



Analisis Komunikasi Kampanye Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu Pada Peningkatan Pengguna Qris di Provinsi Bengkulu

Maria Ulva^{1*}, Dhanurseto Hadiprashada², Mas Agus Firmansyah³

Universitas Bengkulu, Indonesia

Email: mariaulvaya@gmail.com^{1*}, hadiprashada@unib.ac.id², m.agusfirmansyah@unib.ac.id³

*Correspondence

ABSTRAK

Bank Indonesia selaku Bank Sentral memiliki tujuan tunggal, yaitu untuk mencapai dan memelihara kestabilan nilai Rupiah. Dalam mencapai tujuan tersebut, Bank Indonesia mengelola tiga pilar utama yaitu menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, dan menjaga stabilitas sistem keuangan. Salah satu blueprint dari kelancaran sistem pembayaran tahun 2025 sampai dengan 2030 adalah digitalisasi pembayaran yang dirancang sebagai upaya untuk dapat pulih bersama dan membangun ekonomi berkelanjutan, dimana manfaatnya dapat dirasakan oleh setiap lapisan masyarakat. QRIS merupakan salah satu bentuk percepatan digitalisasi pembayaran yaitu standarisasi sistem pembayaran menggunakan QR core yang menyatukan berbagai QR code yang telah digunakan oleh para Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). QRIS dikembangkan agar transaksi digital menggunakan QR code yang dilakukan dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Penggunaan QRIS dapat meningkatkan penerimaan pembayaran nontunai di masyarakat secara lebih efektif. Perluasan digitalisasi pembayaran yang dilaksanakan Bank Indonesia salah satunya melalui kampanye QRIS. Kantor Bank Indonesia Provinsi Bengkulu menjalankan program berupa aktivitas kampanye QRIS yang efektif sebagai sarana perluasan pengguna di Provinsi Bengkulu.

Kata kunci: QRIS, Analisis Kampanye QRIS.

ABSTRACT

Bank Indonesia as the Central Bank has a single objective, namely to achieve and maintain the stability of the rupiah value. In achieving these objectives, Bank Indonesia manages three main pillars, namely establishing and implementing monetary policy, regulating and maintaining the smooth running of the payment system, and maintaining financial system stability. One of the blueprints for the smooth running of the payment system from 2025 to 2030 is the digitization of payments which is designed as an effort to be able to recover together and build a sustainable economy, where the benefits can be felt by every level of society. QRIS is a form of accelerating payment digitalization, namely the standardization of payment systems using QR core which unites various QR codes that have been used by Payment System Service Providers (PJSP). QRIS was developed so that digital transactions using QR codes can be carried out more easily, quickly, and securely. The use of QRIS can increase the acceptance of non-cash payments in the community more effectively. One of the expansion of payment digitalization carried out by Bank Indonesia is through the QRIS campaign. The Bank Indonesia Office of Bengkulu Province runs a program in the form of an effective QRIS campaign activity as a means of expanding users in Bengkulu Province.

Keywords: QRIS, Campaign Analytics of QRIS.

PENDAHULUAN

Bank Indonesia selaku Bank Sentral memiliki tujuan tunggal, yaitu untuk mencapai dan memelihara kestabilan nilai Rupiah. Dalam mencapai tujuan tersebut, Bank Indonesia mengelola tiga

pilar utama yaitu menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, dan menjaga stabilitas sistem keuangan (Atmaja & Paulus, 2022).

Sebagai salah satu pilar dalam mencapai tujuan utama Bank Indonesia, kelancaran sistem pembayaran merupakan salah satu aspek penting dalam sistem perekonomian di Indonesia. Bank Indonesia bertugas menyelenggarakan sistem pembayaran yang melayani transaksi ritel perbankan serta menyediakan infrastruktur pasar keuangan yang memiliki peran vital dalam mendukung kegiatan perekonomian Indonesia (Swaryputri & Wibisono, 2022).

Memanfaatkan momentum tren digitalisasi tersebut, Bank Indonesia bergerak untuk membangun ekosistem pembayaran digital yang dapat membantu pemulihan ekonomi. Digitalisasi sistem pembayaran Indonesia yang didukung inisiatif Blueprint Sistem Pembayaran (BSPI 2025) dirancang sebagai upaya untuk dapat pulih bersama dan membangun ekonomi berkelanjutan, dimana manfaatnya dapat dirasakan oleh setiap lapisan Masyarakat (Surya et al., 2021).

Sebagai tindak lanjut BSPI 2025, telah dikembangkan inisiatif pembayaran digital yang menjadi langkah penting bagi perluasan akses pembayaran untuk seluruh masyarakat, yaitu QRIS atau Quick Response Indonesian Standard (Monica, 2022). QRIS merupakan standarisasi sistem pembayaran menggunakan QR core yang menyatukan berbagai QR code yang telah digunakan oleh para Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). QRIS dikembangkan agar transaksi digital menggunakan QR code yang dilakukan dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Penggunaan QRIS dapat meningkatkan penerimaan pembayaran nontunai di masyarakat secara lebih efektif (Cholik, 2021).

Hasil perluasan yang mana QRIS dipercaya memberikan banyak keuntungan bagi para pedagang dan kalangan UMKM (Meliyanti, 2021). Merchant QRIS dapat membangun profil kredit untuk kemudahan mendapatkan pinjaman. Transaksi tercatat & langsung masuk rekening sehingga mudah dimonitor. Keuntungan lainnya adalah tidak diperlukannya uang kembalian, bebas risiko pencurian dan uang palsu (Pambudi, 2011).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kampanye Kantor Perwakilan Bank Indonesia dalam melaksanakan program QRIS sehingga dapat menjangkau perluasan pengguna di Provinsi Bengkulu. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana efektifitas komunikasi kampanye Kantor Bank Indonesia Provinsi Bengkulu dalam melaksanakan perluasan QRIS sehingga meningkatkan pengguna QRIS di Provinsi Bengkulu?

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu dalam menjalankan komunikasi dalam kampanye pada perluasan QRIS sehingga meningkatkan pengguna QRIS di Provinsi Bengkulu.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku-perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif menekankan pada analisis induktif, bukan analisis deduktif. Data yang dikumpulkan bukan dimaksudkan untuk mendukung atau menolak hipotesis yang telah disusun sebelum penelitian dimulai, tetapi abstraksi disusun sebagai kekhususan yang telah terkumpul

dan dikelompokkan bersama lewat proses pengumpulan data yang telah dilaksanakan secara teliti (Kuantitatif, 2016).

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu, terkhusus pada Unit Implementasi Kebijakan Sistem Pembayaran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu.

Sumber Data

Jenis sumber data menurut H.B. Sutopo (2002) secara menyeluruh meliputi manusia (responden), peristiwa atau aktivitas, tempat atau lokasi, benda termasuk beragam gambar dan rekaman, serta dokumen maupun arsip.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara percakapan informal. Wawancara percakapan informal (the informal conversational interview) menunjuk pada kecenderungan sifat sangat terbuka dan sangat longgar (tidak terstruktur) sehingga wawancara memang benar-benar mirip dengan percakapan. Pertanyaan yang dikemukakan oleh peneliti berbeda-beda antara subjek yang satu dan subjek lain; subjek yang sama kadangkala harus didatangi kembali oleh peneliti untuk pertanyaan yang berbeda atau mirip sehingga jawaban terdahulu mungkin dapat ditambahkan atau direvisi oleh subjek.

2. Observasi

Menurut Guba & Lincoln beberapa alasan pengamatan atau observasi ini penting dilakukan dalam penelitian kualitatif yaitu: Pertama, teknik pengamatan ini didasarkan atas pengalaman secara langsung. Kedua, teknik pengamatan juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya.

3. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari dokumen, arsip- arsip, laporan, peraturan dan literatur lainnya yang relevan dengan permasalahan penelitian. Pengumpulan data melalui studi dokumentasi dimaksudkan melengkapi data yang tidak diperoleh dari kegiatan wawancara.

Teknik Sampling

Deskriptif kualitatif tidak begitu memperhatikan populasi dan sampling. Dalam penelitian kualitatif, sample yang diambil lebih bersifat selektif. Sampling tidak digunakan dalam usaha untuk melakukan generalisasi statistik atau sekedar mewakili populasinya, tetapi lebih mengarah pada generalisasi teoritis. Sumber data yang digunakan di sini tidak sebagai sumber data yang mewakili populasinya tetapi lebih cenderung mewakili informasinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan “Analisis Komunikasi Kampanye Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu Pada Peningkatan Pengguna QRIS di Provinsi Bengkulu”. Peneliti telah melaksanakan penelitian selama 4 Bulan sejak Bulan Agustus sampai dengan awal Desember 2024. Dalam melaksanakan penelitian, peneliti menggunakan metode wawancara dan observasi

(pengamatan), dengan didukung oleh Teknik dokumentasi. Peneliti melaksanakan wawancara dengan informan penelitian berdasarkan waktu dan tempat yang telah disepakati sebelumnya antara peneliti dan informan. Terdapat informan dalam penelitian ini yaitu pegawai organik yang berada pada unit pengampu kegiatan kampanye. Peneliti membutuhkan data dari hasil wawancara dengan informan pendukung untuk memvalidasi data hasil wawancara dengan informan pokok. Selanjutnya data terkait jumlah pengguna didapatkan melalui laporan Penyedia Jasa Sistem Pembayaran yang setiap bulannya menyampaikan pelaporan kepada Bank Indonesia.

Pedoman Pelaksanaan Kampanye QRIS di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu

Kantor Perwakilan bank Indonesia Provinsi Bengkulu merupakan kantor perwakilan dari Bank Inonesia yang berada di Provinsi Bengkulu. Dalam pelaksanaan kampanye QRIS, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu menggunakan pedoman yang telah diberikan oleh Bank Indonesia selaku Otoritas Sistem Pembayaran Negara Indonesia. Adapun pelaksanaan kampanye dilakukan dengan 2 cara yaitu melalui inisiatif program kantor maupun melalui permintaan dari pihak luar atau stakeholder.

Dalam rangka mendukung integrasi pengembangan Ekonomi dan Keuangan Digital (EKD), sistem pembayaran nasional ke depan harus mampu mengakomodir perkembangan inovasi teknologi dengan tetap memperhatikan efektivitas kebijakan dan stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, kelancaran sistem pembayaran dan inklusifitas. Bank Indonesia memiliki 5 (Lima) Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025 untuk memastikan arus digitalisasi berkembang dalam ekosistem EKD yang kondusif.

Kampanye QRIS diimplementasikan pada berbagai *use case* yaitu akuisisi *merchant* oleh PJSP baik secara individu, pada saat kegiatan yang melibatkan banyak *merchant* maupun salah satu solusi untuk implementasi Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (Pemda). *Merchant* yang dapat menggunakan QRIS meliputi UMKM, Pemda, Pasar Tradisional, *chain store*, kantin, koperasi, donasi, rumah ibadah, iuran kas, *online market*, *event* pameran, parkir, dan lainnya.

Dalam hal implementasi QRIS pada kegiatan atau *event*, Penyelenggara *Event* merupakan Satuan Kerja Bank Indonesia atau Kementerian dan Lembaga, *event organizer*, panitia pelaksana kegiatan di universitas, sekolah, dan kegiatan lainnya. Pedoman ini dapat dijadikan panduan untuk *onboarding* QRIS baik oleh Satuan Kerja di BI, PJSP, maupun *merchant*. Kampanye dilaksanakan dengan menggunakan pedoman dari Bank Indonesia meliputi kampanye yang disampaikan kepada komunitas, lembaga atau masyarakat dengan rincian sebagai berikut :

Kampanye QRIS Pada Merchant Individual

Proses pelaksanaan kampanye pada merchant individual dilaksanakan melalui pengumpulan UMKM atau Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran dalam suatu kegiatan yang memang ditujukan untuk memberikan edukasi dan pengalaman kepada merchant sehingga selanjutnya akan bersedia untuk menambahkan metode penerimaan pembayaran melalui QRIS.

Sdr.Hendri Wahyudi mengungkapkan bahwa komunikasi yang dilakukan ketika berhadapan dengan merchant adalah memberikan kesempatan terlebih dahulu kepada peserta untuk menyampaikan pengalaman terkait dengan sistem pembayaran pada kegiatan UMKM tersebut. Sehingga setelah didapatkan hal-hal apa saja yang menjadi kendala akan diberikan solusi yang terjangkau oleh metode pembayaran QRIS (Praditya & Antony, 2024).

“Salah satu kendala yang selalu disampaikan oleh UMKM adalah terkait persediaan uang kembalian dan keterbatasan pengetahuan terkait dengan keamanan pembayaran non tunai”. Hal tersebut tentu menjadi salah satu keunggulan dari kehadiran QRIS yang mana dengan metode pembayaran ini merchant tidak perlu kesulitan menyediakan uang kembalian serta dengan memberikan praktek langsung terkait dengan perlindungan konsumen dan keamanan pembayaran melalui QRIS ini, merchant menjadi yakin dan mau untuk menjadikan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai pada UMKM yang dikelolanya.

Selanjutnya, Sdr.Hendri Wahyudi juga menyampaikan kehadiran pihak Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran juga turut serta menjadi faktor keberhasilan komunikasi dalam kampanye QRIS karena pihak merchant akan merasa memiliki *person in charge* saat terdapat kendala yang mungkin terjadi pada saat dilakukan transaksi pembayaran (Bulow & Ilmudinulloh, 2024).



Gambar 1
Kampanye QRIS pada Merchant Individual

Kampanye QRIS Pada Universitas, Sekolah, dan Lembaga Pendidikan

Komunikasi Kampanye QRIS pada segmen Universitas, Sekolah dan Lembaga Pendidikan biasanya berlangsung dengan lebih antusias karena dapat dipastikan mereka adalah pengguna QRIS. Pada saat dilaksanakan kampanye QRIS ini peneliti berkesempatan mengikuti dan mengamati

jalannya kampanye. tim akan menggunakan metode partisipasi dimana membuka kegiatan ini dengan mengajak seluruh peserta untuk mengikuti kuis kahoot yang berisi tentang transaksi menggunakan QRIS. Seluruh peserta akan dengan antusias saat setiap pertanyaan kuis.

Tim memberikan pertanyaan dengan jawaban yang hampir serupa sehingga membutuhkan ketepatan saat memilih jawaban. Hal ini tentu menimbulkan keriuhan dan semangat. Peneliti mengamati inti dari kuis yang diberikan ini adalah sebenarnya memberikan edukasi yang jika jawaban benar maka peserta sudah pasti memang mengetahui namun jika jawaban salah maka peserta pun akan tereduksi dengan jawaban yang benar dan metode ini sangat efektif digunakan pada segmen mahasiswa dan pelajar di Provinsi Bengkulu.

Slogan yang biasanya diteriakkan oleh tim adalah “melah pakai QRIS” dan “QRIS nyolah galo”. Hal ini mengandung makna “ayo semuanya menggunakan QRIS” dan “pakai QRIS bisa semua”. Selanjutnya Tim akan memberikan edukasi terkait penggunaan QRIS serta perlindungan konsumen sehingga mahasiswa, pelajar serta guru dan pemilik merchant di are tersebut dapat meningkatkan pengetahuan dan tetap menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran transaksi yang terpercaya.

Kampanye QRIS Pada Tempat Ibadah/Lembaga Keagamaan/Lembaga Sosial

Pada pelaksanaan kampanye QRIS di tempat ibadah, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu biasanya bekerja sama dengan Perbankan yang menjadi rekening penerima dari rumah ibadah tersebut. Penggunaan QRIS dapat digunakan di tempat Ibadah, Lembaga Keagamaan, Lembaga Sosial seperti Masjid, Gereja, Pura, Vihara dapat berupa penawaran untuk pembayaran donasi sosial, zakat, infaq, dan shadaqah. Kampanye akan dimulai dengan memperkenalkan keunggulan QRIS misalnya kenapa proses non tunai lebih baik, program yang diperkenalkan biasanya bukan dari inisiatif pemuka nya tetapi dari Perbankan dengan mengajak Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu.

Kampanye QRIS Pada Penyelenggaraan Event

Kampanye QRIS pada penyelenggaraan event biasanya digunakan dalam bentuk dukungan kerjasama kegiatan dengan Perbankan. Sebagai contoh kegiatan Festival Kuliner di Bencoolen Indah Mall yang mana banyak sekali perbankan dengan program QRIS akan mengikutsertakan UMKM binaan sehingga dapat menjadi jalan untuk memenuhi target transaksi, pengguna dan merchant QRIS Perbankan itu sendiri.

Peningkatan Jumlah Pengguna QRIS di Provinsi Bengkulu

Sejalan dengan pembahasan peneliti, kampanye yang selalu dilakukan secara terus – menerus oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu menghasilkan kontraksi pertumbuhan pada perluasan transaksi, pengguna dan merchant QRIS. tercatat pada triwulan III 2024 jumlah pengguna dan merchant QRIS di Provinsi Bengkulu terus mengalami peningkatan jumlah pengguna QRIS pada periode pelaporan telah mencapai 241.298 pengguna, meningkat 35,38% dibandingkan pada periode yang sama tahun sebelumnya (Grafik 5.1). Jumlah merchant bertambah sebanyak 29.731 merchant atau meningkat 21,00% (Grafik 5.2).

Peneliti menilai pelaksanaan Kampanye Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu berpengaruh dan efektif dalam peningkatan jumlah transaksi, pengguna dan merchant QRIS sejalan dengan peningkatan jumlah pengguna. Peningkatan tersebut diiringi oleh berbagai upaya pelaksanaan Kampanye QRIS Jelajah Indonesia, Pekan QRIS Nasional, Festival Ekonomi dan Keuangan Digital,

dan Bencoolen Fest, kampanye dan edukasi, showcase QRIS bersama UMKM, serta kolaborasi dengan stakeholders terkait untuk perluasan implementasi QRIS.

Kepercayaan terkait kemudahan dan kepraktisan serta keamanan QRIS yang selalu digaungkan pada masyarakat pada kegiatan Kampanye QRIS oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu membuat perubahan pada pilihan sistem pembayaran yaitu dengan menggunakan QRIS. Hal ini tentu didukung dengan data yang disampaikan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu dalam Laporan Perkembangan Perekonomian yang setiap triwulan disampaikan kepada publik sebagai berikut :

Tabel 1
Jumlah Merchant QRIS di Provinsi Bengkulu

Tahun	Triwulan	Tahun (Gap)	Bulan	Jumlah <i>Merchant</i>
2022	I	2022	1	76.108
2022	I		2	79.598
2022	I		3	82.652
2022	II		4	87.570
2022	II		5	93.962
2022	II		6	97.830
2022	III		7	100.154
2022	III		8	103.266
2022	III		9	107.337
2022	IV		10	109.937
2022	IV		11	112.587
2022	IV		12	114.702
2023	I	2023	1	116.507
2023	I		2	118.231
2023	I		3	119.256
2023	II		4	121.719
2023	II		5	125.543
2023	II		6	128.373
2023	III		7	135.313
2023	III		8	140.459
2023	III		9	144.792
2023	IV		10	147.318
2023	IV		11	150.549
2023	IV		12	153.275
2024	I	2024	1	153.798
2024	I		2	155.823
2024	I		3	158.021
2024	II		4	160.548
2024	II		5	164.901

2024	II	6	167.177
2024	III	7	171.672
2024	III	8	173.168
2024	III	9	174.523
2024	IV	10	179.090

SIMPULAN

Berdasarkan analisis peneliti dalam penelitian pada Kampanye QRIS yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu melakukan kampanye QRIS dengan teknik memberikan pengalaman langsung pada pengguna serta hadir langsung bersama dengan PJSP sehingga pengguna teredukasi dan memiliki kepercayaan untuk terus menggunakan QRIS pada setiap melakukan pembayaran dibandingkan harus melakukan pembayaran tunai.
2. Kampanye Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu dengan pendekatan yang fun dalam mengedukasi kepada mahasiswa ataupun siswa di provinsi Bengkulu menjadikan peserta kampanye bersikap cenderung melakukan kebiasaan pembayaran dengan QRIS yang didukung dengan hampir tersedianya QRIS pada seluruh PJSP dan merchant di Provinsi Bengkulu.
3. Peneliti menilai kekonsistenan data peningkatan yang dilaporkan oleh PJSP adalah hasil dari kampanye yang terus menerus dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu dan PJSP di Provinsi Bengkulu.
4. Efektifitas pada kampanye ini terbukti meningkatkan jumlah pengguna QRIS di Provinsi Bengkulu sesuai dengan publikasi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu dalam Laporan Perkembangan Perekonomian yang disampaikan kepada publik setiap triwulan.
5. Kampanye yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu selalu ditunggu dalam setiap peringatan hari besar di Provinsi Bengkulu karena didukung dengan inovasi yang menarik setiap tahunnya.
6. Proses elektronifikasi dan Percepatan Digitalisasi pada Pemerintah Daerah terus sejalan dengan kampanye yang disampaikan kepada pemerintah daerah. Pembayaran pajak dan retribusi sudah berjalan menggunakan QRIS. Badan Pengelolaan Keuangan Daerah dan Inspektorat Provinsi Bengkulu berhasil menjadi instansi dengan angka realisasi KKI tertinggi nomor 2 dan 5 secara nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Y. S., & Paulus, D. H. (2022). Partisipasi Bank Indonesia Dalam Pengaturan Digitalisasi Sistem Pembayaran Indonesia. *Masalah-Masalah Hukum*, 51(3), 271–286.
- Bulow, I. D., & Ilmudinulloh, R. (2024). Adaptasi Teknologi Informasi dan Komunikasi bagi Widyaiswara Balai Diklat Keagamaan Manado di Era Society 5.0. *Prosiding PITNAS Widyaiswara*, 1, 438–448.
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan teknologi informasi komunikasi/ICT dalam berbagai bidang. *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan*, 2(2), 39–46.
- Kuantitatif, P. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- Meliyanti, M. (2021). *Strategi bank Indonesia kpw Kalteng dalam perkembangan pembayaran nontunai melalui quick response code Indonesia standard (QRIS) pada UMKM di Kota Palangka Raya*. IAIN Palangka Raya.
- Monica, R. (2022). *Strategi Optimalisasi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah melalui Digital Qris di Baznas Provinsi Bengkulu*. UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Maria Ulva, Dhanurseto Hadiprashada, Mas Agus Firmansyah

Analisis Komunikasi Kampanye Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu Pada Peningkatan Pengguna Qris di Provinsi Bengkulu

Pambudi, R. A. (2011). *Strategi Komunikasi Sosialisasi Kebijakan Bank Indonesia Kepada Stakeholder (Studi Kasus pada Sosialisasi Informasi Inflasi Triwulan IV 2010 kepada Stakeholder Kantor Bank Indonesia Yogyakarta)*. UAJY.

Praditya, N. W. P. Y., & Antony, F. (2024). Peningkatan Kreativitas Tenaga Pengajar dan Pegawai di SD Mataram Dalam Pembuatan Website Dengan Memanfaatkan Layanan Google. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 8(1), 45–51.

Surya, H., Andung, P. A., & Tuhana, V. E. (2021). Komunikasi Korporasi Dalam Kampanye Digital Program Qris Lembaga Bank Indonesia NTT. *Jurnal Digital Media Dan Relationship*, 3(2), 52–61.

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), 1–8.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).