



## STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS BANK INDONESIA DALAM SOSIALISASI PENERAPAN TRANSAKSI NON TUNAI *QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)* DI PROVINSI SUMATERA UTARA

Pratiwi<sup>1</sup>, Prof. Dr. Hasan Sajali, MA<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Februari 2025

Revised Februari 2025

Accepted Februari 2025

Available online Februari 2025

#### Kata Kunci:

Strategi Komunikasi; Humas Bank Indonesia; QRIS; Literasi Digital.

#### Keywords:

Communication Strategy; Bank Indonesia Public Relation; Qris; Digital Literacy.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

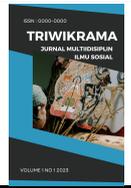
### ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi humas Bank Indonesia dalam sosialisasi penerapan transaksi non-tunai berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di Provinsi Sumatera Utara. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan dalam meningkatkan pemahaman dan adopsi QRIS oleh masyarakat serta pelaku usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Indonesia menggunakan berbagai strategi komunikasi, termasuk edukasi langsung, pemanfaatan media digital dan sosial, serta kolaborasi dengan komunitas lokal dan pelaku usaha. Strategi berbasis komunitas terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap QRIS, khususnya di kalangan pelaku UMKM. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan dalam implementasi QRIS, seperti tingkat literasi digital yang masih bervariasi, keterbatasan infrastruktur, serta kepercayaan masyarakat terhadap keamanan transaksi

digital. Kesimpulannya, strategi komunikasi yang diterapkan oleh Bank Indonesia telah berkontribusi terhadap peningkatan adopsi QRIS, tetapi masih memerlukan penguatan dalam aspek edukasi, regulasi, dan perlindungan konsumen. Pendekatan yang lebih inklusif dan berbasis komunitas diharapkan dapat meningkatkan efektivitas sosialisasi QRIS dan mendukung percepatan digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia.

### ABSTRACT

*This study examines the public relations communication strategy of Bank Indonesia in socializing the implementation of non-cash transactions based on the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) in North Sumatra Province. The aim of this research is to analyze the effectiveness of communication strategies in enhancing public and business actors' understanding and adoption of QRIS. This study employs a qualitative approach with data collection techniques including in-depth interviews, observations, and document analysis. The findings indicate that Bank Indonesia employs various communication strategies, including direct education, digital and social media utilization, and collaboration with local communities and business actors. Community-based strategies have proven effective in raising awareness and public trust in QRIS, particularly among MSMEs. However, this study also identifies several challenges in QRIS implementation, such as varying levels of digital literacy, infrastructure limitations, and public trust in digital transaction security. In conclusion, Bank Indonesia's communication strategies have contributed to increasing QRIS adoption but still require improvements in education, regulation, and consumer protection. A more inclusive and community-based approach is expected to enhance the effectiveness of QRIS socialization and support the acceleration of digital payment systems in Indonesia.*



## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi sistem keuangan di Indonesia mengalami perkembangan pesat, terutama dalam hal transaksi non-tunai. Salah satu inovasi yang menjadi fokus utama dalam transformasi ini adalah penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang diperkenalkan oleh Bank Indonesia sebagai solusi untuk standarisasi pembayaran digital di seluruh sektor ekonomi. QRIS bertujuan untuk memudahkan transaksi, meningkatkan inklusi keuangan, serta mendorong efisiensi dalam sistem pembayaran nasional (Ali Imron, 2021). Namun, meskipun berbagai keunggulan telah ditawarkan, masih terdapat tantangan dalam proses sosialisasi dan adopsi QRIS di kalangan masyarakat dan pelaku usaha, khususnya di Provinsi Sumatera Utara.

Bank Indonesia sebagai otoritas moneter dan sistem pembayaran memiliki peran strategis dalam mengomunikasikan kebijakan terkait transaksi non-tunai. Sebagai bagian dari upaya mendorong adopsi QRIS, strategi komunikasi humas menjadi elemen kunci dalam memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Menurut penelitian Wahidin et al. (2020), strategi *community relations* yang diterapkan oleh Bank Indonesia mampu membentuk citra positif dalam memperkenalkan kebijakan keuangan kepada publik. Dalam konteks Sumatera Utara, pendekatan komunikasi yang efektif sangat dibutuhkan mengingat karakteristik sosial dan ekonomi masyarakat yang beragam.

Salah satu tantangan utama dalam sosialisasi QRIS adalah tingkat literasi digital yang masih bervariasi di kalangan masyarakat. Studi Damayanti et al. (2023) mengungkapkan bahwa pemahaman tentang sistem pembayaran berbasis QRIS masih rendah, terutama di kalangan siswa sekolah menengah. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan komunikasi yang lebih inklusif dan edukatif agar adopsi QRIS dapat lebih luas. Selain itu, faktor lain seperti resistensi terhadap perubahan sistem pembayaran dan kepercayaan terhadap teknologi digital juga menjadi aspek penting yang harus diperhatikan dalam strategi komunikasi yang diterapkan.

Di sisi lain, implementasi QRIS di berbagai daerah telah menunjukkan dampak positif terhadap produktivitas ekonomi, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Natsir et al. (2023) menemukan bahwa penggunaan QRIS dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas jangkauan pasar bagi UMKM. Namun, keberhasilan implementasi ini sangat bergantung pada seberapa efektif strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak terkait, termasuk Bank Indonesia. Penelitian Hawu et al. (2022) yang meneliti implementasi QRIS di Desa Detusoko Barat, Kabupaten Ende, juga menyoroti bahwa keberhasilan sosialisasi QRIS sangat bergantung pada pendekatan komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik lokal masyarakat.

Dalam upaya membangun kesadaran dan penerimaan terhadap QRIS, Bank Indonesia perlu mengembangkan strategi komunikasi yang tidak hanya berbasis pada kampanye media, tetapi juga melalui edukasi langsung dan kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan. Kissya (2020) mengungkapkan bahwa efektivitas strategi komunikasi humas Bank Indonesia dipengaruhi oleh kemampuan institusi dalam membangun hubungan yang baik dengan komunitas dan pelaku usaha. Oleh karena itu, strategi komunikasi humas yang diterapkan dalam sosialisasi QRIS di Sumatera Utara perlu mempertimbangkan aspek partisipatif agar masyarakat dapat merasa lebih terlibat dalam proses digitalisasi transaksi.

Dari perspektif regulasi, implementasi QRIS juga membawa dampak terhadap perubahan sistem keuangan nasional. Permana et al. (2024) menekankan bahwa adopsi QRIS tidak hanya mempengaruhi perilaku transaksi masyarakat, tetapi juga mengubah struktur dan mekanisme pembayaran yang ada. Dengan demikian, Bank Indonesia memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan dapat mendukung transisi ini secara optimal. Selain itu, aspek perlindungan konsumen juga menjadi hal yang perlu diperhatikan. Traa dan Djaja (2023) menyoroti pentingnya regulasi dalam melindungi konsumen dari potensi risiko transaksi digital, termasuk dalam penggunaan QRIS.

Dalam konteks Sumatera Utara, strategi komunikasi humas Bank Indonesia dalam sosialisasi QRIS harus disesuaikan dengan karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat setempat. Studi Swaryputri dan Wibisono (2022) yang meneliti strategi komunikasi humas Bank Indonesia di Provinsi Bali menunjukkan bahwa pendekatan berbasis edukasi dan kemitraan dengan komunitas lokal sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman dan penerimaan terhadap QRIS. Model komunikasi serupa dapat diterapkan di Sumatera Utara dengan menyesuaikan strategi komunikasi yang lebih kontekstual.

Dengan adanya berbagai tantangan dan peluang yang ada, penting bagi Bank Indonesia untuk terus mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inovatif dalam menyosialisasikan QRIS. Penggunaan berbagai saluran komunikasi, mulai dari media massa, media sosial, hingga pendekatan berbasis komunitas, perlu dioptimalkan agar informasi mengenai manfaat dan penggunaan QRIS dapat tersampaikan secara luas. Lebih dari sekadar upaya sosialisasi, strategi komunikasi yang efektif juga akan berkontribusi dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital, yang pada akhirnya akan mendukung terwujudnya ekosistem keuangan yang lebih inklusif dan efisien di Indonesia.



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami strategi komunikasi humas Bank Indonesia dalam sosialisasi penerapan transaksi non-tunai (QRIS) di Provinsi Sumatera Utara. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali makna, persepsi, dan pengalaman subjek penelitian secara mendalam. Sebagaimana diungkapkan oleh Moleong (1989), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi dalam konteks tertentu dengan mempertimbangkan perspektif subjek yang diteliti.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk perwakilan Bank Indonesia, pelaku usaha yang menggunakan QRIS, serta masyarakat sebagai pengguna transaksi non-tunai. Pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh Bank Indonesia dalam mensosialisasikan QRIS. Observasi partisipatif dilakukan dengan mengikuti berbagai kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia guna mengamati langsung metode komunikasi yang digunakan serta respons masyarakat terhadap program tersebut. Studi dokumentasi melibatkan analisis terhadap berbagai publikasi, laporan resmi, serta materi kampanye yang diterbitkan oleh Bank Indonesia terkait penerapan QRIS.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti model interaktif yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan menyaring informasi yang relevan dari hasil wawancara, observasi, serta dokumen yang dikumpulkan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang memungkinkan pembaca memahami pola dan temuan utama dari penelitian ini. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari analisis data, yang kemudian diinterpretasikan berdasarkan kerangka teori komunikasi dan kebijakan keuangan digital.

Validitas data dalam penelitian ini diperiksa melalui triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi peneliti. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan untuk memastikan konsistensi data. Triangulasi metode dilakukan dengan mengombinasikan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi guna memperoleh gambaran yang lebih holistik mengenai strategi komunikasi humas Bank Indonesia. Triangulasi peneliti melibatkan diskusi dan refleksi bersama tim penelitian untuk meminimalkan subjektivitas dalam analisis data.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi humas Bank Indonesia dalam sosialisasi QRIS di Sumatera Utara dirancang dan diimplementasikan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam mendorong adopsi transaksi non-tunai di berbagai lapisan masyarakat.

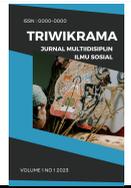
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas Bank Indonesia dalam sosialisasi penerapan transaksi non-tunai (QRIS) di Provinsi Sumatera Utara dilakukan melalui berbagai pendekatan, termasuk edukasi langsung kepada masyarakat, kolaborasi dengan pelaku usaha, serta pemanfaatan media sosial dan kampanye digital. Berdasarkan temuan di lapangan, Bank Indonesia secara aktif mengadakan sosialisasi melalui seminar, lokakarya, dan pelatihan kepada pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) guna meningkatkan literasi digital mereka dalam penggunaan QRIS. Sejalan dengan temuan Ali Imron (2021), sosialisasi GNNT melalui pembayaran berbasis QRIS pada UMKM telah membantu meningkatkan pemahaman mereka terhadap manfaat transaksi digital yang lebih efisien dan aman.

Selain itu, strategi *community relations* yang diterapkan Bank Indonesia juga berperan dalam membentuk citra positif lembaga tersebut di masyarakat. Sebagaimana diungkapkan dalam penelitian Wahidin et al. (2020), hubungan masyarakat yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap kebijakan yang diterapkan oleh Bank Indonesia, terutama dalam menghadapi tantangan adaptasi digital. Di Provinsi Sumatera Utara, pendekatan berbasis komunitas dilakukan melalui kerja sama dengan asosiasi pedagang dan institusi pendidikan untuk memperluas jangkauan informasi mengenai QRIS.

Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa tingkat literasi masyarakat terhadap sistem pembayaran QRIS masih bervariasi, sebagaimana ditemukan oleh Damayanti et al. (2023) dalam studi mereka mengenai literasi sistem pembayaran QRIS di kalangan siswa SMA. Hal ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang tidak hanya berfokus pada edukasi teknis, tetapi juga membangun kesadaran mengenai manfaat jangka panjang transaksi non-tunai dalam meningkatkan inklusi keuangan.



Dalam konteks implementasi QRIS di wilayah pedesaan, seperti yang diungkapkan oleh Hawu et al. (2022), terdapat tantangan dalam penerapan transaksi non-tunai di daerah dengan infrastruktur digital yang belum memadai. Studi ini mengonfirmasi bahwa kendala serupa juga ditemukan di beberapa wilayah di Sumatera Utara, di mana akses terhadap perangkat pembayaran digital masih terbatas. Oleh karena itu, strategi komunikasi humas Bank Indonesia mencakup pendekatan berbasis komunitas yang melibatkan perbankan daerah dan penyedia layanan keuangan digital untuk memastikan adopsi QRIS yang lebih luas.

Keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan QRIS sebagai alat pembayaran digital juga menjadi salah satu indikator efektivitas sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia. Sebagaimana disampaikan dalam penelitian Hutagalung et al. (2021), penggunaan QRIS terbukti meningkatkan produktivitas UMKM di Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini, yang menunjukkan bahwa pelaku usaha yang telah mendapatkan edukasi dari Bank Indonesia cenderung lebih percaya diri dalam bertransaksi secara digital.

Faktor lain yang berkontribusi terhadap efektivitas sosialisasi adalah persepsi masyarakat terhadap kemudahan dan manfaat QRIS. Berdasarkan studi Ramadhan et al. (2023), keputusan masyarakat untuk menggunakan QRIS dipengaruhi oleh faktor kemudahan akses, gaya hidup digital, dan literasi keuangan. Temuan ini juga relevan dengan kondisi di Sumatera Utara, di mana generasi muda lebih cepat dalam mengadopsi sistem pembayaran digital dibandingkan kelompok usia yang lebih tua. Oleh karena itu, Bank Indonesia lebih banyak menggunakan media sosial dan kampanye digital dalam menjangkau segmen muda.

Meskipun strategi komunikasi yang diterapkan cukup efektif dalam meningkatkan adopsi QRIS, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala, termasuk keterbatasan akses internet di beberapa daerah, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan transaksi digital, serta perlindungan konsumen terhadap transaksi tertunda, sebagaimana dikemukakan oleh Traa dan Djaja (2023). Untuk mengatasi hal ini, Bank Indonesia terus meningkatkan kerja sama dengan penyedia layanan keuangan guna memastikan bahwa sistem pembayaran QRIS berjalan secara optimal.

## **Pembahasan**

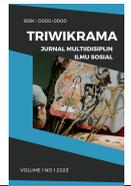
Pembahasan mengenai strategi komunikasi dalam sosialisasi penerapan transaksi non-tunai (QRIS) mencerminkan pentingnya pendekatan yang komprehensif dalam memperkenalkan inovasi digital kepada masyarakat, khususnya di wilayah Sumatera Utara. Bank Indonesia telah mengadopsi berbagai metode komunikasi untuk memastikan bahwa informasi mengenai QRIS dapat tersebar luas dan dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Strategi ini mencakup edukasi langsung kepada pelaku usaha, kampanye digital melalui media sosial, serta kerja sama dengan berbagai institusi untuk memperluas jangkauan informasi.

Sejalan dengan konsep sosialisasi yang dijelaskan oleh Ali Imron (2021), keberhasilan penerapan QRIS pada sektor UMKM di Sumatera Utara sangat dipengaruhi oleh intensitas dan efektivitas program edukasi yang diberikan. Sosialisasi yang dilakukan harus mampu menjelaskan manfaat QRIS dalam meningkatkan efisiensi transaksi serta membangun pemahaman yang lebih baik mengenai sistem pembayaran digital. Selain itu, pendekatan yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat juga berperan dalam meningkatkan adopsi teknologi ini di berbagai sektor.

Strategi community relations menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pembayaran digital yang diterapkan. Menurut Wahidin et al. (2020), hubungan yang baik antara lembaga keuangan dan masyarakat dapat memperkuat penerimaan kebijakan, terutama dalam konteks transformasi digital. Di Sumatera Utara, kolaborasi antara Bank Indonesia dan pelaku usaha menjadi kunci utama dalam meningkatkan literasi keuangan digital serta membentuk opini positif mengenai sistem pembayaran yang lebih modern dan aman.

Tingkat literasi digital masyarakat terhadap sistem pembayaran QRIS masih menunjukkan variasi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Damayanti et al. (2023). Dalam beberapa kasus, masih ditemukan kendala dalam pemahaman teknis mengenai cara menggunakan QRIS, terutama di kalangan kelompok usia tertentu. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga harus membangun kesadaran mengenai manfaat jangka panjang dari transaksi digital. Di Sumatera Utara, peningkatan literasi digital dapat dilakukan melalui pelatihan yang melibatkan komunitas lokal serta kerja sama dengan lembaga pendidikan dan asosiasi UMKM.

Dalam implementasi QRIS di berbagai daerah di Sumatera Utara, terdapat tantangan yang harus diatasi, terutama di daerah dengan keterbatasan infrastruktur digital. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Hawu et al. (2022), akses terhadap perangkat pembayaran digital masih menjadi kendala utama di beberapa wilayah. Oleh karena itu, solusi yang dapat diterapkan adalah dengan memperluas jaringan infrastruktur digital melalui kerja sama dengan penyedia layanan internet dan perbankan lokal. Selain itu, pemberian insentif kepada pelaku usaha yang mengadopsi QRIS juga dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan penggunaan sistem pembayaran ini.



Keberhasilan adopsi QRIS oleh UMKM di Sumatera Utara menjadi salah satu indikator utama efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Hutagalung et al. (2021) menyebutkan bahwa penggunaan QRIS telah membantu meningkatkan produktivitas usaha, terutama dalam mempercepat proses transaksi dan mengurangi ketergantungan pada uang tunai. Oleh karena itu, pemerintah daerah dapat memberikan dukungan lebih lanjut dalam bentuk pelatihan intensif dan penyediaan alat pembayaran digital bagi UMKM yang belum memiliki akses terhadap teknologi ini.

Persepsi masyarakat terhadap kemudahan dan manfaat QRIS juga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan adopsi sistem pembayaran ini. Studi yang dilakukan oleh Ramadhan et al. (2023) mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan akses, tren gaya hidup digital, dan literasi keuangan memiliki peran besar dalam keputusan masyarakat untuk menggunakan QRIS. Generasi muda di Sumatera Utara cenderung lebih cepat dalam mengadopsi sistem pembayaran digital dibandingkan kelompok usia lainnya, sehingga kampanye digital melalui media sosial menjadi strategi yang efektif dalam menjangkau mereka. Untuk lebih meningkatkan kesadaran, kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan influencer lokal dapat dilakukan agar pesan mengenai manfaat QRIS lebih mudah diterima oleh masyarakat.

Meskipun strategi komunikasi yang diterapkan cukup efektif, masih terdapat tantangan yang harus dihadapi, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan transaksi digital, serta perlindungan konsumen terhadap transaksi yang tertunda. Menurut Traa dan Djaja (2023), perlindungan konsumen dalam transaksi digital perlu mendapatkan perhatian lebih agar masyarakat merasa aman dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran utama mereka. Oleh karena itu, Bank Indonesia dapat memperkuat regulasi mengenai perlindungan konsumen serta meningkatkan transparansi dalam sistem pembayaran digital. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan implementasi QRIS di Sumatera Utara dapat berjalan lebih optimal dan memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat serta pelaku usaha.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti strategi komunikasi humas Bank Indonesia dalam mensosialisasikan penerapan transaksi non-tunai berbasis QRIS di Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa Bank Indonesia menerapkan berbagai metode komunikasi untuk memastikan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital ini. Strategi utama yang digunakan meliputi edukasi langsung kepada pelaku usaha dan masyarakat, pemanfaatan media digital dan sosial, serta kerja sama dengan berbagai pihak seperti komunitas bisnis, institusi pendidikan, dan lembaga pemerintahan. Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah efektivitas pendekatan berbasis komunitas dalam meningkatkan penerimaan QRIS, terutama bagi pelaku UMKM. Sosialisasi yang dilakukan melalui seminar, lokakarya, serta pelatihan terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital ini.

Selain itu, kampanye digital yang dilakukan melalui media sosial juga berperan penting dalam menjangkau segmen muda yang lebih akrab dengan teknologi.

Meskipun strategi komunikasi yang diterapkan cukup efektif, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan dalam implementasi QRIS. Tantangan utama meliputi tingkat literasi digital yang masih bervariasi, keterbatasan infrastruktur di beberapa daerah, serta kepercayaan masyarakat terhadap keamanan transaksi digital. Beberapa pelaku usaha dan masyarakat di daerah tertentu masih menghadapi kendala dalam mengakses dan memahami cara kerja QRIS, sehingga diperlukan upaya edukasi yang lebih intensif dan berkelanjutan.

Selain faktor edukasi, kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan implementasi QRIS. Penelitian ini menemukan bahwa masyarakat yang telah menerima edukasi dan memahami manfaat QRIS cenderung lebih percaya diri dalam menggunakannya. Oleh karena itu, selain meningkatkan sosialisasi dan edukasi, diperlukan regulasi yang lebih kuat untuk menjamin perlindungan konsumen dan keamanan transaksi digital.

Keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Bank Indonesia juga terlihat dari meningkatnya jumlah pelaku usaha yang mulai menggunakan QRIS dalam transaksi mereka. Namun, untuk memperluas jangkauan adopsi QRIS, diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih inklusif dan adaptif terhadap karakteristik masyarakat di berbagai daerah. Kerja sama antara Bank Indonesia dengan pemangku kepentingan lainnya, termasuk pemerintah daerah, perbankan, dan komunitas lokal, perlu terus diperkuat agar implementasi QRIS dapat berjalan lebih optimal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang tepat dapat memainkan peran penting dalam mempercepat adopsi sistem pembayaran digital. Dengan pendekatan yang lebih komprehensif, inklusif, dan berbasis komunitas, diharapkan penggunaan QRIS di Provinsi Sumatera Utara dapat terus meningkat, sehingga mendukung terciptanya ekosistem transaksi non-tunai yang lebih luas dan efisien di Indonesia.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ali Imron. (2021). SOSIALISASI GNNT MELALUI INSTRUMENT PEMBAYARAN BERBASIS QRIS PADA UMKM DIKOTA SERANG. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7). <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i7.549>
- Damayanti, U. R., Nirmala, A. R., Nurani, R., & Kuswara, C. N. (2023). Literasi Sistem Pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* pada Siswa Sekolah Menengah Atas di Pekanbaru. *Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat Multikultural*, 1(1). <https://doi.org/10.57152/batik.v1i1.703>
- Hawu, L. W., Ratu, M., & W. Ballo, F. (2022). IMPLEMENTASI TRANSAKSI NON TUNAI QRIS DI DESA DETUSOKO BARAT KABUPATEN ENDE. *Research Journal of Accounting and Business Management*, 6(2). <https://doi.org/10.31293/rjabm.v6i2.6655>
- Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2). <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v3i2.260>
- Kissya, V. (2020). Pengaruh strategi komunikasi humas kantor perwakilan Bank Indonesia. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(8). <https://doi.org/10.46799/jst.v1i8.93>
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01).
- Moleong, L. J. (1989). Metodologi penelitian kualitatif.
- Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS UMKM. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3). <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26208>
- Permana, R., Attaullah, R., Pratiwi, Y., Apriyanti, S., Darmawan, A., & Nasution, D. P. (2024). Dampak Implementasi QRIS Terhadap Perubahan Sistem Keuangan Nasional. *Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3(2).
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04). <https://doi.org/10.59422/lbm.v1i04.168>
- Sari, U., Ikbal, M. A., & Gazali, A. A. (2023). Analisis dampak implementasi QRIS terhadap transaksi non-tunai dan pertumbuhan ekonomi digital di indonesia. *In Jurnal Prepints*.
- Swaryputri, I. G. A. L., & Wibisono, A. (2022). Strategi Komunikasi Humas Bank Indonesia Dalam Sosialisasi Penerapan Transaksi Non Tunai (QRIS) Di Provinsi Bali. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 24(1).
- Traa, I. K. K. B., & Djaja, B. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Pembayaran Tertunda Melalui *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. *Alauddin Law Development Journal*, 5(3). <https://doi.org/10.24252/aldev.v5i3.38673>
- Wahidin, S., Eif Saiful Amin, D., Fuad, A., Ilmu Komunikasi Humas, J., & Sunan Gunung Djati, U. (2020). Strategi Community Relations dalam Membentuk Citra Positif Bank Indonesia Kantor Perwakilan Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(2).
- Wicaksono, P. A., & Liddini, L. (2022). Sosialisasi Gerakan Non Tunai (Qris) Sebagai Metode Transaksi Modern Masyarakat Maos Lor Kabupaten Cilacap. *Kampelmas*.