



**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT BANK INDONESIA  
DALAM MENSOSIALISASIKAN QRIS  
SEBAGAI MEDIA PEMBAYARAN NON-TUNAI  
KEPADA UMKM DI DKI JAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
**BIA MAYA VIANDHIKA**  
**44221120036**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bia Maya Viandhika  
NIM : 44221120036  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : **Strategi Hubungan Masyarakat Bank Indonesia dalam Mensosialisasikan QRIS Sebagai Media Pembayaran Non-Tunai Kepada UMKM di DKI Jakarta**

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, Agustus 2023



Bia Maya Viandhika


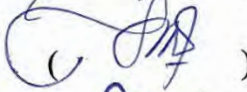

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Bia Maya Viandhika  
NIM : 44221120036  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : **Strategi Hubungan Masyarakat Bank Indonesia dalam Mensosialisasikan QRIS Sebagai Media Pembayaran Non-Tunai Kepada UMKM di DKI Jakarta**

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Program Sarjana Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 :	Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si		)
NIDN :	0301117301		
Ketua Penguji :	Suryaning Hayati, M.M, M.Ikom		)
NIDN :	0322088201		
Penguji Ahli :	Dr. Nurhayani Saragih, M.Si		)
NIDN :	0310016901		

Jakarta, Agustus 2023  
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Ketua Program Studi



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bia Maya Viandhika  
NIM : 44221120036  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : **Strategi Hubungan Masyarakat Bank Indonesia dalam Mensosialisasikan QRIS Sebagai Media Pembayaran Non-Tunai Kepada UMKM di DKI Jakarta**

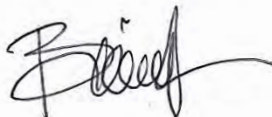
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Agustus 2023

Yang menyatakan,



Bia Maya Viandhika

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Atas segala pertolongan dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyusun Skripsi ini yang dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi, dengan judul **“Strategi Hubungan Masyarakat Bank Indonesia dalam mensosialisasikan QRIS sebagai Media Pembayaran non-Tunai kepada UMKM di DKI Jakarta”**.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengalaman dan pengetahuan peneliti yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi terciptanya Skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang.

Ucapan terima kasih juga tiada hentinya peneliti ucapkan kepada Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang merupakan Dosen Pembimbing Akademik peneliti dan juga yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing, sehingga dengan segala keterbatasan, kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki peneliti, penelitian ini dapat dilanjutkan yang dimana penelitian ini merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Ada pun selama penyusunan Skripsi ini peneliti juga mendapat banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing peneliti dan telah bimbingan, memotivasi, memberikan saran dan arahan, serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu komunikasi yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti melaksanakan studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Anindita, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi 2 yang telah menyetujui peneliti untuk dapat melanjutkan ke tahap bimbingan Skripsi.
4. Ibu Suryaning Hayati, M.Ikom selaku ketua sidang yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan serta untuk menguji Skripsi ini.
5. Ibu Dr. Nuhrhayani Saragih, M.Si selaku penguji ahli sidang yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan koreksi dalam penulisan serta untuk menguji Skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi *Public Relations* pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, saran, dan motivasi kepada peneliti selama di dalam maupun di luar perkuliahan.
7. Kepada Seluruh Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung dan membantu Skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua saya yaitu Ibu Avida dan Bapak Andri Andika yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta motivasi kepada peneliti selama proses penyusunan Skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.
9. Kepada Bapak Sphinx Parlin Philips yang telah merekomendasikan peneliti kepada informan internal Bank Indonesia dan ikut serta meluangkan waktu untuk membantu peneliti dalam mencari informan pada instansi yang diteliti.
10. Kepada Bapak Heru Prayitno, S.IP yang ikut serta meluangkan waktu untuk membantu peneliti dan mendukung peneliti selama proses penyusunan Skripsi ini.
11. Kepada seluruh informan Bank Indonesia yang telah bersedia meluangkan waktunya sebagai narasumber dalam Skripsi yang disusun oleh peneliti.
12. Kepada seluruh atasan dan rekan kerja di lingkungan Kementerian Pertahanan yang telah memberikan izin belajar, serta turut membantu, memberi semangat dan memotivasi dalam penyusunan Skripsi ini.

13. Kepada Winatalia Budining Asri, A.Md sebagai rekan kerja yang juga sahabat dari peneliti yang selalu memberikan semangat dan memotivasi peneliti selama ini.
14. Kepada seluruh keluarga dan teman sejawat di dalam maupun di luar Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungan, doa serta semangat kepada peneliti dalam menyusun Skripsi ini.

Sebagai mahasiswa, peneliti menyadari penyusunan Laporan Skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan proposal penelitian ini, peneliti memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun. Terakhir, harapan peneliti, semoga proposal penelitian ini dapat disetujui dan diizinkan untuk melanjutkan penelitian kelapangan serta dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, Agustus 2023



MERCU BUANA Peneliti



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II : TUNJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kajian Teoritis.....	12
2.2.1 Hubungan Masyarakat.....	12
2.2.1.1 Pengertian Hubungan Masyarakat.....	12
2.2.1.2 Peran, Fungsi dan Tugas Hubungan Masyarakat .....	13
2.2.1.3 Proses Hubungan Masyarakat.....	17
2.2.2 Strategi Hubungan Masyarakat.....	17
2.2.2.1 Pengertian Strategi Hubungan Masyarakat .....	18
2.2.2.2 Prinsip-prinsip Strategi Hubungan Masyarakat.....	18
2.2.2.3 Jenis Strategi Hubungan Masyarakat .....	19
2.2.3 Tahapan Strategi Hubungan Masyarakat .....	20
2.2.3.1 <i>Formative Research</i> .....	21
1. <i>Analyzing the Situation</i> .....	21
2. <i>Analyzing the Organization</i> .....	22
3. <i>Analyzing the Public</i> .....	22



2.2.3.2	<i>Strategy</i> .....	23
	1. <i>Establishing Goals and Objectives</i> .....	23
	2. <i>Formulating Action and Response Strategies</i> .....	23
	3. <i>Developing the Message Strategy</i> .....	25
2.2.3.3	<i>Tactics</i> .....	25
	1. <i>Choosing Communications Tactics</i> .....	26
	2. <i>Implementing the Strategic Plan</i> .....	26
2.2.3.4	<i>Evaluative Research</i> .....	27
2.2.3	Sosialisasi .....	29
	2.2.3.1 Pengertian Sosialisasi .....	29
	2.2.3.2 Bentuk Sosialisasi.....	30
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>32</b>
3.1	Paradigma Penelitian.....	32
3.2	Metode Penelitian.....	33
3.3	Subjek Penelitian.....	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5	Teknik Analisis Data .....	38
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahaan Data .....	40
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>42</b>
4.1	Gambaran Umum Bank Indonesia .....	42
	4.1.1 Sebagai Badan Hukum .....	43
	4.1.2 Sejarah Bank Indonesia .....	43
	4.1.3 Visi dan Misi Bank Indonesia .....	44
	4.1.4 Struktur Organisasi Bank Indonesia.....	45
	4.1.5 Struktur Organisasi Departemen Komunikasi Bank Indonesia.....	46
	4.1.6 Visi dan Misi Departemen Komunikasi Bank Indonesia .....	47
	4.1.7 Tugas Departemen Komunikasi Bank Indonesia .....	47
	4.1.8 Identitas Informan .....	48
4.2	Hasil Penelitian .....	50
	4.2.1 Strategi Humas Bank Indonesia .....	50
	4.2.1.1 <i>Formative Research</i> .....	50
	1. <i>Analyzing the Situation</i> .....	51
	2. <i>Analyzing the Organization</i> .....	52
	3. <i>Analyzing the Public</i> .....	55
	4.2.1.2 <i>Strategy</i> .....	62
	1. <i>Establishing Goals and Objectives</i> .....	62
	2. <i>Formulating Action and Response Strategies</i> .....	64
	3. <i>Developing the Message Strategy</i> .....	73

4.2.1.3 <i>Tactics</i> .....	79
1. <i>Choosing Communication Tactics</i> .....	79
2. <i>Implementing The Strategic Plan</i> .....	85
4.2.1.4 <i>Evaluative Research</i> .....	91
4.2.2 Faktor Pendukung Strategi Hubungan Masyarakat.....	94
4.2.3 Faktor Hambatan Strategi Hubungan Masyarakat .....	95
4.3 Pembahasan.....	96
<b>BAB V: SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>104</b>
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran.....	106
5.2.1 Saran Akademis.....	106
5.2.2 Saran Praktis.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN I</b>	<b>: <i>CURRICULUM VITAE</i></b> .....	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN II</b>	<b>: ISURAT IZIN PENELITIAN</b> .....	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN III</b>	<b>: URAT UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN IV</b>	<b>: LAMPIRAN DOKUMENTASI</b> .....	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN V</b>	<b>: TRANSKRIP WAWANCARA</b> .....	<b>121</b>
A.	Transkrip Wawancara Informan 1: Key Informan .....	121
B.	Transkrip Wawancara Informan 2 : Informan Utama .....	127
C.	Transkrip Wawancara Informan 3 : Informan Utama .....	133
D.	Transkrip Wawancara Informan 4 : Informan Pendukung.....	138
E.	Transkrip Wawancara Informan 5 : Informan Pendukung .....	140
<b>LAMPIRAN VI</b>	<b>: PEDOMAN OBSERVASI</b> .....	<b>142</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	Statistik pengguna QRIS pada UMKM di DKI Jakarta Kuartal III 2022 .....	3
<b>Gambar 2.1</b>	Uraian 9 Langkah pada 4 Fase Strategi Humas .....	21
<b>Gambar 2.2</b>	<i>Proactive Strategies</i> dalam tahap <i>Formulating Action and Response Strategies</i> pada fase kedua <i>Public Relations Strategy</i> .....	24
<b>Gambar 3.1</b>	Triangulasi Data .....	40
<b>Gambar 4.1</b>	Logo Bank Indonesia .....	42
<b>Gambar 4.2</b>	Kantor Pusat Bank Indonesia .....	43
<b>Gambar 4.3</b>	Struktur Organisasi Bank Indonesia 2023 .....	45
<b>Gambar 4.4</b>	Struktur Organisasi Departemen Komunikasi Bank Indonesia .....	46
<b>Gambar 4.5</b>	Laporan Penggunaan QRIS di DKI Jakarta Februari 2022 .....	57
<b>Gambar 4.6</b>	Promo Grab dan OVO pendaftaran QRIS bagi pelaku Usaha ...	58
<b>Gambar 4.7</b>	Bank Indonesia mengadakan Temu Media .....	59
<b>Gambar 4.8</b>	Webinar sosialisasi QRIS kepada UMKM DKI Jakarta .....	65
<b>Gambar 4.9</b>	Strategi Perluasan 3 Pilar Bank Indonesia dalam mensosialisasikan QRIS .....	67
<b>Gambar 4.10</b>	Spanduk di Gerbang Timur Stasiun Gambir Jakarta Pusat Pemda DKI Jakarta yang bersinergi dengan QRIS dalam pembayaran Pajak .....	68
<b>Gambar 4.11</b>	Bank Indonesia dengan QRIS sebagai Media Partner kegiatan Bazar oleh JakPreneur 2023.....	69
<b>Gambar 4.12</b>	Rilis pada Website resmi Bank Indonesia tentang Hibah dan pelatihan QRIS kepada UMKM di DKI Jakarta 2023 .....	70
<b>Gambar 4.13</b>	Webinar Digipreneurship yang membahas mengenai pemanfaatan QRIS untuk UMKM 2023.....	70
<b>Gambar 4.14</b>	News Release pada Website resmi Bank Indonesia 2023 .....	71
<b>Gambar 4.15</b>	Konferensi Pers Penerbitan QRIS 2019 .....	71
<b>Gambar 4.16</b>	Launching S.I.A.P QRIS Sarinah, Pemprov DKI Jakarta Dukung Perluasan Perdagangan Berbasis Digital .....	72
<b>Gambar 4.17</b>	Kolom Chat WhatsApp untuk konsultasi QRIS pada website resmi QRIS.id .....	73
<b>Gambar 4.18</b>	Informasi Call Center Bank Indonesia .....	73
<b>Gambar 4.19</b>	Sosialisasi Penggunaan QRIS Bank Indonesia dengan Anggota DPR dari PKS di kantor kecamatan Makasar, Jakarta Timur ....	74

<b>Gambar 4.20</b>	Program Bank Indonesia dengan PKS bertema Penguatan Gerakan Non Tunai Sebagai Alat Transaksi Modern di aula kantor kecamatan Cipayung .....	74
<b>Gambar 4.21</b>	Sosialisasi QRIS di Kantor Kecamatan Makasar, Jakarta Timur .....	75
<b>Gambar 4.22</b>	Konten Media Sosial Instagram Bank Indonesia .....	75
<b>Gambar 4.23</b>	Cuitan pada akun Twitter Resmi Bank Indonesia tentang penggunaan QRIS .....	76
<b>Gambar 4.24</b>	Infografis Media Sosial Youtube Bank Indonesia .....	80
<b>Gambar 4.25</b>	Brosur QRIS untuk UMKM di DKI Jakarta .....	81
<b>Gambar 4.26</b>	Brosur sebagai media publikasi Media Cetak QRIS .....	81
<b>Gambar 4.27</b>	Sosialisasi QRIS untuk Jakpreneur Dinas Sosial DKI Jakarta	
<b>Gambar 4.28</b>	Podcast Youtube Bank Indonesia Kanwil DKI Jakarta dengan Bintang tamu .....	82
<b>Gambar 4.29</b>	Sosialisasi QRIS di dalam SMART CITY pada Website Festival Ekonomi Keuangan Digital Indonesia (FEKDI) 2023	
<b>Gambar 4.30</b>	Live Streaming dan Webinar Bank Indonesia .....	83
<b>Gambar 4.31</b>	Iklan QRIS di Lift Apartemen Casablanca East Residence .....	84
<b>Gambar 4.32</b>	<i>Paid Promote</i> melalui <i>Endorser</i> Bintang Emon .....	84
<b>Gambar 4.33</b>	Endorser Selebritis Ariel Noah .....	85
<b>Gambar 4.34</b>	<i>Megatron</i> pada acara FEKDI 2023 .....	88
<b>Gambar 4.35</b>	<i>Screen</i> pada <i>mini stage</i> acara FEKDI 2023 .....	89
<b>Gambar 4.36</b>	<i>Education Box booth</i> Bank Indonesia pada acara FEKDI 2023	89
<b>Gambar 4.37</b>	Laporan Perekonomian Provinsi DKI Jakarta 2023 .....	93

MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	<b>11</b>
<b>Tabel 3.1</b> Subjek Penelitian .....	<b>36</b>
<b>Tabel 4.1</b> Identitas Informan .....	<b>48</b>
<b>Tabel 4.2</b> Peran Identitas Informan .....	<b>49</b>
<b>Tabel 4.3</b> <i>Public Mapping</i> .....	<b>56</b>
<b>Tabel 4.4</b> Pengkategorian Media Massa Pemberitaan yang digunakan Bank dalam Sosialisasi QRIS kepada UMKM di DKI Jakarta.....	<b>82</b>
<b>Tabel 4.5</b> Ringkasan Tahapan Strategi Humas.....	<b>97</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Program Studi Hubungan Masyarakat**  
Bia Maya Vaiandhika  
44221120036

**Strategi Humas Bank Indonesia dalam mensosialisasikan QRIS sebagai Media Pembayaran Non-Tunai kepada UMKM di DKI Jakarta.**

Bibliografi : 5 Bab 148 pages, 6 lampiran, 9 buku, 4 e-book, 15 jurnal, 26 internet

### **ABSTRAK**

Penggunaan QRIS pada UMKM di DKI Jakarta yang masif merupakan salah satu hasil dari strategi Humas Bank Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Humas yang dilakukan oleh Bank Indonesia dalam melakukan sosialisasi QRIS sebagai media pembayaran non-tunai kepada UMKM di DKI Jakarta, faktor pendukung dan faktor hambatannya.

Peneliti menggunakan konsep teori “*Strategic Planning for Public Relations*” dari Robert Ronald D. Smith, yang terdiri dari 4 Fase antara lain *Formative Research, Strategy, Tactics* dan *Evaluative Research* yang dikembangkan menjadi 9 Tahap.

Dengan paradigma penelitian Konstruktivis dan metode penelitian kualitatif-deskriptif, peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara, observasi, dan data pendukung dari lembaga. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah Triangulasi sumber data dan teknik.

Hasil dari penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa Bank Indonesia telah menerapkan langkah-langkah strategi Humas yang sesuai dengan teori Robert D. Smith, Kontribusi dari banyak pihak seperti *stakeholders* dan kolaborasi dengan pemerintah merupakan faktor pendukung yang menonjol pada strategi Humas Bank Indonesia dalam mensosialisasikan QRIS sebagai Media Pembayaran Non-Tunai kepada UMKM di DKI Jakarta, sedangkan faktor hambatannya adalah keterbatasan akses teknologi seperti smartphone dan alat penunjang seperti mesin EDC.

Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan Bank Indonesia telah melaksanakan strategi Humas yang lebih kompleks dari sekedar proses humas dalam mensosialisasikan QRIS. Saran untuk akademisi yaitu perlunya penelitian lanjutan yang mengukur pengaruh dan efektivitas strategi Humas, sedangkan untuk praktisi hendaknya tidak sering mengubah *tagline* dalam rangka kampanye humas.

**Kata Kunci : Strategi Hubungan Masyarakat, Humas, Sosialisasi, QRIS, Bank Indonesia**





**Mercu Buana University**  
**Faculty of Communication**  
**Field of Public Relations Study**  
**Bia Maya Vaiandhika**

***Bank Indonesia's Public Relations Strategy in Socialization QRIS as a Non-Cash Payment Media for SME in DKI Jakarta.***

*Bibliography* : 5 Chapters 148 pages, 6 attachments, 9 books, 4 e-books, 15 journals, 26 internets

### ***ABSTRACT***

*The massive use of QRIS by SME in DKI Jakarta is one of the results of Bank Indonesia's Public Relations strategy. The purpose of this study was to find out the public relations strategy implemented by Bank Indonesia in socializing QRIS as a media for non-cash payments to SME in DKI Jakarta, the supporting factors and the inhibiting factors.*

*The researcher uses the theory concept of "Strategic Planning for Public Relations" from Robert Ronald D. Smith, which consists of 4 phases including Formative Research, Strategy, Tactics and Evaluative Research which are developed into 9 Stages.*

*With a constructivist research paradigm and qualitative-descriptive research methods, researchers collect data by interviews, observations, and supporting data from the organizations. The data validation technique used is triangulation of data sources and techniques.*

*The results of the research and discussion show that Bank Indonesia has implemented PR strategy steps in accordance with Robert D. Smith's theory. Contributions from many parties such as stakeholders and collaboration with the government are prominent supporting factors in Bank Indonesia's PR strategy in socializing QRIS as a Media Non-Cash Payments to SME in DKI Jakarta, while the obstacle factor is limited access to technology such as smartphones and supporting tools such as EDC machines.*

*The conclusion of this study shows that Bank Indonesia has implemented a PR strategy that is more complex than just a public relations process in socializing QRIS. Advice for academics is the need for further research that measures the influence and effectiveness of PR strategies, while practitioners should not change the tagline frequently in the context of PR campaigns.*

***Keywords: Public Relations Strategy, PR, Socialization, QRIS, Bank Indonesia***