakukan transaksi itu jelas sangat efektif.

7. Menurut Anda apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia sudah cukup efektif ?

Randa : Cukup efektif karena dengan sosialisasi yang sudah dilakukan oleh Bank Indonesia melalui radio, sudah cukup banyak membuat masyarakat tertarik untuk mengetahui apa sih GNNT itu sendiri.

8. Apakah Anda merasa puas dengan adanya program GNNT yang mempermudah Anda dalam melakukan non tunai ?

Randa : Saya merasa puas karena dengan adanya program GNNT ini saya tidak lagi direpotkan untuk membawa uang secara tunai dimana saya harus mengambil uang apabila saya ingin bertransaksi.

### 4.3 Pembahasan

Telah dibahas pada bab metode penelitian, bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dengan judul penelitian Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia dalam Menjalankan Program GNNT pada Masyarakat Kota Medan. Dari hasil penelitian terlihat bahwa efektivitas komunikasi humas Bank Indonesia dalam melaksanakan berbagai sosialisasi dapat dinilai cukup baik.

Untuk menciptakan suatu komunikasi yang efektif terdiri dari beberapa elemen elemen komunikasi yang menunjang dalam melakukan suatu komunikasi yang efektif, elemen-elemen yang ada menjadi landasan dasar seorang dapat menyampaikan pesannya secara baik dan efektif. Dalam hal ini Bank Indonesia sadar akan hal tersebut, dimana elemen komunikasi harus di terapkan disetiap sosialisasi yang diberikan agar terciptanya suatu sosialisasi yang dapat dengan mudah di pahami serta di mengerti oleh masyarakat luas.

Di dalam mewujudkan suatu komunikasi yang dapat di katakan efektif, seorang praktisi humas harus mengacu dan melihat pada proses elemen-elemen komunikasi, berikut adalah elemen-elemen komunikasi meliputi :

1. Komunikator, merupakan penyampai pesan baik itu berupa individu, kelompok atau sebuah organisasi. Seorang humas haruslah menguasai masalah, sehingga pesan yang di sampaikan menjadi jelas dari berbagai aspek, tidak ambigu. Dalam hal ini humas Bank Indonesia harus mengerti dan dapat memposisikan diri sebagai peyampai pesan yang baik agar tidak



adanya kegagalan ataupun kesalahan yang terjadi selama menyampaikan pesan.

2. Pesan, merupakan ide atau gagasan yang di sampaikan kepada komunikan. Ide atau gagasan yang ingin disampaikan oleh komunikator harus diolah sedemikian rupa agar menjadi sebuah pesan yang bukan hanya dapat dimengerti, tetapi juga menarik bagi komunikan yang menjadi target pesan tersebut. Melalui pesan yang disampaikan oleh Bank Indonesia dalam bentuk sosialisasi telah memberikan arahan dan edukasi kepada masyarakat tentang proram GNNT. Sosialisasi yang berjalan selama penyampaian pesan diharapkan dapat mengubah pola pikir masyarakat untuk lebih memahami dan mengerti tentang transaksi non tunai, sehingga terciptanya sosialisasi yang efektif.
3. Media, merupakan sarana yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Melalui beberapa media seperti radio, spanduk, baliho, *sms blast*, videotron dan VMS, Bank Indonesia menyampaikan pesannya. Melalui media tersebut seorang humas dapat memberikan pesan ataupun stimulus kepada masyarakat. Dalam tahap lanjut Bank Indonesia memilih radio yang menjadi pilihan dalam memberikan informasi program GNNT, melalui radio Bank Indonesia menjalin kerjasama untuk menyampaikan informasi yang terkait dengan transaksi non tunai, dimana radio dirasa cukup efektif dalam menyebarkan informasi.

4. Komunikasikan, merupakan penerima pesan. Dalam hal ini yang menjadi fokus seorang humas ialah masyarakat, namun juga tertuju kepada komunitas, asosiasi organisasi, pedagang *merchant*, dan juga mahasiswa.
5. Hambatan, merupakan faktor-faktor yang menyebabkan terhambatnya proses komunikasi. Hambatan yang dihadapi oleh seorang humas menjadi tantangan tersendiri dalam menjalankan program GNNT. Dimana hambatan yang terjadi lebih seperti kurangnya pemahaman serta ketidaktahuan tentang perkembangan teknologi, namun hambatan yang terjadi tidak menjadi halangan bagi humas Bank Indonesia untuk tetap terus menyampaikan informasi tentang program GNNT kepada masyarakat.
6. Umpan balik, merupakan reaksi atau respon yang diberikan komunikasikan untuk menanggapi pesan yang diterimanya. Umpan balik dapat membantu komunikasikan untuk menilai apakah komunikasi yang dilakukannya efektif atau tidak efektif. Pada tahap ini umpan balik menjadi hasil dan jawaban atas segala sesuatu yang dilakukan oleh humas Bank Indonesia, dimana dapat ditentukan berhasil atau tidaknya suatu komunikasi yang sudah menerapkan elemen-elemen komunikasi di dalamnya. Diharapkan yang menjadi umpan balik kepada humas Bank Indonesia ialah mengertinya dan pahami masyarakat luas tentang program GNNT agar terciptanya program kerja sesuai dengan yang direncanakan. Jika umpan balik yang diberikan positif, berarti komunikasi yang dilakukan efektif.

Humas atau *public relations* merupakan satu bagian dari satu nafas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap program yang berikan kepada publik. Hal ini sekedar memberikan gambaran tentang fungsi *public relations* yaitu:

- a. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
- b. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
- c. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.
- d. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Tahap kegiatan, dimana disetiap kegiatan Bank Indonesia selalu disosialisasikan kepada masyarakat, karena dalam kegiatan sosialisasi tentang program GNNT diadakannya sosialisasi secara khusus disetiap kegiatan Bank

Indonesia, seperti adanya talkshow, seminar, edukasi masif, studi ekskursi, spanduk dan banner, agar dapat dimengerti serta dipahami oleh masyarakat dan adapun pemberitahuan lewat radio-radio lokal. Selain itu juga memberikan pencerahan terhadap semua masyarakat agar dapat dengan benar mengerti dan memahami apa tujuan dari adanya program GNNT.

Tahap penyampaian pesan daripada kegiatan yang dilakukan oleh Bank Indonesia sebagai salah satu tugas dalam memberikan arahan, pengertian serta pemahaman kepada masyarakat mengenai program GNNT, agar dapat memberikan gambaran kepada masyarakat untuk segera menggunakan transaksi non tunai. Oleh sebab itu dalam penyampaian pesannya pada saat sosialisasi Bank Indonesia meminta agar masyarakat berperan aktif dalam menciptakan pemahaman yang akan mengubah pola pikir masyarakat luas.

Tahap proses komunikasi yang dilakukan pada saat sosialisasi mengenai program GNNT, proses komunikasinya menggunakan interkasi secara langsung yang mencakup kata-kata tertulis maupun lisan disetiap kegiatan yang bertemu langsung antara humas dengan masyarakat. Selain itu proses komunikasi dalam mensosialisasikan program GNNT ini menggunakan media elektronik seperti radio secara langsung. Dengan media cetak melalui spanduk dan banner yang dipasang di beberapa titik penting.

Lasswell (dalam Effendy, 2003:253), menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “Who says What In Which Channel To Whom With What Effect (Siapa Mengatakan Apa

Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). Untuk mantapnya suatu efektivitas komunikasi, maka segala sesuatu harus dipertautkan dengan komponen - komponen yang merupakan jawaban terhadap pernyataan dalam rumus Lasswell tersebut.

1. Who ? (Siapakah komunikatornya?)
2. Says what ? (Pesan apa yang dinyatakannya?)
3. In which channel ? (Media apa yang digunakannya?)
4. To whom ? (Siapa Komunikannya?)
5. With what effect ? (Efek apa yang diharapkan?)

Dengan strategi yang dilakukan oleh Bank Indonesia dalam mensosialisasikan mengenai program GNNT pada masyarakat seperti ini, diharapkan masyarakat mulai terbiasa dalam menggunakan transaksi secara non tunai agar masyarakat dapat merasakan kemudahan dan keamanan dalam setiap melakukan transaksi, serta diharapkan masyarakat dapat mensukseskan program GNNT ini.



Gambar 4.1 : Kegiatan Sosialisasi Bank Indonesia

**Begini Nih Cara Bijak  
GUNAKAN e-money**

**Apa Sih e-Money Itu?**  
e-money adalah uang elektronik yang tidak memiliki batas waktu berlaku. Nilai uang dalam e-money akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran.

Tidak ada batasan waktu → Limit saldo yang terbatas  
Cukup di tep pada receiver EDC → Kartu multi purpose

**Apa Beda e-Money dan Uang Fisik?**

- Pertama, Anda bisa melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang fisik.
- Kedua, transaksi menjadi lebih cepat karena nilai di e-money sesuai dengan nilai transaksi.
- Ketiga, secara perencanaan keuangan karena slip transaksi yang keluar dari mesin EDC bisa menjadi bukti.

**E-Money Apa yang Cocok untuk Saya?**

- Sesuai kebutuhan  
Pilihlah kartu yang sesuai dengan kebutuhan dan disiplinlah menggunakan e-money tersebut.
- Bentuk e-money  
e-money tidak hanya berbentuk kartu saja, tetapi ada juga yang menggunakan telepon selular sebagai mediana.
- Pilih yang jangkauan luas, layanan baik  
Jangkauan yang luas dapat mempermudah dalam isi ulang e-money dan sebaiknya cermat dalam pilih lokasi.

**KreditGoGo**

Gambar 4.2 : Sosialisasi Melalui Media Online

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, serta hasil analisis data maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia Dalam Menjalankan Program GNNT Pada Masyarakat Kota Medan, maka kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bank Indonesia dalam mensosialisasikan program GNNT kepada masyarakat, yakni untuk menumbuhkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang menggunakan transaksi secara non tunai. Dengan melaksanakan kegiatan sosialisasi yang cukup intens dengan melalui berbagai macam sosialisasi seperti melakukan kegiatan edukasi masif, studi ekskursi, komunikasi langsung, dan juga melalui media cetak berupa banner, spanduk, kemudian menggunakan media elektronik seperti radio yang menginformasikan tentang program GNNT.
2. Pesan yang disampaikan oleh Bank Indonesia mengenai tujuan dari diadakannya program GNNT, dimana dapat mengubah pola pikir masyarakat untuk mulai terbiasa melakukan transaksi secara non tunai. Setelah menyampaikan pesan diharapkan mendapat respon serta umpan

balik yang bersifat positif dari masyarakat kepada Bank Indonesia mengenai program GNNT.

3. Efektivitas komunikasi yang telah dilakukan oleh Bank Indonesia sudah cukup baik dimana dapat dilihat dari berbagai sudut pandang seperti telah memberikan pengertian, pengarahan, pemahaman kepada masyarakat terkait program GNNT yang sedang disebarluaskan, hal ini dapat diartikan bahwa sudah cukup banyak pemahaman serta pengertian dari masyarakat untuk menggunakan transaksi non tunai, hal lainnya ialah dapat dilihatnya bahwa humas Bank Indonesia sudah memberikan begitu banyak informasi kepada masyarakat menggunakan 2 media yaitu media cetak, banner, spanduk, dan media elektronik berupa radio, semua ini sebagai alat bantu untuk terciptanya suatu Efektivitas Komunikasi Humas Bank Indonesia dalam menjalankan program GNNT.
4. Dalam tahap ini humas Bank Indonesia berhasil memberikan pengetahuan serta informasi mengenai program GNNT kepada masyarakat. Yang ditandai dengan begitu banyak masyarakat yang sadar dan mengetahui informasi untuk menggunakan transaksi secara non tunai, selain itu efektivitas komunikasi dari humas Bank Indonesia dapat membawa masyarakat luas menuju *smart people*.

## **5.2 Saran**

Dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :



1. Diharapkan Bank Indonesia dapat terus melanjutkan sosialisasi dan tetap memberikan pengarahannya serta pemahaman kepada masyarakat tentang program GNNT agar dapat menjadikan masyarakat yang *smart*
2. Kinerja humas Bank Indonesia diharapkan jauh lebih baik lagi kedepannya, untuk memberikan sosialisasi mengenai program GNNT.
3. Sebaiknya Bank Indonesia lebih memfokuskan sosialisasi dalam bentuk edukasi, dikarenakan dengan adanya edukasi langsung dari Bank Indonesia dapat dengan mudah memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai program GNNT yang sedang dijalankan.
4. Diharapkan Bank Indonesia dapat lebih banyak menggunakan media-media, sebagai sarana untuk menyebarkan informasi penting kepada masyarakat tidak terbatas pada radio maupun media cetak saja.
5. Sebagai masyarakat haruslah lebih aktif lagi dalam mengikuti sosialisasi yang ada sebagai sumber informasi baru yang akan diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Danandjaja, 2011. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Medan: Graha Ilmu.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komuniiasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Harun, Rochajat. 2011. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. Bandung : PT. Raga Grafindo Persada.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- Moelong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset – Cetakan ke-32.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Rosda.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_, Rosady. 2001. *Etika Kehumasan: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Vardiansyah, Dani. 2005. *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Widjaja, H.A.W. 2010. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: BumiAksara.