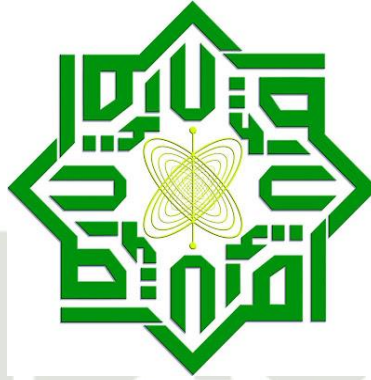




Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KOMUNIKASI INOVASI PT. BANK NEGARA INDONESIA KANTOR CABANG PEKANBARU DALAM MENYOSIALISASIKAN UANG ELEKTRONIK



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

ADIRA SHAFIRA AFILUMAN

NIM. 11740324336

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2021**

**KOMUNIKASI INOVASI PT. BANK NEGARA INDONESIA
CABANG KOTA PEKANBARU DALAM MENYOSIALISASIKAN
UANG ELEKTRONIK**

Disusun Oleh:

ADIRA SHAFIRA

NIM. 11740324336

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 23 Juni 2021

Pembimbing,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP 19810313 201101 1 004

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196911181996032001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuhik Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Adira Shafira Afiluman
NIM : 11740324336
Judul : Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Kota Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 27 Juli 2021

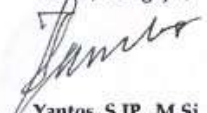
Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji


Ketua/ Penguji I,


Yantos, S.IP., M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Sekretaris/ Penguji II,


Munasir, M.Pd.I
NIP. 19680513 200501 1 009

Penguji III,


Darmawati, M.I.Kom
NIK. 130417026

Penguji IV,


Mustafa, M.I.Kom
NIK. 130417024

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Adira Shafira
NIM : 11740324336
Judul : Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pekanbaru
Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 22 Maret 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 09 April 2021

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Tika Mutia, M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010

Penguji II,

Febby Amelia Trisakti, M.Si
NIP. 199402113 201903 2 015

Cipta Dilindungi Undang-Undang
Ilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
Ilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic Un

UIN Sultan Syarif Kasim Riau



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adira Shafira Afiluman
NIM : 11740324336
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 31 Oktober 1999
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **“Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah maupun laporan maupun kegiatan tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *footnote* dan Daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar, yang diperoleh dari skripsi ini. Sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Pekanbaru, 30 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Adira Shafira

NIM. 11740324336



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 23 Juni 2021

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (eksemplar)
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Adira Shafira Afiluman
NIM : 11740324336
Judul Skripsi : Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Cabang Kota Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Pembimbing,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP 19810313 201101 1 004

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

ADIRA SHAFIRA AFILUMAN. NIM. 11740324336. Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik. Skripsi : Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

Komunikasi inovasi merupakan penyampaian informasi yang didalamnya terdapat gagasan atau ide yang memiliki sifat kebaruan. Biasanya, komunikasi inovasi disampaikan dengan berbagai proses dan media dalam jangka waktu tertentu pada suatu sistem sosial masyarakat. PT. Bank Negara Indonesia sebagai salah satu bank BUMN yang ada Indonesia mengeluarkan kartu elektronik yang diberi nama *TapCash*. Selanjutnya, dalam rangka memperkenalkan uang elektronik tersebut, PT. Bank Negara Indonesia khususnya cabang Kota Pekanbaru gencar melaksanakan kegiatan sosialisasi uang elektronik di berbagai tempat. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menjelaskan komunikasi inovasi yang dilaksanakan BNI cabang Kota Pekanbaru dalam menyosialisasikan uang elektronik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara secara langsung, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berupa uang elektronik pertama kali diperkenalkan melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang disosialisasikan oleh Bank Indonesia sejak tahun 2014 dan selanjutnya pada tahun yang sama bank BNI meluncurkan *TapCash*. Media komunikasi yang digunakan dalam rangka sosialisasi uang elektronik *TapCash* yakni komunikasi langsung, media elektronik yakni iklan di radio maupun mengadakan dialog interaktif, dan penggunaan *new media*. Jangka waktu dimulai sejak peluncuran *TapCash* tahun 2014 hingga pada saat ini banyaknya publik yang mulai menggunakan uang elektronik. Sistem sosial dalam kegiatan sosialisasi ini melibatkan bank BNI sebagai penerbit uang elektronik, pemerintah Kota Pekanbaru beserta dinas terkait, dan masyarakat sebagai pengguna uang elektronik. Tujuan dari sosialisasi uang elektronik yang dilakukan ialah demi terwujudnya ekosistem *cashless society* pada seluruh masyarakat di Indonesia dan jenis uang elektronik yang dikeluarkan oleh bank BNI yakni *unregistered* yang mana seluruh identitas data pengguna tidak terdaftar pada penerbit uang elektronik.

Kata kunci : Komunikasi Inovasi, Sosialisasi, Uang elektronik, *TapCash*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

ADIRA SHAFIRA AFILUMAN. NIM. 11740324336. Innovation Communication PT. Bank Negara Indonesia Pekanbaru Branch Office in the Electronic Money Socialization. Bachelor Thesis : Department of Communication. Faculty of Dakwah and Communication. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

Innovating communication is the dissemination of information that contains a hint or an idea that has the potential to change the world. In general, innovation in communication is facilitated by a variety of processes and media over a period of time that is specific to a particular societal system. As a BUMN bank in Indonesia, TapCash is the name given to electronic payment cards by PT. Bank Negara Indonesia. In the meantime, PT. Bank Negara Indonesia, particularly in the city of Pekanbaru, is carrying out socialization of electronic currency initiatives in a variety of locations. The purpose of this research is to learn and explain the innovative communication practices used by BNI in the city of Pekanbaru when it comes to e-currency. This study employs a quantitative research methodology as well as long-term data collection, analysis, and documentation techniques. The results of the study show that electronic currency innovation was first introduced through the Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), which was established by Bank Indonesia in 2014, and that TapCash was introduced a year later. Media communication used in electronic currency socialization TapCash refers to long-distance communication, electronic media such as radio advertisements or interactive dialogue, and the use of new media. Since the launch of TapCash in 2014, there has been a steady increase in the number of people using electronic currency. In the course of the socialization process, the social system has aided the bank BNI as a provider of electronic currency, the government of Pekanbaru as a provider of related services, and the general public as a user of electronic currency. The goal of electronic currency socialization is to create a cashless society for all of Indonesia's citizens, and the type of electronic currency used by the bank is unregistered, which means that all of the user's personal information is not stored on the electronic currency.

Keywords : Innovation Communication, Socialization, Electronic Currency, TapCash

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala karunia hidayah dan rahmat kesehatan yang diberikan kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam tak lupa dicurahkan kepada Nabi Muhammad 'Shallallahu 'Alaihi wa Sallam, yang selalu menjadi suri tauladan kepada seluruh umat islam dan membawa seluruh umat islam dari zaman kegelapan Jahiliyah kepada zaman kecerahan yakni zaman Islam.

Akhir dari penulisan skripsi dengan judul, "Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Kota Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik" ini tidak terlepas dari keterlibatan banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang memberikan banyak kontribusi selama proses penelitian dan penulisan berlansung.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, tentunya penulis mengakui terdapat berbagai kesulitan maupun hambatan terutama dalam pengumpulan literatur bahan dan pengolahan data, terlebih lagi pada saat ini sedang terjadinya pandemi covid-19. Namun, berkat segala dorongan, bimbingan, masukan dan *support* yang diberikan, Alhamdulillah, karya ilmiah ini dapat selesai.

Ucapan terimakasih akan penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis, ayahanda Roberto Afiluman dan ibunda Atma Murni yang sedari kecil telah mendidik dan memberikan segala dukungan baik moril, materiil serta doa yang tulus dalam penyusunan skripsi. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu bekerjasama dalam proses penyelesaian skripsi. Pada kesempatan ini, perkenankan penulis menyampaikan secara khusus ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag.
2. Imron Rosidi, S.Pd.,MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr. Masduki, M.Ag dan Dr. Toni Hartono, M.Si. selaku Wakil Dekan I dan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. Muhammad Badri, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S. Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dr. Muhammad Badri, M.Si. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis sejak proses awal bimbingan hingga akhir proses penyelesaian skripsi.
5. Dr. Elfiandri, M.Si. selaku Penasehat Akademik yang selalu memberikan nasehat kepada penulis serta membantu mengawasi perkuliahan penulis dari awal hingga selesai.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis selama berjalannya perkuliahan.
7. Pimpinan dan staf Perpustakaan Fakultas dan Perpustakaan Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan fasilitas perpustakaan kepada penulis dalam mencari berbagai literatur.
8. Terimakasih kepada Kantor Cabang Utama PT. Bank Negara Indonesia, Bapak Zamzami selaku Pimpinan Cabang dan seluruh karyawan yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian.
9. Terimakasih kepada kedua adik saya, Dhia Qatrunnada Afiluman dan Humaira Alya Afiluman yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis demi lancarnya segala proses penyusunan skripsi ini.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
10. Terimakasih kepada sahabat penulis sejak awal ospek di UIN Suska Riau, Annisa Yulistia yang selalu membantu dan memberi dukungan, masukan, dan bantuan dalam menulis karya ilmiah ini.
 11. Terimakasih kepada teman dan sahabat penulis yang selalu menemani masa perkuliahan dan memberikan *support* kepada penulis sampai akhir yaitu, Amathul Firdausya, Nabila Sani, Atikah Khairi, Fachrul Rozi, Alvin Satria, Putra Bagus Maulana dan teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
 12. Terimakasih juga kepada *support system* jarak jauh yang telah menemani hari-hari penulis dengan berbagai macam karya yang telah diluncurkan yakni seluruh member EXO dan NCT, khususnya Park Chanyeol dan Na Jaemin.
 13. Dan yang terakhir, terimakasih kepada seluruh teman-teman seperjuangan jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017, teman-teman kelas F, dan teman-teman PR A yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan baik perihal isi, bahasa, teknik penulisan, ketelitian, kerapian, dan metodologi. Oleh karena itu, kritik dan saran selalu penulis terima demi adanya evaluasi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kedepannya. Aamiin ya rabbal alamin.

Pekanbaru, 29 Juli 2021

Penulis,

UIN SUSKA RIAU

Adira Shafira
NIM. 11740324336

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.6 Sistem Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.3 Konsep Operasional	28
2.4 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.3 Sumber Data Penelitian.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Validitas Data.....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	38

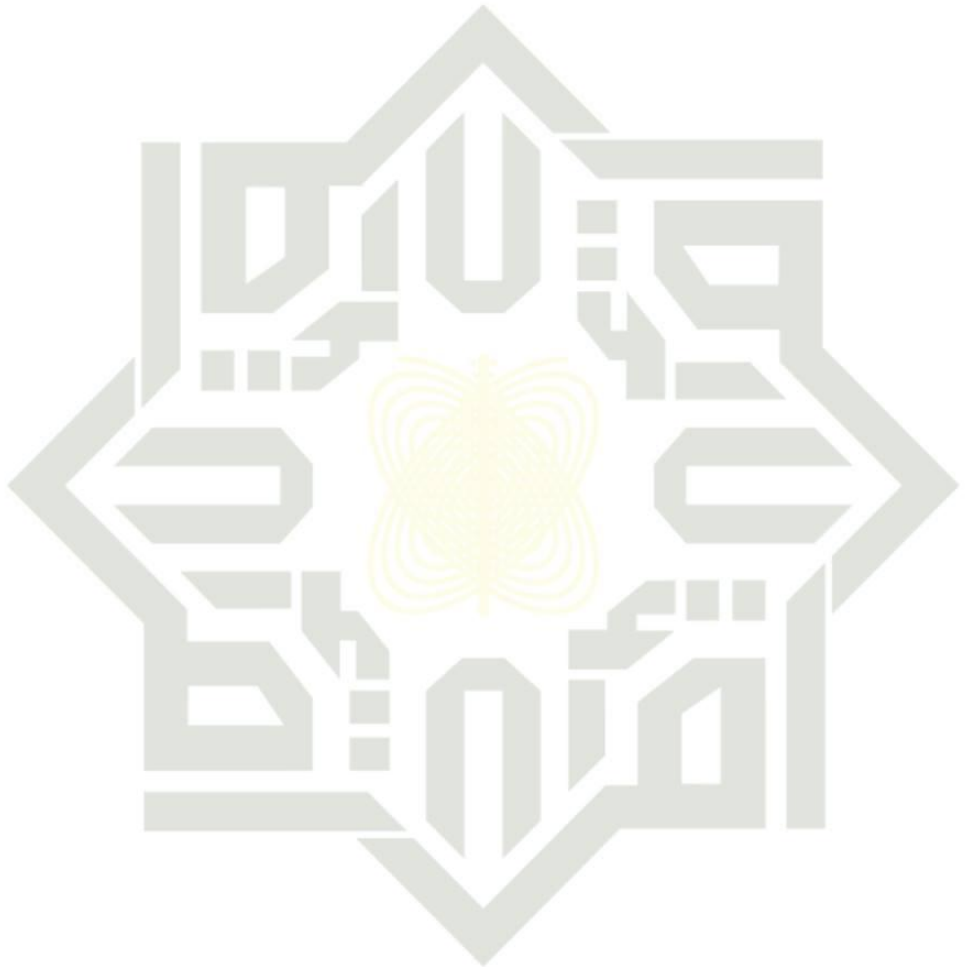
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	40
4.1 Sejarah Singkat PT. Bank Negara Indonesia, Tbk.....	40
4.2 Visi dan Misi PT. Bank Negara Indonesia, Tbk.....	41
4.3 Budaya Kerja PT. Bank Negara Indonesia, Tbk.....	42
4.4 Identitas Perusahaan.....	43
4.5 Struktur Organisasi.....	45
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
5.1 Hasil Penelitian.....	51
5.2 Pembahasan.....	66
BAB VI PENUTUP.....	91
6.1 Kesimpulan.....	91
6.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
DAFTAR PERTANYAAN.....	101
DOKUMENTASI.....	105

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Informan Wawancara.....	36
Tabel 5.1 Tabel Transaksi Uang Elektronik tahun 2021.....	69
Tabel 5.2. Perbedaan antara kartu <i>registered</i> dan <i>unregistered</i>	89



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1. Logo BNI.....	43
Gambar 4.2. Struktur Organisasi KCU PT. Bank Negara Indonesia	45
Gambar 5.1. Kartu <i>TapCash</i> smart madani dan edisi khusus	53
Gambar 5.2. Contoh promosi penggunaan <i>TapCash</i> di <i>merchant</i>	67
Gambar 5.3. <i>Website</i> tapcash.id dan aplikasi <i>TapCash Go</i>	70
Gambar 5.4. <i>Nametag</i> pegawai BNI yang berfungsi sebagai <i>TapCash</i>	72
Gambar 5.5. Akun <i>facebook</i> BNI.....	73
Gambar 5.6. Akun <i>instagram</i> BNI @BNI46	74
Gambar 5.7. Akun <i>instagram</i> BNI Pekanbaru @bnipekanbaru	75
Gambar 5.8. Akun <i>twitter</i> BNI @BNI	76
Gambar 5.9 Berita <i>online</i> kerjasama Pemko Pekanbaru dan BNI	79
Gambar 5.10. Sosialisasi <i>TapCash</i> di Sat Pam Obvit Polda Riau	80
Gambar 5.11. Sosialisasi <i>TapCash</i> di PT. Transmetro Pekanbaru	80
Gambar 5.12. Sosialisasi <i>TapCash</i> di Lapas Perempuan Kelas II A	81
Gambar 5.13. Sosialisasi <i>TapCash</i> di Gerbang Tol Permai.....	82
Gambar 5.14. Sosialisasi <i>TapCash</i> pada acara gowes bersama PTPN V	82
Gambar 5.15. <i>OpenBoth TapCash</i> di PTPN V	87
Gambar 5.16. Antusiasme pegawai PTPN V <i>openboth TapCash</i>	88

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Indonesia pada saat ini telah memasuki jaman globalisasi dengan berbagai peningkatan dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi, yang nantinya dapat merubah kultur masyarakat khususnya yang berada di kota atau daerah besar di seluruh Indonesia. Masyarakat yang hidup di kota-kota besar biasanya telah menggunakan pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam membantu kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu pemanfaatan teknologi yang mulai diterapkan ialah, penggunaan transaksi non-tunai dengan uang elektronik (*e-money*). Sejarah menyebutkan, bahwa perkembangan alat-alat yang digunakan sebagai pembayaran terus mengalami perubahan mulai dari yang berbentuk logam, uang kertas konvensional. Pada masa kini, transaksi telah mengalami perkembangan dengan menempatkan suatu data didalam wadah (*server/chip*) yang disebut dengan pembayaran elektronik atau non-tunai dengan menggunakan uang elektronik¹.

Siti Hidayati menjelaskan bahwa penggunaan uang elektronik dapat dijadikan sebagai preferensi dalam pembayaran transaksi non-tunai di sejumlah negara, dengan memperlihatkan adanya kapasitas yang mumpuni guna mengurangi pemakaian uang tunai, terutama yang digunakan dalam berbagai pembayaran yang bersifat mikro hingga ritel juga mempersingkat pemeriksaan terhadap transaksi untuk mendapatkan presisi². Penerapan pemakaian uang elektronik juga sejalan dengan kampanye yang disosialisasikan oleh Bank Indonesia, Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang diluncurkan pada 14 Agustus 2014 yang diharapkan mampu menumbuhkan minat sekaligus meningkatkan pemakaian transaksi non-

¹ Sepri Wulan Sari, "Perkembangan Dan Pemikiran Uang Dari Masa Ke Masa," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2016), <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.39-58>.

² Nur Diana, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia," 2018.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat dijadikan salah satu pertimbangan Pemerintah Kota Pekanbaru untuk menjalankan inovasi yang searah dengan visi dan misi. Dari hal inilah, PT. Bank Negara Indonesia melakukan kerjasama dengan pemerintah Kota Pekanbaru dalam mengenalkan pemanfaatan teknologi/inovasi baru dalam penggunaan transaksi non-tunai untuk mengikuti arus globalisasi yang terjadi.

PT. Bank Negara Indonesia yang merupakan salah satu bank BUMN yang terdapat di Kota Pekanbaru, melakukan inovasi dengan meluncurkan kartu uang elektronik yakni *TapCash*. *Tapcash* merupakan kartu uang elektronik yang dirilis oleh Bank BNI dalam rangka mendukung *support cashless transaction* (gerakan menuju transaksi non-tunai). Uang elektronik *TapCash* dijadikan pengganti uang tunai biasa yang dapat dilakukan pengisian ulang dan digunakan sebagai alat pembayaran non-tunai pada toko/*merchant* yang melakukan kerjasama dengan BNI. Selain dua fungsi diatas, *TapCash* juga dapat digunakan untuk pembayaran tol, *e-parking*, atau pembayaran bus trans kota. PT. Bank Negara Indonesia saat ini juga mempunyai pandangan untuk menjadi perusahaan keuangan yang utama, dalam kinerja serta memberikan layanan berbentuk digital yang memudahkan seluruh nasabah, sehingga nantinya nasabah dapat merasakan layanan perbankan didalam genggamannya⁹.

Besarnya laju pertumbuhan uang elektronik Kota Pekanbaru harus diiringi dengan berbagai macam ide maupun gagasan yang harus dirancang sedemikian rupa. Hal ini juga didasari besarnya kebutuhan masyarakat Kota Pekanbaru terhadap penggunaan uang elektronik tersebut. Sebagai contoh, pada bulan Februari 2020 Bandara Sultan Syarif Kasim II Riau, mulai menggunakan tarif pembayaran non-tunai yang digunakan untuk memasuki kawasan bandara dimana mengharuskan setiap orang wajib memiliki kartu dan uang elektronik¹⁰. Pada kesempatan ini, Bank BNI sebagai salah satu pionir kegiatan penggunaan uang

⁹ Laporan Tahunan BNI, "Digitalisasi Untuk Layanan Unggul," 2019, 1–1134, <https://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tatakelola/laporantatakelola/laporantahunanpelaksanaantatakelola>.

¹⁰ Riau Pos, "Uang Elektronik Tidak Hanya Digunakan Di Parkir Bandara," *Riau Pos*, February 2020, <https://riaupos.jawapos.com/ekonomi-bisnis/06/02/2020/222866/uang-elektronik-tidak-hanya-digunakan-di-parkir-bandara.html>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

elektronik berkesempatan untuk mendistribusikan sekitar 3500 kartu elektronik yang digunakan pada gerbang pembayaran parkir di Bandara SSK II¹¹. Selanjutnya, penggunaan uang elektronik di Pekanbaru juga mulai digunakan pada jalan tol yang menghubungkan Pekanbaru – Dumai (Permai), terhitung mulai tanggal 10 November 2020¹².

Didalam penggunaan dan pemanfaatan uang elektronik, terdapat salah satu faktor yang menjadi penghambat. Untuk kasus Tol Pekanbaru – Dumai (Permai), masyarakat yang ingin bepergian melalui tol Permai tidak langsung melakukan *top-up* saldo dan hanya mengandalkan *top-up* digerbang tol sehingga mengakibatkan kemacetan panjang¹³. Permasalahan yang muncul tentunya tidak terlepas dari berbagai faktor, yaitu kurangnya sosialisasi yang dilakukan berbagai pihak bersangkutan dan kurangnya minat masyarakat untuk mempelajari lebih lanjut mengenai berbagai kegiatan adopsi inovasi. Beberapa permasalahan yang terjadi merupakan dasar yang kuat bagi penulis untuk meneliti tentang sosialisasi uang elektronik dari pandangan komunikasi inovasi sehingga mengambil judul, **“Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Cabang Kota Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik”**.

1 Penegasan Istilah

Dalam rangka pencegahan adanya salah pengertian dan selisih paham mengenai konsep dan kata yang digunakan dalam penelitian, maka dilakukan penetapan istilah sebagai berikut:

1.2.1 Komunikasi Inovasi

Komunikasi inovasi merupakan proses penyampaian atau pengenalan awal terhadap berbagai penemuan-penemuan, ide, teknologi,

¹¹ Dwi Nicken Tari, “BNI Pekanbaru Telah Distribusikan 3.500 Uang Elektronik,” January 2020, <https://sumatra.bisnis.com/read/20200116/534/1191034/bni-pekanbaru-telah-distribusikan-3.500-uang-elektronik>.

¹² PPID Utama, “Masuk Jalan Tol Pekanbaru-Dumai Wajib Gunakan Kartu E-Money,” October 2020, <https://ppid.riau.go.id/berita/758/Masuk-Jalan-Tol-Pekanbaru-Dumai-Wajib-Gunakan-Kartu-E-money>.

¹³ Hanji A. Syuhada, “Hari Pertama Berbayar, Tol Permai Macet, Ini Penyebabnya.,” November 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

metode yang bersifat baru, baik itu yang memiliki karakteristik inovasi intrinsik (ilmiah) atau ekstrinsik (yang melekat pada audiens) dan dapat menimbulkan efek atau perubahan sosial dikehidupan bermasyarakat.

1.2.2 Bank Negara Indonesia (Persero) TBK

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk atau Bank BNI merupakan salah satu bank milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Republik Indonesia yang berdiri pada 5 Juli 1946. Secara resmi, Bank BNI dikatakan sebagai bank pertama yang dimiliki oleh Pemerintahan Republik Indonesia¹⁴.

1.2.3 Sosialisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosialisasi memiliki arti sebagai metode belajar dari anggota suatu sistem sosial guna mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya. Arti lain sosialisasi menurut KBBI ialah upaya memasyarakatkan suatu hal baru sehingga menjadi dikenal, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat¹⁵.

1.2.4 Uang Elektronik

Uang elektronik merupakan instrumen pembayaran elektronik dimana, nilai uang akan disimpan pada media elektronik tertentu seperti kartu elektronik, *server* atau *chip*¹⁶. Dalam penggunaannya, uang elektronik haruslah terlebih dahulu disetorkan kepada penerbit kartu elektronik sebelum ingin melakukan transaksi. Nantinya, nilai uang yang ada akan berkurang sebesar pemakaian dan setelahnya dapat diisi ulang¹⁷.

¹⁴Bank Indonesia, "Sejarah Bank Indonesia," 2020, <https://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tentangbni/sejarah>.

¹⁵Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Balai Pustaka, 2016).

¹⁶Bank Indonesia, "Uang Elektronik," 2020, <https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/PBI-200618.aspx>.

¹⁷Bank Indonesia, "Apa Itu Uang Elektronik," December 11, 2020, <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan pada latar belakang, penulis menyatakan rumusan masalah sebagai berikut: **“Bagaimana Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Kota Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik?”**

1.4 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan komunikasi inovasi yang dilaksanakan PT. Bank Negara Indonesia kantor cabang kota Pekanbaru dalam menyosialisasikan uang elektronik.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan berbagai manfaat baik teoritis maupun praktis, diantaranya ialah sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

- a. Hasil penelitian diharapkan mampu memberi berbagai arti bagi kajian penelitian yang lebih komprehensif dan memperluas ilmu pengetahuan secara universal yaitu tentang Komunikasi Inovasi dan *Public Relations*.
- b. Penelitian juga diharapkan mampu memberi masukan tambahan bagi penelitian selanjutnya dalam rangka penelitian ilmiah di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam pembahasan mengenai Komunikasi Inovasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan yang bersangkutan, diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan anjuran dalam melanjutkan penerapan berbagai komunikasi inovasi uang elektronik untuk menunjang PT. Bank Negara Indonesia sebagai lembaga keuangan yang unggul di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Bagi perusahaan lainnya, diharapkan hasil penelitian mampu memberikan sajian informasi tambahan, memberikan ilmu baru, pandangan, dan gambaran mengenai studi Komunikasi Inovasi.

Sistematika Penulisan

Dalam rangka mengetahui dan memudahkan penelitian ini secara keseluruhan, penulis melampirkan sistem penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan, penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan penjelasan kajian terdahulu, kajian teori, konsep operasional, dan kerangka pemikiran

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan penjelasan gambaran umum mengenai subjek penelitian yaitu PT. Bank Negara Indonesia

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan penjelasan hasil penelitian dan pembahasan

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis akan memaparkan kajian terdahulu yang selaras dan memiliki keterkaitan dengan pembahasan yang akan diteliti, sebagai berikut :

- 2.1.1. Jurnal Muslim Heritage, Vol. 3, No. 1 Mei 2018 dengan judul “*Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern*” yang ditulis oleh Rifqy Tazkiyyaturrohman. Tujuan dari penelitian ini ialah pemerintah harus melakukan sosialisasi yang lebih gencar terhadap penggunaan uang elektronik. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini ialah metode analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini ialah terdapat berbagai macam faktor yang menjadi kendala dalam kegiatan transaksi non-tunai, salah satunya ialah faktor sosial dan budaya.
- 2.1.2. Jurnal Ilmiah, dengan judul “*Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money*” yang ditulis oleh Arsita Ika Adiyanti. Tujuan dari penelitian ialah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan uang elektronik (*e-money*). Metode yang dilakukan dalam penelitian ini ialah metode survey di Perpustakaan Universitas Brawijaya Malang. Hasil dari penelitian ini ialah disimpulkan bahwa pendapatan masyarakat Indonesia yang tinggi akan menambah minat pengguna didalam menggunakan produk-produk *e-money*
- 2.1.3. Jurnal dengan judul “*Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran*” yang ditulis dan diteliti oleh Rachmadi Usman. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana karakteristik atau ciri uang elektronik dalam sistem pembayaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kualitatif. Hasil yang didapat dari penelitian ini ialah pada kenyataannya uang elektronik merupakan uang tunai yang diubah menjadi data yang tersimpan secara elektronik dan disimpan pada media atau kartu yang berbentuk *chip*.

- 2.1.4. Jurnal “*Motive and Milenial Self Concept in Understanding Digital Transactions through Phenomenology Approach*” yang ditulis oleh Ulfa Yuniati dan Firman Katon. Tujuan dilakukannya penelitian ialah, dalam rangka mengetahui konsep individu generasi milenial mahasiswa UM Bandung ketika memanfaatkan dan menggunakan *e-money*. Metode yang digunakan pada penelitian ialah kualitatif melalui pendekatan pada fenomena. Kesimpulan dan hasil dari penelitian ialah, mahasiswa UM Bandung menggunakan transaksi non tunai dikarenakan terdapat efisiensi ketika memesan makanan/minuman juga kemudahan ketika menggunakan transportasi. Selanjutnya, didapati bahwa motif gerakan mahasiswa menggunakan transaksi elektronik ialah karena adanya promo dan pengalaman dalam bidang teknologi yang memberikan kepuasan tersendiri terhadap berbagai kebutuhan.
- 2.1.5. Jurnal “Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial” yang diteliti oleh Dian Dinata Houston. Tujuan dari dilakukannya penelitian adalah, mengetahui seberapa jauh generasi milenial dalam melakukan adopsi inovasi transaksi non tunai. Metode penelitian ini dilakukan secara kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang didapat ialah, generasi milenial telah menerima dan menggunakan berbagai tawaran inovasi dalam pembayaran digital seperti ketika membeli makanan, membayar transportasi *online*, atau ketika ingin membeli tiket bioskop secara online.
- 2.1.6. Jurnal Inovasi Bisnis dengan judul “Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru” yang ditulis oleh Muhammad Badri. Tujuan dari penelitian jurnal ialah mengetahui bagaimana jalannya adopsi inovasi dari berbagai aplikasi dompet digital di Kota

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru. Metode penelitian dilakukan secara kuantitatif dengan format deskriptif. Hasil penelitian ialah generasi milenial Y dan Z Kota Pekanbaru merupakan pengguna aktif *smartphone* dan mengadopsi aplikasi dompet digital sebesar 68%.

- 2.1.7. Jurnal “Analisis Adopsi Aplikasi Uang Elektronik Melalui Pendekatan Teori Difusi Inovasi” ditulis oleh Wahyu Eko Wiratno. Tujuan dilakukannya penelitian adalah *compability*, *relative advantage*, *triability*, *complexity*, dan *observability* terhadap kepuasan dalam mengadopsi uang elektronik melalui aplikasi Dana di Kota Malang. Metode yang digunakan pada penelitian ialah analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS. Hasil menunjukkan bahwa *observability*, *compability*, *triability*, dan *relative advantages* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan, sedangkan kompleksitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.
- 2.1.8. Jurnal “Analisis Minat Penggunaan Layanan *E-Money* Pada Masyarakat Kota Denpasar” yang diteliti oleh Ni Made Dwi Aksami bersama I Made Jember. Tujuan dari penelitian ialah mencari tahu minat pengguna layanan uang elektronik di masyarakat Kota Denpasar. Penelitian menggunakan Teknik Analisa regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ialah ditemukannya beberapa faktor yang berpengaruh secara besar dalam minat penggunaan aplikasi *e-money* di Kota Denpasar yaitu, kemudahan, manfaat dan keamanan.
- 2.1.9. Jurnal dengan judul “Penggunaan *E-Money* Dalam *E-Commerce* Pendukung *Less Cash Society*” yang diteliti oleh Kadek Wulandari Laksmi dan Gusti Putu Lestara Permana dimana bertujuan dalam mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik dalam transaksi *merchant* digital untuk mencapai level LCS. Metode yang digunakan ialah kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SPSS, pengaruh penggunaan uang elektronik dalam transaksi digital sebesar 0,503 dimana sangat berpengaruh besar.

- 2.1.10. Jurnal “Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Brizzi) Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang” yang ditulis dan diteliti oleh Agung Haryono, Didin Elok Parastiti, dan Imam Mukhlis. Metode yang digunakan pada penelitian ialah kualitatif deskriptif dengan metode pembelajaran kasus. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang terkonsolidasi dengan Brizzi tidak mengalami peningkatan dan penggunaan uang elektronik Brizzi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNM masih sangat rendah.

2.2 Landasan Teori

Sejarah menyebutkan ada dua versi yang memiliki hubungan dengan “teori”. Pertama, “teori” dimulai dari adanya tradisi ritual pra-filsafat Yunani Kuno yang disebut *bios-Theoretikos*. *Bios* memiliki arti “menengadah”. Kedua, “teori” berasal dari kata *Theoros* yang merupakan nama perwakilan negara-kota Yunani Kuno. Menurut pengertian umum pada saat ini, teori merupakan konsep abstrak sistematis yang menjabarkan hubungan diantara konsep-konsep yang dapat penulis pahami dalam sebuah permasalahan. Adapun manfaat teori dalam penelitian ialah, menyusun hasil penelitian dan faktor dalam menyusun dugaan sementara. Jonathan H Turner menyebutkan, teori termasuk dalam penyusunan dan pengembangan gagasan yang memudahkan peneliti dalam menjabarkan cara dan alasan suatu permasalahan dapat terjadi¹⁸.

2.2.1 Teori Difusi Inovasi

Penjelasan difusi atau *diffusion* yang dijabarkan oleh Everett M. Rogers adalah *the process by whichland innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system*, yaitu pada komunikasi inovasi biasanya akan menguraikan proses tentang

¹⁸ Richard West and Lynn H Turner, *Pengantar Teori Komunikasi*, ed. Bryan Marswendy (Jakarta: Perbit Salemba, 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagaimana inovasi akan disampaikan melalui berbagai media sebagai saluran dan pada batas waktu tertentu kepada sekelompok individu dari suatu sistem sosial. Suatu inovasi juga disebutkan sebagai *an idea, practice, or object perceived as new by an individual or other unit of adoption*, yaitu adanya buah pikiran, sikap, atau fenomena yang dimengerti sebagai hal baru oleh subjek dan lainnya¹⁹.

Jenis informasi dalam difusi dapat dikaitkan dengan proses diseminasi informasi sebagai bagian dari ide atau inovasi baru. Sedangkan komunikasi diartikan sebagai sistem penyampaian informasi antara komunikator dan komunikan dalam rangka mencapai kepentingan bersama²⁰. Unsur pokok dari difusi ialah sebagai berikut :

- a. Inovasi, yaitu buah pikiran baru yang diharapkan membawa transformasi lebih baik kepada masyarakat yang biasanya menjadi target sebuah inovasi (*adopter*). Salah satu unsur yang mempengaruhi inovasi ialah karakteristik inovasi. Karakteristik inovasi menurut Rogers (1898) ialah:²¹
 - Manfaat terukur (*relative advantages*), merupakan fase yang menganggap inovasi sebagai sesuatu yang lebih baik daripada ide-ide sebelumnya. Manfaat dari keuntungan mampu dihitung secara mudah, namun terdapat juga unsur penting lainnya yaitu kinerja sosial, kesenangan dan kepuasan.
 - Kompleksitas (*complexity*), yaitu tingkat inovasi harus diibaratkan sebagai hal yang sulit dimengerti dan dipergunakan. Nantinya, berbagai kompleksitas lama inilah yang menjadi faktor hambatan bagi proses kecepatan dalam adopsi inovasi.

¹⁹ Morissan et al., *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, Dan Masyarakat* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013).

²⁰ Drs. Elvinaro Ardianto, Dra. Lukiati Komala, and Dra. Siti Karlinan, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014).

²¹ Ardianto, Komala, and Karlinan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kemungkinan untuk dilakukan percobaan (*trialability*), dimana inovasi mampu diuji dengan penelitian, riset atau percobaan pada basis yang terbatas.
 - Mudah diobservasi (*observability*), hasil akhir dari inovasi dapat diamati dengan mudah dan disaksikan oleh orang lain.
- b. Saluran komunikasi, merupakan bagian yang dapat menilai keberhasilan dari proses difusi inovasi, yang disampaikan dengan media informasi dari ide yang dipikirkan dan dibentuk oleh penyalur inovasi agar mampu berperan dalam penyebaran kepada masyarakat yang menjadi target inovasi. Terdapat beberapa media penyampaian informasi yang ada pada saat ini yaitu percakapan *face-to-face* (langsung), melalui media elektronik seperti telepon, pesan berupa teks atau e-mail, televisi dan lainnya. Selain media penyampaian informasi diatas, terdapat juga saluran komunikasi interpersonal yang diharapkan mampu secara efektif memberikan efek kepada seseorang untuk menerima suatu inovasi.
 - c. Jangka waktu, menurut Rogers (1996) merupakan proses pengambilan sikap terhadap suatu inovasi oleh individu dimulai dari seseorang mengenal inovasi sampai seseorang tersebut akan memberikan sikap mengadopsi atau tidak mengadopsi pembaharuan tersebut.²² Dapat disimpulkan, semakin ringkas pengambilan keputusan yang digunakan oleh seseorang dibandingkan seorang sekitarnya dalam mengadopsi inovasi maka, dapat dikatakan seseorang tersebut merupakan individu yang inovatif.
 - d. Sistem sosial, merupakan hal yang bertautan antara satu dan lainnya, juga difungsikan dalam mencari solusi dari masalah dan tercapainya asa bersama. Komponen yang terdapat dalam sistem sosial masyarakat yaitu, orang-perorangan, organisasi, kelompok yang memiliki kepentingan yang sama, dan sistem lainnya.

²²Sumardjo et al., *Komunikasi Inovasi*, 3rd ed. (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teori difusi inovasi yang ditafsirkan oleh Rogers dan Shoemaker memiliki empat tahap dalam tekniknya, yaitu:²³

- a. Pengetahuan, yaitu dapat diteliti berdasarkan pemahaman seseorang terhadap adanya inovasi dan menjelaskan fungsi dari sebuah inovasi.
- b. Persuasi, yaitu bagaimana pengaruh seseorang dalam menciptakan sikap menerima inovasi atau tidak menerima inovasi.
- c. Pengambilan keputusan, yaitu proses pengambilan konsep inti inovasi dan selanjutnya seorang individu akan mempertimbangkan kelebihan maupun kekurangan dari inovasi tersebut. Dalam tahap ini, seorang individu akan menentukan pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi.
- d. Konfirmasi, yaitu tahap seseorang dalam mencari *support* setelah melalui tahap pengambilan keputusan. Hal ini dapat menjadikan individu tersebut menentang keputusan yang telah diambilnya, jikalau ia menemukan pernyataan yang berlawanan.

Beberapa tahapan seseorang dalam proses difusi inovasi menurut Rogers, ialah sebagai berikut:²⁴

- a. Tingkat *awareness* (kesadaran), tahap seseorang menyadari tentang adanya suatu inovasi sehingga timbul kesadaran awal dalam mengenal inovasi.
- b. Tingkat *interest* (keinginan), yaitu tahap yang akan memperlihatkan minat terhadap inovasi dan akan menentukan sikap selanjutnya.
- c. Tingkat evaluasi yaitu tahap seseorang menilai dan mempertimbangkan akan menolak atau menerima inovasi yang ada.
- d. Tingkat *trial* (percobaan), yaitu tahap seorang individu mulai melaksanakan sikap yang sejalan dengan keputusan yang telah

²³ Ardianto, Komala, and Karlinan, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*.

²⁴ Sumardjo et al., *Komunikasi Inovasi*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibuatnya. Selanjutnya, individu tersebut akan mulai mempraktekkan perilaku atau inovasi tersebut dalam kegiatan sehari-hari.

- e. Tingkat *adoption* (adopsi), yaitu seorang individu akan memantapkan pilihan dan melakukan konformasi terhadap keputusan yang akan diambilnya. Maka selanjutnya, individu tersebut sudah bisa menerapkan perilaku dari proses difusi inovasi tersebut.

2.2.2 Komunikasi Inovasi

2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Inovasi

Komunikasi inovasi tentunya memiliki dua kata yaitu “komunikasi” dan “inovasi”. Komunikasi sejatinya menjadi kebutuhan yang sangat penting dan dasar bagi manusia, dikarenakan melalui komunikasi kita dapat melaksanakan interaksi antara satu dengan lainnya. Komunikasi berperan penting didalam kehidupan sosial manusia dikarenakan dapat menentukan konsep diri, pengakuan diri, dan digunakan untuk kelangsungan hidup manusia sebagai makhluk sosial yang senantiasa bergantung satu sama lain²⁵.

Pengertian komunikasi menurut Roger ialah : “*Communication is a process in which participants create and share information with one another in order to reach a mutual understanding*”. Hal ini memiliki arti bahwa komunikasi merupakan teknik yang dilakukan antara komunikator dan komunikan (saling bergilir) dalam memberikan informasi guna terciptanya opini yang sama dan saling pengertian²⁶. Sedangkan, komunikasi menurut Hafied Cangara ditekankan bahwa adanya respon dua arah yang dilakukan antara komunikator dan komunikan. Biasanya, proses komunikasi yang dilakukan bersifat persuasif dengan adanya proses timbal balik²⁷.

²⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013).

²⁶ Sumardjo et al., *Komunikasi Inovasi*.

²⁷ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selanjutnya, “inovasi” menurut Roger adalah : *“An idea, practice, or object that is perceived as new by individual or other unit of adoption”* yang berarti inovasi ialah gagasan, realisasi, atau topik yang diperkirakan sebagai hal baru oleh seorang lainnya²⁸.

Perlu diingat bahwa objek yang dianggap baru bersifat bias tergantung terhadap pemahaman individu, kelompok, atau masyarakat dalam menatap kebaruan tersebut. Oslo Manual juga menjabarkan pengertian inovasi sebagai hal luas yang mana dapat meliputi metode pemasaran atau organisasi, jasa dan proses baru atau yang mengalami pembaharuan sebagai jalan keluar dari suatu permasalahan²⁹.

Dari hal diatas, dapat dikatakan bahwa komunikasi inovasi termasuk ke dalam penyampaian informasi, dimana terdapat gagasan atau inovasi baru yang disampaikan dengan berbagai proses dan media dalam waktu tertentu pada suatu sistem sosial masyarakat. Dalam hal ini, suatu faktor kebaruan dalam sebuah ide yang kreatif, tidaklah mesti benar-benar baru atau suatu hal dapat dianggap baru oleh seseorang, tetapi bagi orang lain tidak. Hal ini dapat terjadi karena gagasan/ide yang inovatif telah lama diketahui oleh seseorang, namun seseorang lainnya belum menentukan sikap menerima atau tidak menerima inovasi.

Didalam komunikasi inovasi, terdapat teori difusi inovasi yang merupakan suatu tipe komunikasi yang khas. Difusi yaitu metode tersebarnya inovasi yang disampaikan melalui media dan jangka waktu kepada anggota masyarakat yang berada dalam sistem sosial. Studi yang menjelaskan tentang difusi biasanya memiliki kaitan dengan

²⁸ Dewi Ariningrum Rusmiarti, “Analisis Difusi Inovasi Dan Pengembangan Budaya Kerja Pada Organisasi Birokrasi” 6 (2015): 16.

²⁹ Maria Agustini Permata Sari, “Inovasi Pelayanan Publik Di BPMPT Kabupaten Kubu Raya” 10 (2016): 20.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pesan-pesan yang merupakan gagasan baru, sedangkan studi komunikasi telah mencakup seluruh pesan tersebut³⁰.

Rogers mengungkapkan bahwa difusi merupakan metode inovasi yang dilaksanakan dengan berbagai media komunikasi pada waktu sebelumnya dengan jangka waktu cukup lama, juga dilakukan antar individu dengan sistem sosialnya³¹.

Rogers dan Shoemaker memilah publik berdasarkan penerimaan terhadap pembaharuan, yaitu:³²

- a. Inovator, yaitu beberapa individu yang sejatinya telah mengikuti berbagai perkembangan inovasi dan hal-hal baru. Inovator biasanya tekun dalam melakukan berbagai percobaan dalam inovasi baru tersebut.
- b. Penerima awal (*early adopter*), yaitu publik yang memiliki pengaruh besar yang sering dijadikan sebagai sumber informasi pada komunitas, teman-temannya dan merupakan orang-orang yang dapat dikatakan telah memiliki pemikiran dan pandangan yang lebih maju dibandingkan orang sekitarnya.
- c. Mayoritas awal (*early majority*), yaitu golongan individu yang ingin menerima suatu inovasi atau selangkah lebih didepan dari publik sekitarnya.
- d. Penerima akhir (*late majority*), yaitu publik yang berkenan untuk menerapkan inovasi apabila seluruh anggota sistem sosial di lingkungannya telah menerima inovasi tersebut.
- e. Pengikut (*laggards*), yaitu orang-orang yang dikatakan sebagai lapisan terakhir dalam menerapkan suatu inovasi.

³⁰ Helmi Kremlin and Muchtar Effendi, *Komunikasi Inovasi Suatu Pendekatan Lintas Kultural* (Yogyakarta: Kelompok Diskusi Erosi Mahasiswa UGM, n.d.).

³¹ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas Dan Manejemen Komunikasi: Konsepsi Dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010).

³² Ananta Harya Pramudita, "Penyebaran Dan Penerimaan Inovasi" (Universitas Negeri Sebelas Maret, 2010).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi inovasi memiliki tujuan dalam memperoleh interpretasi yang sama diantara komunikator dan komunikan. Interpretasi yang dimaksudkan ialah terhadap isi dari pesan yang baru disampaikan. Everett berpandangan bahwa proses komunikasi yang termasuk kedalam bagian komunikasi inovasi ialah sebagai berikut³³:

- a. Fase pengetahuan (*knowledge*), fase awal dalam penyaluran informasi yang berisi inovasi. Pada tahap ini, disampaikan berbagai informasi untuk melibatkan kesadaran kepada individu yang nantinya akan menggali informasi lebih lanjut atau pengertian tersendiri terhadap inovasi dan prosedur inovasi akan berjalan.
- b. Fase ajakan (*persuasion*), fase dimana masyarakat akan menentukan sikap dalam mengikuti atau tidak mengikuti sebuah inovasi. Ajakan yang diberi sekiranya mampu mempengaruhi afektif seorang calon *adopter* yang nantinya akan merasa lebih terlibat secara psikologis dengan inovasi tersebut.
- c. Fase penentuan keputusan (*decision*), fase dimana seseorang akan memiliki peran dalam proses yang akan membawa pada opsi untuk menerima adopsi atau tidak. Adopsi disini merupakan pilihan seorang individu dalam menggunakan inovasi ataupun konsep baru secara penuh.
- d. Fase pelaksana (*implementation*), tahapan dimana seseorang yang mengambil keputusan menjadi *adopter* akan mulai melaksanakan inovasi baru dengan persepsi yang baru pula.
- e. Fase kepastian (*confirmation*), merupakan tahap akhir seseorang untuk memberikan pikiran atau melaksanakan konfirmasi mengenai keputusan untuk mengadopsi inovasi.

³³ Suhaeri, "Strategi Komunikasi Inovasi Dalam Meminimalisir Konflik Horizontal Pengemudi Taksi Online Dan Konvensional Di Kota Bandung," *Ilmiah Indonesia* 3 (2018): 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3 Sosialisasi

2.2.3.1 Pengertian Sosialisasi

Kegiatan yang dilakukan oleh seorang individu untuk menguasai dan menafsirkan kebiasaan dan kebudayaan masyarakat sekitarnya dengan mempertimbangkan nilai-nilai, cara hidup, dan pedoman kehidupan sosial guna dapat melakukan interaksi dan berpartisipasi aktif didalamnya disebut dengan pengertian sosialisasi. Terdapat pandangan yang dijabarkan oleh David A Goslin yang menyatakan, sosialisasi juga merupakan bagian dalam menguasai dan mendapatkan nilai-nilai, norma, maupun keterampilan agar individu memiliki peran di masyarakat³⁴. Sosialisasi menurut Charles R Wright, merupakan bagian dari jalannya seorang individu untuk mendapatkan kultur masyarakat atau kelompoknya dan melakukan penghayatan tertentu secara mendalam terhadap norma sosial, sehingga mampu mengarahkan individu tersebut untuk memikirkan keinginan orang lain³⁵.

Charlotte Buhler juga menjelaskan tentang definisi sosialisasi yaitu, tata cara yang memberikan andil terhadap individu dalam rangka pembelajaran untuk menempatkan diri, cara untuk hidup, dan menggunakan akal pikiran diantara kelompok sosialnya guna mempunyai kedudukan juga memiliki arti diantara kelompok sosialnya³⁶. Sedangkan, pengertian sosialisasi menurut Peter Berger yaitu proses individu untuk memahami norma-norma yang berlaku didalam lingkungan masyarakat sehingga dapat membantu dalam membentuk kepribadiannya³⁷. Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi merupakan proses yang dilalui oleh seseorang sebagai makhluk sosial guna menjalin hubungan dengan

³⁴ Retno Dwi Setyoningtias, "Pengaruh Sosialisasi, Persepsi Dan Citra Lembaga Terhadap Motivasi Nasabah Untuk Menabung," 2018.

³⁵ Setyoningtias.

³⁶ Normina Hamda, "Masyarakat Dan Sosialisasi," 2017, 107–15.

³⁷ Aimie Sulaiman, "Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger," 2016, 15–22.

lingkungan atau masyarakat sekitarnya, sehingga mampu beradaptasi dengan baik.

Kegiatan sosialisasi yang mendasari seorang individu untuk mempelajari norma-norma dan nilai juga dapat mempengaruhi perilaku anggotanya ketika menghadapi inovasi. Dapat dikatakan, inovatif atau tidaknya seseorang didasari oleh dua variabel: (1) kepribadian individu yakni dalam komunitas sosial, sikap-sikap dan lainnya; dan (2) ciri dari sistem sosialnya, bersifat modern atau tradisional. Maka, dapat dikatakan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh struktur sosial masyarakat dan cara penyebaran inovasi memiliki keterkaitan yang erat. Berbagai struktur sosial yang ada pada masyarakat dapat menjadi faktor dalam penyebaran sebuah inovasi baru yang juga disebut dengan “efek sistem”³⁸. Manusia sebagai makhluk sosial tentunya tidak dapat terlepas dari interaksi sosial yang mengharuskan individu tidak mampu hidup sendiri dan memerlukan bantuan orang lain.

2.2.3.2 Tujuan Sosialisasi

Pada dasarnya tujuan sosialisasi yang dimiliki oleh seorang individu harus sehaluan dengan aturan dan nilai-nilai umum yang berlangsung dilingkungan masyarakat³⁹. Selanjutnya, sosialisasi juga dilakukan untuk membentuk hubungan baik antara kelompok sosial masyarakat dengan perusahaan yang berkaitan. Berikut merupakan beberapa tujuan sosialisasi yang harus diketahui⁴⁰:

- Memperkenalkan produk yang ingin disampaikan kepada masyarakat atau sasaran sosialisasi.

³⁸ Drs. Abdillah Hanafi, *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru* (Surabaya: Usaha Nasional, 1999).

³⁹ MA Sahri, “Sosialisasi Dan Persepsi Orang Tua Dalam Upaya Pengembangan Kepribadian Anak Usia Pra Sekolah (Studi Kasus Di Lembaga Pendidikan Pra Sekolah Play Group (PG))” *Core.Ac.Uk*, 2010.

⁴⁰ A Amalana, “Sosialisasi BMT An-Nawawi Purworejo Terhadap Siswa-Siswi Untuk Menggunakan Simpanan Pendidikan,” 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Memberikan pembelajaran dan kemampuan dalam berkomunikasi guna menghasilkan komunikasi yang efektif dan efisien diantara individu.
- Mampu menarik minat dan perhatian dengan mempertunjukkan kelebihan-kelebihan dari produk yang ingin diperkenalkan.
- Demi tercapainya pemahaman terhadap pesan yang ingin disampaikan. Dalam hal ini, tentunya penggunaan media yang tepat juga mampu berpengaruh terhadap penyampaian pesan.
- Adanya perubahan sikap dan tindakan dalam pemanfaatan produk yang disosialisasikan sebagai tujuan akhir di dalam sosialisasi.

2.2.3.3 Jenis - Jenis Sosialisasi

Dalam buku *Mind, Self, and Society* yang ditulis oleh George Herbert Mead terdapat beberapa tahap pengembangan diri manusia jika sekiranya melakukan sosialisasi sebagai berikut:⁴¹

- Tahap persiapan (*preparatory stage*), yaitu tingkatan yang dimulai pada saat manusia dilahirkan atau ketika seorang anak akan mengenal dunia sosialnya dengan mempersiapkan dirinya. Seorang individu sebagai calon anggota masyarakat akan dipersiapkan untuk mempelajari norma dan nilai yang nantinya dapat menjadi tuntunan dalam kehidupan bersosial.
- Tahap meniru (*play stage*), yaitu tingkatan yang terbentuk melalui kesadaran tentang diri sendiri, keluarga, dan sebagainya.
- Tahap siap bertindak (*game stage*), yaitu dimulainya tingkatan dalam memainkan peran secara langsung. Pada tahap ini,

⁴¹Prof. Dr. Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi* (Universitas Indonesia Publishing., 2005).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemampuan seorang individu dalam melakukan sosialisasi meningkat dan mulai melaksanakan interaksi.

- Tahap penerimaan norma kolektif (*generalizing stage*), yaitu pada tingkatan ini seorang individu sudah mampu dalam menempatkan diri pada masyarakat atau sistem sosialnya.

Sosialisasi dapat dibedakan menjadi dua tahap dalam tingkatannya menurut Peter L Berger dan Luckman, yaitu:⁴²

- Sosialisasi mendasar (primer), yaitu proses awal yang akan dilewati oleh seorang individu sejak ia kecil atau sejak awal seseorang menjadi bagian dari sistem sosial. Proses sosialisasi utama inilah yang akan berpengaruh dalam membentuk kepribadian seorang anak dari keluarga yang mempunyai peran sebagai bagian dari sosialisasi.
- Sosialisasi lanjutan (sekunder), yaitu tahap lanjutan bagi seseorang yang telah melakukan sosialisasi di dunia objektif masyarakat, seperti dengan memenuhi sikap profesionalisme yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat, teman sebaya, dan lingkungan yang lebih luas dari keluarga.

2.2.3.4 Konsep Sosialisasi

Dalam pelaksanaan sosialisasi, J.L. Thompson mengatakan diperlukan strategi yang menjadi dasar bagi perusahaan untuk dapat mencapai sasaran tujuan yang tepat. Berikut beberapa langkah atau strategi komunikasi yang dapat digunakan ketika akan melaksanakan sosialisasi, yaitu:⁴³

- Melakukan riset terhadap kondisi masyarakat, merupakan poin utama dalam rangka merancang kegiatan sosialisasi

⁴² Setyoningtias, "Pengaruh Sosialisasi, Persepsi Dan Citra Lembaga Terhadap Motivasi Nasabah Untuk Menabung."

⁴³ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Armico, 2010).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kedepannya dengan memakai poin 5W+1H. Dalam hal ini, perusahaan yang akan melaksanakan sosialisasi mampu melakukan riset dan observasi langsung maupun tidak langsung dalam rangka mendapatkan gambaran secara riil tentang kondisi masyarakat.

- Memilih sarana dan metode komunikasi, merupakan pemilihan sarana menunjang yang dapat membantu perusahaan dalam kegiatan sosialisasi. Perlu diperhatikan bahwa dalam rangka menciptakan kegiatan sosialisasi yang sukses, perusahaan dapat menggunakan salah satu atau gabungan dari beberapa media, yang dapat dilihat melalui tujuan yang ingin dicapai pesan yang disampaikan dan metode apa yang akan digunakan nantinya.
- Menyusun informasi atau pesan yang ingin disampaikan, yaitu dengan mempertimbangkan pengetahuan dari sasaran⁴⁴. Nantinya, pesan ataupun informasi yang disampaikan haruslah bersifat faktual dan mudah dimengerti oleh masyarakat.
- Merancang program kegiatan sosialisasi, merupakan tahap akhir yang harus dilakukan perusahaan dengan mempertimbangkan beberapa hal yang telah dijelaskan diatas. Berbagai program kegiatan sosialisasi yang dirancang dan dilaksanakan tentunya harus berorientasi kepada tujuan utama perusahaan atau pihak yang bersangkutan.

2.2.3.5 Pola Sosialisasi

Pola yang digunakan ketika melakukan sosialisasi tentunya diperlukan untuk memperkenalkan sebuah barang, produk ataupun kegiatan yang berkaitan. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengaruh secara persuasif antara individualitas dengan pengalaman

⁴⁴ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations : Seri Praktik PR*, ed. Yati Sumiharti and Yulia Indriati (Jakarta: Erlangga, 2007).

yang berhubungan. Proses ini dapat dilakukan oleh agen sosialisasi melalui pembekalan pendidikan norma dan nilai dengan mengharapkan partisipasi masyarakat untuk mendukung sosialisasi dan tujuan dari pihak yang memiliki kepentingan⁴⁵.

Tentunya didalam proses sosialisasi diperlukan adanya sarana atau media sosialisasi, diantaranya periklanan, merupakan sarana yang digunakan oleh perusahaan atau bank dalam mempublikasikan informasi seperti, kegunaan sebuah produk, harga dari produk, dan kelebihan yang dimiliki oleh sebuah produk. Tentunya sarana iklan diharapkan mampu memberikan pengaruh dan menarik minat nasabah/masyarakat⁴⁶.

Selanjutnya yaitu media promosi, merupakan salah satu bentuk *marketing communications* dengan melakukan pemberian informasi dan pengaruh kepada sasaran yang biasanya dilakukan secara terus-menerus oleh perusahaan⁴⁷. Perlu diketahui juga bahwa promosi termasuk kedalam kegiatan terakhir dalam *marketing mix*, yang mana dalam hal ini bank haruslah mempromosikan secara langsung maupun tidak langsung terhadap seluruh produk dan jasa yang dimiliki⁴⁸. Terakhir ialah publisitas, merupakan sarana berbentuk visual seperti foto, tulisan maupun artikel yang berisikan berbagai informasi positif dengan menekankan aspek kemanusiaan dan emosional. Adanya publisitas diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat dan terciptanya citra positif bank di mata para nasabah⁴⁹.

⁴⁵ Bagong Suyanto, *Sosialisasi Teks Pengantar Dan Terapan*, ed. J. Dwi Narwoko (Jakarta: Kencana, 2010).

⁴⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010).

⁴⁷ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II* (Jakarta: Salemba Empat, 2000).

⁴⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*.

⁴⁹ Anil Hakim, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif" (UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2018).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4 Uang Elektronik

2.2.4.1 Pengertian Uang Elektronik

Makna yang dikemukakan Siti Hidayati terhadap pengertian uang elektronik berdasarkan penjelasan oleh *Bank for International Settlement* (BIS) yaitu “*stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession*”, artinya ialah uang elektronik merupakan salah satu output *stored value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang harus disimpan pada media elektronik yang dimiliki oleh seseorang dan pada saat menggunakan uang elektronik tentunya kita harus melakukan transaksi pembayaran yang mendukung pembayaran uang elektronik pula⁵⁰.

Dalam Undang-Undang Dasar pasal 17 ayat 1 UU nomor 11 tahun 2008, dikatakan bahwa undang-undang memberikan kesempatan yang sama terhadap pemanfaatan teknologi informasi, baik yang dilakukan oleh penyelenggara negara, badan usaha, perorangan, ataupun masyarakat biasa. Tentunya berbagai peluang dan kesempatan yang diberikan harus dilaksanakan secara bertanggung jawab dan efisien guna menimbulkan manfaat yang besar bagi masyarakat dan pihak terkait lainnya⁵¹.

Seluruh golongan atau pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang telah disepakati seperti yang telah disebutkan pada pasal 19. Pengertian yang disepakati menurut penjelasan pasal 19 juga mengakui atas disetujuinya prosedur yang terdapat dalam sistem elektronik yang bersangkutan. Pengecualian dapat ditentukan lain oleh para pihak terkait, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima (pasal 20 ayat 1). Maksud dari transaksi elektronik dikatakan terjadi yaitu pada saat adanya kesepakatan antar pihak yang berupa, pengecekan data, identitas, nomor

⁵⁰Elif Pardiansyah, “Produk BSM E-Money Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah” (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2015).

⁵¹Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik” (Jakarta, 2008), <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2008/11TAHUN2008UU.HTM>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

identifikasi pribadi (*personal identification number/PIN*) atau sandi lewat (*password*). Persetujuan terhadap penawaran transaksi elektronik harus dilakukan dengan pernyataan penerima transaksi elektronik (pasal 20 ayat 2)⁵².

Ketika melaksanakan transaksi berbasis elektronik, tentunya pengguna harus menggunakan uang elektronik (*e-money*). Penggunaan uang elektronik menurut Rivai, dapat diperoleh dengan menyetorkan sejumlah uang terlebih dahulu kepada pihak penerbit baik yang dilakukan secara langsung atau melalui penerbit juga dapat melakukan debit. Perlu diingat bahwa nilai uang yang telah disetorkan akan menjadi nilai uang yang tersimpan ke dalam media uang elektronik. Nilai uang yang terdapat pada uang elektronik harus diakui dalam satuan mata uang Indonesia yaitu rupiah (Rp) yang secara langsung bertujuan untuk dapat melaksanakan transaksi dengan memotong atau mengurangi nilai uang pada media elektronik sesuai dengan transaksi yang dilakukan⁵³.

Berdasarkan penjelasan pasal 1 angka 2 UU nomor 11 tahun 2008, transaksi elektronik merupakan salah satu aktivitas yang diatur oleh hukum dengan menggunakan media seperti komputer, jaringan, atau media elektronik lainnya. Berbagai tahapan dalam bertransaksi secara elektronik telah diatur dalam pasal 17, yang berbunyi sebagai berikut.⁵⁴

- a. Segala perbuatan hukum dalam melaksanakan transaksi berbentuk elektronik dapat dilaksanakan pada skala publik atau secara pribadi.
- b. Seluruh aspek terkait yang melaksanakan transaksi pada ayat (1) wajib memiliki kepercayaan dalam melakukan interaksi, pertukaran

⁵² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.”

⁵³ Muhammad Sofyan Abidin, “Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru,” 2014, 21.

⁵⁴ Siswanto Sunarso, *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik: Studi Kasus, Prita Mulyasari* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi elektronik dan atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung.

- c. Mengenai kepastian lebih lanjut mengenai pelaksanaan transaksi elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan peraturan pemerintah.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 yang diperbaharui dengan Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 juga menjelaskan bahwa uang elektronik merupakan alat pembayaran yang harus memenuhi beberapa aspek sebagai berikut: (1) diterbitkan dengan ketentuan bahwa terdapat nilai uang yang disetorkan oleh pemegang kepada penerbit; (2) penyimpanan nilai uang dilakukan pada media seperti *server* atau *chip*; (3) dapat digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan termasuk penerbit uang elektronik tersebut; (4) seluruh nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan⁵⁵.

2.3 Konsep Operasional

Penjelasan konsep operasional menurut Singarimbun, merupakan salah satu simbol bagaimana nantinya suatu variabel akan diukur atau diteliti. Dengan adanya definisi konsep operasional dalam penelitian, maka penulis dapat mengetahui baik buruknya suatu variabel⁵⁶. Berdasarkan penjelasan landasan teoritis diatas, maka dirumuskan konsep operasional yang akan memberikan kemudahan kepada penulis untuk mengetahui bagaimana komunikasi inovasi yang dilakukan oleh PT. Bank Negara Indonesia cabang Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan uang elektronik yang dapat dilihat dari indikator sebagai berikut:

⁵⁵ Bank Indonesia, "Sistem Pembayaran" (Jakarta, 2020), <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/instrumen/default.aspx>.

⁵⁶ Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.1 Komunikasi Inovasi

Konsep operasional komunikasi inovasi menggunakan teori difusi inovasi yaitu :

a. Inovasi

Inovasi merupakan sebuah ide, gagasan, pemikiran, atau praktik yang bersifat baru dan diharapkan mampu membawa suatu perubahan bagi sasaran atau audiens yang menjadi sasaran inovasi (*adopter*). Inovasi dalam penelitian ini ialah *TapCash* sebagai uang elektronik yang diharapkan dapat menjadi inovasi maupun ide baru dan akan membawa perubahan kepada sasaran inovasi.

b. Saluran Tertentu

Nantinya, berbagai inovasi yang disampaikan melalui berbagai media seperti koran, televisi, media sosial, media *online*, dan juga dapat melalui berbagai acara sosialisasi baik yang dilakukan oleh Bank BNI maupun yang dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan pemerintah kota Pekanbaru.

c. Jangka Waktu

Proses inovasi ini telah dilakukan Bank Negara Indonesia sejak 2014 dimulai dari peluncuran kartu BNI *TapCash* yang dilakukan oleh Managing Director MSI Global, Sim Wee Meng, General Manager Product Managemet Division Consumer Retail Banking, Dodit Wiweko Probojakti, GM Customer Marketing Management, Purnomo B Sutadi dan Direktur Konsumer & Ritel, Darmadi Sutanto di *booth* BNI Jiexpo Kemayoran.

d. Sistem Sosial

Anggota sistem sosial yang terlibat dalam program ini ialah Bank BNI, pemerintah kota Pekanbaru dan masyarakat yang berpartisipasi secara langsung maupun tidak langsung.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa didalam sebuah konsep komunikasi inovasi harus terdapat sebuah inovasi berupa gagasan atau terbaru yang akan disampaikan kepada khalayak yang menjadi sasaran melalui berbagai saluran (media) hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan media cetak, elektronik, ataupun dilakukan dengan *new media*.

2.3.2 Sosialisasi

Dalam menjalankan sosialisasi atau interaksi sosial memerlukan dua indikator atau aspek penting yang harus diperhatikan, yaitu:

- a. Tujuan sosialisasi, agar dapat menjadi bagian dalam masyarakat secara efektif. Hal ini dapat dilakukan dengan mempersiapkan sedemikian rupa terhadap materi dan metode yang digunakan ketika sosialisasi.
- b. Sasaran sosialisasi, yakni target yang jelas terhadap jalannya sosialisasi. Dalam hal ini, Bank BNI dapat melihat dari tingkat prasarana, waktu dan biaya yang digunakan agar sosialisasi dapat tercapai yang nantinya dapat berguna dalam mengevaluasi kegiatan sosialisasi.

2.3.3 Uang Elektronik

Indikator uang elektronik berdasarkan Peraturan Bank Indonesia PBI No. 16/8/PBI/2014 menjelaskan bahwa uang elektronik dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan pencatatan identitas data, yaitu:⁵⁷

- a. *Registered*, yaitu identitas data pengguna akan terdaftar pada penerbit dari uang elektronik.

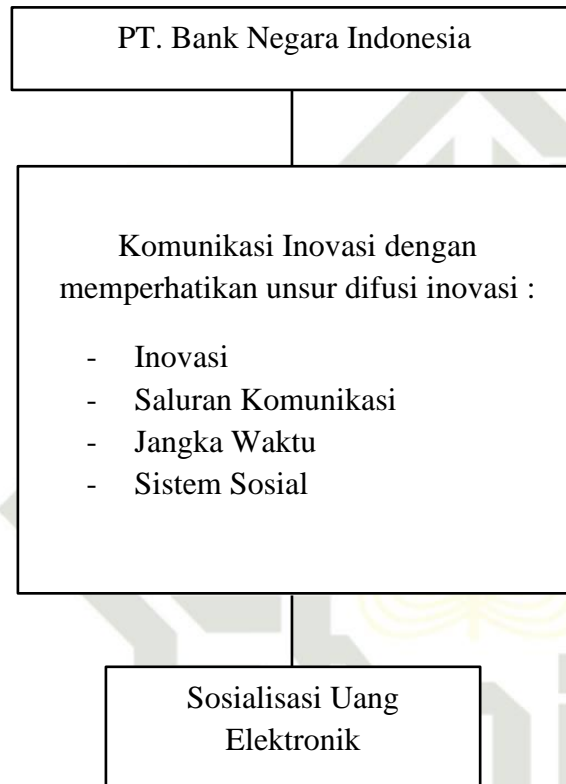
⁵⁷ Bank Indonesia, "Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (Electronic Money)," Peraturan BI No 16/8/PBI/2014, 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. *Unregistered*, yaitu identitas data pengguna tidak terdaftar pada penerbit uang elektronik.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran
(Sumber : Hasil Analisis Peneliti 2021)

Kerangka pemikiran berbentuk bagan diatas berfungsi dalam memberikan arah pada penelitian yang akan dilakukan. PT. Bank Negara Indonesia melaksanakan komunikasi inovasi kepada khalayak atau sasaran dari sebuah program kegiatan/sosialisasi guna memperkenalkan uang elektronik. Komunikasi inovasi merupakan salah satu hal penting dalam menyampaikan sebuah pesan atau informasi yang biasanya berupa ide, inovasi, teknologi, metode yang memiliki sifat kebaruan dengan menggunakan teori difusi inovasi. Hal ini tentunya penting dilakukan oleh sebuah perusahaan guna mampu menyampaikan segala hal yang

berbentuk informasi dengan menyampaikan komunikasi secara baik, efektif dan efisien. Dalam berbagai kegiatan komunikasi inovasi yang dilakukan perusahaan, pentingnya memperhatikan unsur sosialisasi yang dianggap penting, yaitu tujuan dan sasaran sosialisasi. Pentingnya tujuan sosialisasi ialah seorang individu dapat memahami peranan masing-masing dan memiliki perilaku yang sesuai dengan peranan tersebut sehingga diharapkan terciptanya keharmonisan dalam interaksi sosial. Sedangkan, sasaran sosialisasi juga diperlukan sebagai bagian dalam evaluasi kegiatan yang telah dilakukan, apakah perlu memperbaiki kualitas atau kuantitas dari sosialisasi tersebut. Terakhir, indikator uang elektronik dapat dilihat dari *registered* dan *unregistered*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian kualitatif dalam penjelasan Taylor dan Bogdan dalam Moleong merupakan, penelitian yang menjabarkan penjelasan data baik secara tertulis atau lisan dari individu sebagai narasumber dan adanya perilaku yang akan diamati⁵⁸. Sedangkan, menurut Kirl dan Miller, penelitian kualitatif merupakan ilmu pengetahuan yang termasuk kedalam ranah sosial budaya yang terfokus pada penelitian tentang manusia dalam kawasan atau dalam sebutannya⁵⁹. Umumnya, penelitian kualitatif diarahkan untuk memberikan pemahaman berbagai masalah sosial berdasarkan pandangan anggota. Anggota disini merupakan beberapa orang yang berperan baik memiliki peran langsung maupun tidak dalam penelitian seperti narasumber wawancara, observasi lapangan, pemberian data, dan juga memberikan pendapat, pemikiran, atau persepsinya yang berkaitan dengan penelitian. Strategi dari penelitian kualitatif memiliki karakter yang dapat berubah dengan menggunakan macam gabungan macam teknik untuk mendapatkan data yang valid⁶⁰.

Alasan penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif ialah, masih kirangnya data yang ditemukan mengenai komunikasi inovasi yang dilakukan oleh perusahaan penerbit uang elektronik seperti PT. Bank Negara Indonesia dalam menyosialisasikan uang elektronik. Maka dari itu, penulis ingin melaksanakan pengamatan atau observasi untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif yang dilakukan pada sebuah sistem sosial. Penelitian deskriptif kualitatif juga diperkirakan tepat digunakan dalam penelitian yang membahas berbagai permasalahan yang dianggap membutuhkan studi menyeluruh seperti, penelitian

⁵⁸ Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011).

⁵⁹ Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018).

⁶⁰ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, 9th ed. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

tingkah laku dari konsumen, imbas media, dan pelaksanaan suatu kebijakan⁶¹. Tujuan dari penelitian kualitatif sendiri ialah mampu menggambarkan dan meringkas berbagai kejadian *riil* yang tengah terjadi di masyarakat yang menjadi sebuah objek penelitian. Penelitian yang dilakukan secara kualitatif berupaya menarik kejadian asli kepermukaan sebagai ciri khusus, watak, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu⁶².

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian nantinya akan dilaksanakan pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Negara Indonesia Kota Pekanbaru, Jalan. Jendral Sudirman No. 119, Kota Tinggi, Kec. Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau 28155 yang dilaksanakan pada tanggal 30 April 2021 -14 Mei 2021 .

3.3 Sumber Data Penelitian

Lofland menjelaskan bahwa sumber data penelitian sebagai sumber data paling mendasar dan pokok dalam sebuah penelitian dengan berbagai sumber data penelitian dari berbagai sumber yang ada⁶³. Sumber utama biasanya dapat diperoleh dari lisan maupun tindakan, dimana juga terdapat data tambahan atau penunjang yang tak kalah penting seperti file penunjang, dokumentasi dan hal lain yang dianggap penting. Berbagai data yang ada dapat dikumpulkan dari latar data yang berbeda yakni, latar natural (*natural setting*) dimana fenomena atau peristiwa secara biasa terjadi⁶⁴.

3.3.1 Sumber Data Primer

Sumber informasi yang bersifat primer merupakan data yang disatukan dengan memperhatikan sarana riset, melaknsakan wawancara kepada narasumber, tambahan catatan ketika di lapangan dan penggunaan berbagai dokumentasi. Data yang akan dihimpun dapat dilakukan dengan

⁶¹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, 5th ed. (Jakarta: Kencana, 2011).

⁶² Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

⁶³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2019).

⁶⁴ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Refika Aditama, 2012).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses wawancara kepada informan atau narasumber secara langsung. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data⁶⁵. Adapun dalam penelitian ini sumber data primer adalah PT. Bank Negara Indonesia cabang Kota Pekanbaru melalui perwakilan dari kantor cabang utama, kantor cabang pembantu, dan konsumen yang menggunakan *TapCash*.

3.3.2 Sumber Data Sekunder

Sumber informasi tambahan yang digunakan sebagai pendukung data utama yaitu dengan mengumpulkan data melalui bibliografi, dokumentasi, dan berbagai dokumen penting yang menunjang dan berhubungan dengan objek penelitian. Dapat dikatakan, bahwa informasi pada data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya harus didapatkan melalui orang lain yang berhubungan dan berbagai dokumen pendukung⁶⁶. Sumber data sekunder dapat memudahkan peneliti dalam mencari berbagai data-data serta mampu memberikan penjabaran dari hasil penelitian yang dapat meningkatkan berbagai kesimpulan, juga menghasilkan penelitian yang mempunyai tingkat keabsahan dan kebenaran yang tinggi.

3 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Wawancara

Wawancara merupakan proses himpunan data dengan melakukan survey beberapa *draft* pertanyaan sistematis yang telah disusun sebelumnya dan diajukan secara lisan terhadap narasumber (subjek)⁶⁷. Proses percakapan dalam tahap wawancara memiliki maksud untuk mengetahui informasi mengenai subjek, peristiwa, perusahaan atau organisasi, motivasi, nurani dan sebagainya. Wawancara sejatinya dapat dilaksanakan oleh kedua belah pihak yang memiliki maksud yang sama yakni sang pewawancara atau

⁶⁵ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

⁶⁶ Sugiyono.

⁶⁷ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, 6th ed. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seseorang yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain dan seseorang yang diwawancarai (*interviewer*)⁶⁸.

Proses yang akan dilakukan oleh penulis ialah *interview* secara tatap muka langsung (*face to face*) atau dibantu menggunakan media telepon dan media lainnya yang tentunya dapat mempermudah proses terlaksananya wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti akan melaksanakan wawancara mendalam (*indepth interview*), dimana peneliti akan menemui narasumber penelitian guna menciptakan komunikasi dua arah yang dapat menghindari konsep salah persepsi dalam memahami konsep yang berasal dari narasumber/informan.

Peneliti juga akan melaksanakan wawancara melalui *interview* terstruktur, dimana seluruh pertanyaan yang diberikan kepada informan telah ditetapkan sebelumnya⁶⁹. Melalui penjelasan yang lebih lanjut oleh informan, nantinya dapat diperoleh sebuah pemahaman diantara peneliti dan informan. Dengan menggunakan proses dan tata cara wawancara, diharapkan peneliti mampu memperoleh berbagai data pokok dan penunjang yang diperuntukkan dalam penelitian komunikasi inovasi PT. Bank Negara Indonesia cabang Kota Pekanbaru dalam menyosialisasikan uang elektronik.

Tabel 3.1. Informan Wawancara

No.	Nama	Jabatan
1.	M. Alfatti	Pegawai Bank BNI KCU Jl. Jendral Sudirman No. 119

⁶⁸ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).

⁶⁹ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.	Informan Pendukung	Indra B.	Pegawai Bank BNI KCP Rumbai Jl. Yos Sudarso No. 217
3.		Said Farid	Konsumen Uang Elektronik

3.4.2 Dokumentasi

Metode dalam menghimpun data dalam jumlah besar dan sering digunakan dalam seluruh metodologi penelitian sosial ialah dokumentasi berupa tulisan dan gambar atau foto. Metode dokumentasi dipergunakan dalam mencari data yang bersifat masa lalu atau historis. Dalam metode ini, penelitian yang berhubungan dengan sejarah menjadikan berbagai bahan dokumenter memegang peranan yang sangat penting⁷⁰.

3.5 Validitas Data

Dalam rangka melaksanakan pemeriksaan terhadap kebenaran dari sebuah data yang sewaktu-waktu bila diperlukan dapat berfungsi dalam menyanggah hal-hal yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif seperti perkataan bahwa penelitian tidak bersifat ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif yang disebut dengan validitas data⁷¹.

Segala macam bahan dalam penelitian yang telah diperoleh melalui berbagai sumber akan dipilah dan dikumpulkan guna penelitian lebih lanjut dan diusahakan kebenaran yang didapatkan secara aktual dan faktual. Menggunakan metode pemeriksaan validitas data ini, peneliti harus mempergunakan suatu hal diluar dari data tersebut untuk mengukur keaslian maupun validitas data yang dapat dijadikan perbandingan atau bahan evaluasi. Mencari kebenaran dari suatu data perlu dilakukan dalam rangka memberikan bukti terhadap penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah, juga digunakan dalam menguji data yang

⁷⁰ Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*.

⁷¹ Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak didapatkan. Pelaksanaan uji kebenaran data dalam penelitian kualitatif dapat meliputi uji kredibilitas, peralihan, ketergantungan, dan konfirmasi⁷².

Metode yang digunakan oleh penulis ialah metode triangulasi data, dikarenakan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode menghimpun data yang lebih dari satu. Dalam metode triangulasi data, penulis akan melakukan triangulasi sumber (diperoleh dengan menguji kredibilitas data dan memeriksa data dari sumber), triangulasi teknik (memeriksa kredibilitas data) dan triangulasi waktu (teknik menguji keabsahan data)⁷³.

3.6 Teknik Analisis Data

Tahapan yang penting dalam penelitian deskriptif kualitatif selanjutnya ialah teknik analisis data. Dapat dikatakan bahwa faktor utama dalam riset atau penelitian kualitatif ialah metode teknis dalam menganalisis data. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah model analisis triangulasi data Miles dan Humbermen dalam buku "*Metode Penelitian Kualitatif*", ialah sebagai berikut:⁷⁴

3.6.1 Menghimpun Data

Seluruh bahan yang diperoleh peneliti akan dikelompokkan dan dipilah berdasarkan metode pengumpulan data yang telah dipaparkan diatas yaitu dengan proses wawancara dan turun langsung ke lapangan (observasi).

3.6.2 Memilah Data

Memilah data atau yang biasa disebut reduksi merupakan kegiatan dalam mensortir data, mengelompokkan, menyingkirkan data atau bahan yang tidak menunjang penelitian. Kegiatan lainnya pada reduksi ialah menyusun secara sistematis terhadap data hingga nantinya dapat memunculkan sebuah kesimpulan dan konfirmasi. Verifikasi data disini dapat dilaksanakan ketika adanya sebuah hipotesa dan munculnya perubahan lain jikalau tidak terdapat bukti tambahan yang faktual untuk

⁷² Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

⁷³ Sugiyono.

⁷⁴ Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendukung tahap pperhimpunan data selanjutnya. Jika hipotesa awal dibarengi dengan berbagai macam bukti yang sah dan konsisten pada saat kembali melakukan penelitian ke lapangan, maka kesimpulan yang tadinya sudah dijabarkan dapat dikatakan sebagai kesimpulan yang mampu dipertanggungjawabkan dan kredibel⁷⁵.

3.6.3 Penyajian Data

Berbagai macam data yang diperoleh langsung oleh peneliti dilapangan seperti kesimpulan dari proses wawancara, observasi dan penelusuran data melalui sistem *online* selanjutnya, akan dilaksanakan penelitian sesuai dengan kajian dari landasan yang telah dijelaskan sebelumnya. Hal ini diperlukan guna dapat menimbulkan penjabaran lebih lanjut tentang komunikasi inovasi PT. Bank Negara Indonesia cabang Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan uang elektronik.

3.6.4 Pemberian Kesimpulan

Tahap yang paling penting dalam setiap penelitian baik yang dilakukan secara ilmiah maupun tidak ilmiah, ialah pemberian kesimpulan akhir. Kesimpulan berisikan buah hasil akhir dari rumusan permasalahan yang telah peneliti cari pada sebuah penelitian yang berasaskan dari berbagai informasi yang diperoleh secara factual dan disusun secara sistematis dalam sebuah penyajian data.

UIN SUSKA RIAU

⁷⁵ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Singkat PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

PT. Bank Negara Indonesia dibentuk pada tanggal 5 Juli 1946 yang menjadikan BNI sebagai bank pertama setelah terjadinya kemerdekaan di Republik Indonesia. Pada awalnya, bank BNI berfungsi sebagai bank utama dan bank umum sesuai dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2/1946. Namun, pada tahun 1955 bank BNI kembali menjadi bank komersial dengan ORI (Oeang Republik Indonesia) yang disahkan secara resmi sebagai alat pembayaran pertama yang digunakan oleh pemerintah Indonesia, terhitung sejak 30 Oktober 1946⁷⁶.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk atau BNI juga memiliki peran dalam membantu perekonomian di Indonesia, yaitu sekitar tahun 1960 dengan berinovasi dalam pelayanannya kepada seluruh masyarakat Indonesia. BNI mulai menjalankan berbagai kegiatan pelayanan perbankan seperti dimulainya bank keliling, bank sarinah, bank terapung dan bank bocah. Salah satu tujuan dari kegiatan bank terapung ialah, membantu masyarakat yang sulit dijangkau menggunakan transportasi darat seperti Kalimantan ataupun masyarakat yang berada di kepulauan seperti di Kepulauan Riau. Sedangkan, kegiatan pelayanan bank keliling merupakan bank berjalan atau menggunakan mobil sebagai bagian dari pelayanan guna meningkatkan masyarakat dalam menabung.⁷⁷

Bank Negara Indonesia atau yang pada awalnya disebut juga sebagai Bank Negara Indonesia 1946 merupakan bank umum sesuai dengan UU No. 17 Tahun 1968, yang mana berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi nasional. Ciri utama yang dimiliki sejak awal berdirinya BNI yaitu lingkaran warna merah yang

⁷⁶ Rosyidah Banker, "Sejarah Bank BNI," n.d.

⁷⁷ Banker.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Misi BNI

- a. Memberikan layanan maksimum dan solusi digital selaku mitra yang menjadi pilihan utama.
- b. Memperkuat jasa pelayanan internasional dalam rangka mendukung kepentingan mitra bisnis global.
- c. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi para investor.
- d. Menciptakan kondisi terbaik bagi para karyawan sebagai kebanggaan dalam berkarya dan berprestasi.
- e. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat.
- f. Menjadi tumpuan dalam pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri⁸¹.

4.3 Budaya Kerja BNI

Bank BNI memiliki budaya kerja yang juga disebut dengan “Prinsip 46” yaitu ketentuan terhadap perilaku individu bank BNI. Berikut merupakan empat budaya kerja BNI yaitu :

- a. Profesionalisme,
- b. Integritas,
- c. Orientasi Pelanggan,
- d. Perbaikan tiada henti.

Selain hal diatas, BNI juga memiliki enam “Nilai Perilaku Utama Insan BNI”, ialah sebagai berikut :

- a. Mengembangkan kompetensi dan selalu memberikan hasil terbaik,
- b. Berperilaku jujur, tulus dan ikhlas,
- c. Disiplin, konsisten, dan bertanggung jawab,
- d. Memberikan layanan terbaik melalui kemitraan yang sinergis,

⁸¹ BNI, “Visi Dan Misi,” accessed April 7, 2021, <https://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tentangbni/visimisi>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Senantiasa melakukan penyempurnaan,
- f. Kreatif dan selalu inovatif⁸².

4.1 Identitas Perusahaan



Melayani Negeri, Kebanggaan Bangsa

Gambar 4.1. Logo BNI

(Sumber: KCU Bank BNI Kota Pekanbaru)

a. Huruf BNI

Huruf yang terdapat dalam identitas atau logo BNI memiliki warna *turquoise* yang memiliki perbedaan dengan yang sebelumnya. Penggunaan warna diharapkan mampu menggambarkan otoritas yang dimiliki, kekuatan, kekokohan dan ciri khas keunikan maupun citra modern. Sedangkan pencetakan huruf “BNI” dibentuk secara khusus agar hasil yang ditampilkan lebih orisinal.

b. Angka “46”

Makna dari angka “46” memiliki arti yang sangat penting bagi BNI yang mana merupakan simbol dari kelahiran bank BNI. Angka “46” juga menggambarkan perasaan bangga yang dimiliki oleh perusahaan dikarenakan BNI menjadi warisan bank pertama di Republik Indonesia. Pada logo yang diharapkan memberi kesan modern, angka “46” diposisikan

⁸² BNI, “Budaya Perusahaan,” accessed April 7, 2021, <https://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tentangbni/budayaperusahaan>.

secara diagonal dari kiri bawah ke arah kanan atas dengan menembus kotak yang memiliki warna *orange* atau jingga.

c. Warna

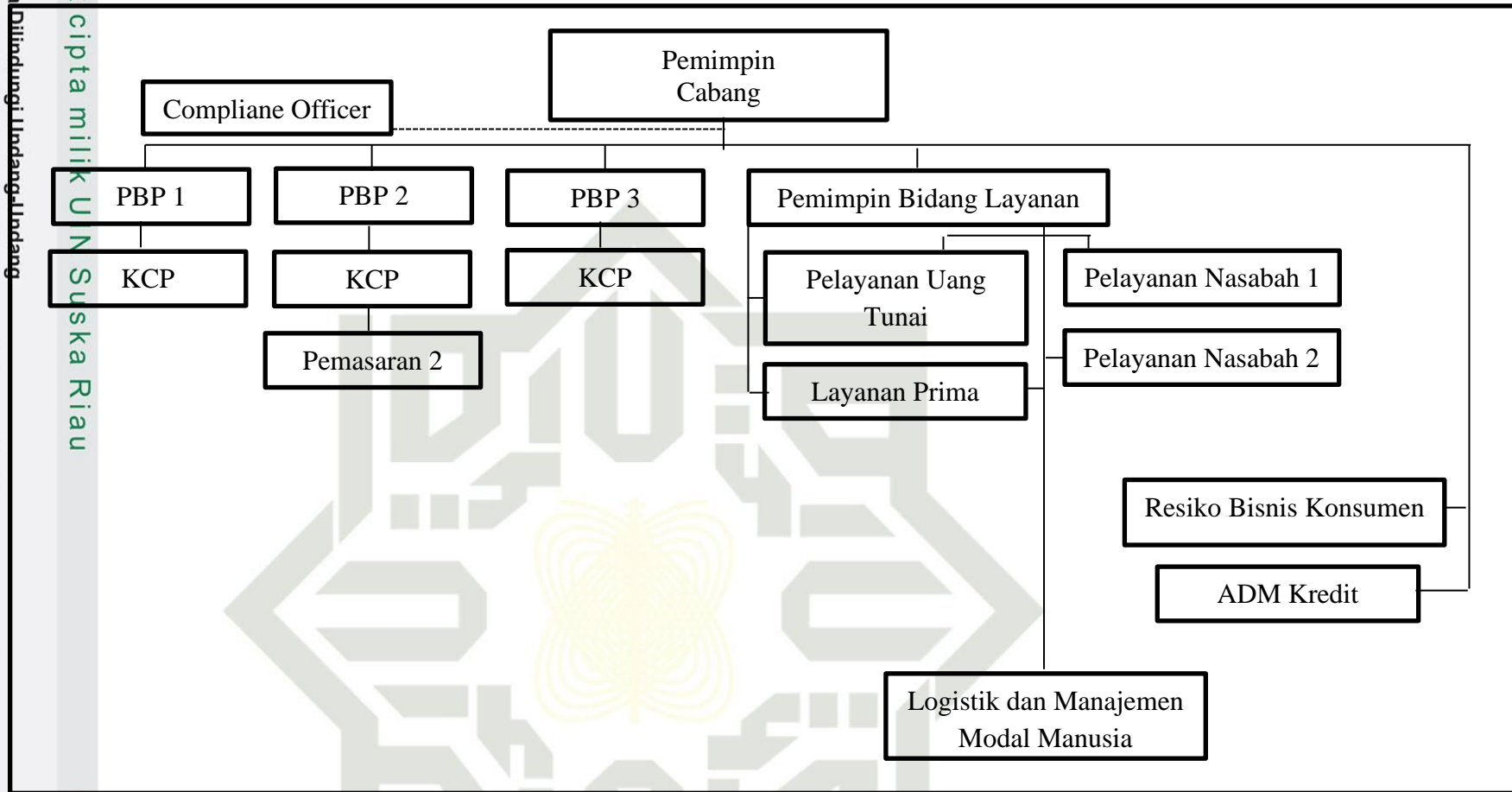
Penggunaan warna oleh perusahaan merupakan desain ulang, yang mana tetap mempertahankan warna utama yaitu *turquoise* dan jingga. Warna *turquoise* yang digunakan pada identitas perusahaan yang baru cenderung memiliki warna yang lebih gelap, guna menciptakan citra yang lebih kokoh dan juga stabil. Sedangkan, warna jingga yang terdapat pada logo memiliki kesan yang kuat dan lebih cerah, yang juga diharapkan mampu menggambarkan rasa percaya diri dan *fresh*.

Identitas perusahaan yakni adanya angka “46” dan huruf “BNI” diharapkan mampu menggambarkan modernisasi dan memberikan kesan dinamis. Sedangkan, warna baru yang digunakan oleh perusahaan akan memperkuat identitas yang dimiliki. Nantinya, hal ini akan menjadikan ciri khas atau keunikan yang dimiliki oleh BNI sebagai perusahaan layanan perbankan dengan identitas yang *fresh*, unik, dan tentunya modern.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Struktur Organisasi



Gambar 4.2. Struktur Organisasi Kantor Cabang Utama PT. Bank Negara Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan struktur organisasi dapat dijelaskan mengenai tanggung jawab dan wewenang setiap bagian sebagai berikut :

1. Pemimpin Cabang

- a. Menetapkan anggaran dan rencana kerja, sasaran usaha, dan tujuan yang akan dicapai juga mampu secara aktif mengawasi unit kerja secara langsung menurut bidang tugasnya di area kerja mengikuti berbagai prosedur yang berlaku.
- b. Memiliki tanggung jawab secara penuh dan berperan aktif dalam segala kegiatan.
- c. Memimpin dan bertanggung jawab penuh atas seluruh kegiatan Kantor Cabang dan Kantor Layanan seperti dalam meningkatkan kualitas pelayanan unggul kepada nasabah, pengembangan dan pengendalian usaha juga menjalankan administrasi cabang guna mampu memberikan keuntungan atau laba nyata kepada Bank BNI.
- d. Bertanggung jawab dalam mengembangkan kepegawaian yang berada di Kantor Cabang dan Kantor Layanan dalam usaha memajukan prestasi dan mutu kerja pegawai.
- e. Bertanggung jawab secara penuh atas perwujudan fungsi manajemen yang optimum dengan membentuk komite-komite yang menyertakan Kantor Cabang dan Kantor Layanan secara berkelanjutan sehingga mampu berjalan secara efektif.

2. Pemimpin Bidang Pelayanan

Memberikan dukungan kepada Pemimpin Cabang dalam mengatur dan mengikuti aktifitas operasional dan layanan transaksi terhadap segala produk maupun jasa Bank BNI kepada nasabah. Pemimpin bidang layanan juga bertanggung jawab penuh dan harus berperan secara aktif dalam kegiatan :

- a. Mengontrol seluruh kegiatan pelayanan nasabah melalui *front office* dan selalu memberi upaya dalam pelayanan yang optimal.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Menyelia dan berperan aktif terhadap Kas Besar dengan melakukan koordinasi kepa *Cash Admin Center*, Unit Pelayanan Nasabah, Unit Pelayanan Uang Tunai dan Layanan Prima.
- c. Memimpin dan berperan aktif kepada unit kerja dalam memantau dan memastikan kepaduan hasil temuan terhadap pemeriksaan audit (*intern/ekstern*) yang dilakukan sejalan dengan saran maupun perbaikan yang diberikan oleh auditor.
- d. Melaksanakan standar pelayanan bekerjasama dengan unsur pimpinan lainnya guna adanya usaha memperoleh performa layanan yang sesuai standar pelayanan yang telah ditetapkan.
- e. Berkontribusi dalam memberikan *advice* kepada Pemimpin Kantor Cabang Utama mengenai penanganan dan alokasi sumber daya (manusia dan fasilitas) maupun aktivitas pegawai yang berada diantara kantor layanan.
- f. Melakukan validasi persyaratan, kualitas dokumen tambahan, dan menandatangani surat pengantar permohonan kredit konsumtif yang diajukan unit Pelayanan Nasabah.

3. Pemimpin Bidang Penjualan

Bertanggung jawab serta berperan aktif dalam kegiatan :

- a. Menjalankan dan mengembangkan relasi dengan nasabah utama dan calon nasabah utama potensial guna meningkatkan penjualan terhadap produk maupun jasa Bank BNI.
- b. Melakukan pengelolaan penjualan produk maupun jasa Bank BNI yang ditargetkan melalui beberapa aktivitas berikut :
 - Mengatur rencana kerja penjualan produk dan jasa Bank BNI.
 - Melakukan identifikasi awal terhadap kebutuhan nasabah terhadap produk dan jasa perbankan.
 - Melaksanakan *call on* kepada nasabah atau calon nasabah potensial.
 - Melaksanakan pembuatan laporan terhadap aktivitas *call-on* (*Call Memo*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Menentukan dan memberikan tinjauan terhadap realisasi program kegiatan terhadap rencana kerja penjualan.
 - Melaksanakan koordinasi secara berkala dengan unit internal, kantor pelayanan, kantor wilayah, maupun kantor besar dalam rangka meningkatkan penjualan.
- c. Melakukan pengelolaan riset kemampuan ekonomi dan mengatur rancangan bisnis daerah melalui kegiatan :
- Menghimpun seluruh data yang berhubungan dengan potensi ekonomi daerah
 - Menyusun pesta bisnis daerah.
 - Melakukan monitor terhadap perkembangan produk dana, jasa dan kredit bank pesaing.
- d. Melakukan pemantauan dan koordinasi administrasi penjualan melalui kegiatan :
- Melaksanakan pengelolaan *file* administrasi kegiatan penjualan produk dan jasa Bank BNI.
 - Melakukan persiapan surat menyurat yang berkaitan dengan penjualan dan *retur* hubungan nasabah/calon nasabah.
 - Mengawasi segala jenis informasi dan laporan yang memiliki kaitan dengan penjualan.

4. Bidang Administrasi

Bidang administrasi terbagi menjadi 2 bagian yaitu :

- a. Administrasi I, merupakan bidang administrasi yang memfokuskan pada bagian bank secara umum atau Bagian Adm Umum. Bagian Administrasi Umum berfungsi memberikan layanan dalam bidang surat-menyurat, kepegawaian cabang utama dan kantor layanan, keuangan, perlengkapan, instrumen logistik, *public relations*, pengorganisasian, dan tata laksana.
- b. Administrasi II, merupakan bidang administrasi yang fokus kepada layanan terhadap nasabah. Fungsi pokok bidang ini ialah :
 - Mengelola manajemen keuangan cabang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Mengelola manajemen transaksi kliring.
- Mengelola kegiatan perpajakan.
- Mengelola kegiatan administrasi kredit.
- Memberikan pelayanan aplikasi BNI instan dan penerbitan garansi bank (*full cover*).

5. Bidang Kantor Layanan dan Kantor Kas

Fungsi utama dari bidang kantor layanan dan kas ialah :

- a. Melayani segala jenis informasi yang berkaitan dengan produk dan jasa Bank BNI.
- b. Melayani seluruh jenis transaksi kas maupun tunai, pemindahan, dan *payment point*.
- c. Melayani transaksi penukaran mata uang asing dan produk jasa lainnya.
- d. Mengelola proses administrasi dokumen/surat yang masuk maupun keluar.
- e. Mengelola kas anjungan tunai mandiri (ATM).

6. Bidang Pelayanan Uang Tunai

Fungsi utama dari bidang pelayanan uang tunai ialah :

- a. Memberikan pelayanan menyeluruh terhadap semua jenis transaksi atau tunai dan pemindahan.
- b. Melayani kegiatan eksternal *payment point*.

7. Bidang Pelayanan Nasabah

Fungsi utama dari bidang pelayanan nasabah ialah sebagai berikut :

- a. Melakukan pengelolaan transaksi produk, jasa, dana, dan kredit.
- b. Memberikan informasi transaksi produk, jasa, dana, dan kredit.
- c. Melayani transaksi antar luar negeri.
- d. Melayani transaksi jasa didalam negeri.
- e. Melakukan pengelolaan sistem penerimaan dan antrian nasabah.
- f. Melaksanakan pelayanan transaksi simponi dan *paying agent*.
- g. Mengelola pelaksanaan terhadap layanan demi kenyamanan nasabah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Bidang Layanan Prima

Fungsi utama bidang layanan prima ialah :

- a. Pelayanan transaksi nasabah inti.
- b. Pengelolaan layanan terhadap nasabah inti kantor cabang utama.
- c. Pelayanan informasi terhadap produk maupun jasa dalam dan luar negeri.

Alamat Kantor

Alamat Kantor Pusat PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk: Gedung Graha BNI Jl. Jenderal Sudirman Kav. 1 Jakarta Pusat – 10220.

Alamat Kantor Komunikasi Perusahaan dan Kesekretariatan: Gedung Graha BNI Jl. Jenderal Sudirman Kav. 1 Jakarta Pusat – 10220.

Alamat Kantor Cabang Utama PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk: Jl. Jenderal Sudirman No. 119, Kota Pekanbaru, Riau – 28141

Kontak: (0761) 22646

Website : bni.co.id



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari berbagai data yang telah didapatkan dan dianalisa oleh peneliti, maka dapat disimpulkan mengenai komunikasi inovasi PT. Bank Negara Indonesia cabang Kota Pekanbaru dalam menyosialisasikan uang elektronik ialah inovasi dalam penggunaan transaksi non-tunai pertama kali disosialisasikan oleh Bank Indonesia pada tahun 2014 dengan tujuan utama yakni membentuk masyarakat *cashless society*. Kemudian, PT. Bank Negara Indonesia yang mana termasuk kedalam salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengeluarkan kartu elektronik yang diberi nama *TapCash* berjenis *unregisterd* pada 28 Februari 2014. Dalam rangka memperluas sosialisasi pengenalan kartu elektronik *TapCash*, BNI melaksanakan kerjasama dengan Pemerintah Kota Pekanbaru dengan menandatangani MOU kerjasama pada tahun 2016 dan meluncurkan kartu *Smart Madani*.

Tentunya dalam penyebaran informasi mengenai sosialisasi *TapCash*, BNI menggunakan media sebagai salah satu saluran komunikasi seperti dengan mengadakan sosialisasi langsung dengan mendatangi beberapa instansi pemerintahan maupun swasta, penggunaan media elektronik dan penggunaan *new media* atau media sosial seperti *instagram*, *facebook*, dan *twitter* milik BNI. Untuk bank BNI cabang Kota Pekanbaru, mereka membuka akun media sosial sendiri di luar akun *official* BNI yakni @bnipekanbaru.

6.2 Saran

Hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan oleh peneliti terhadap komunikasi inovasi PT. Bank Negara Indonesia kantor cabang Kota Pekanbaru dalam menyosialisasikan uang elektronik, maka selanjutnya peneliti ingin menyampaikan saran yang diharapkan mampu menjadi bahan masukan dan pertimbangan kedepannya diantaranya sebagai berikut :

- a. Diharapkan kepada PT. Bank Negara Indonesia khususnya cabang Kota Pekanbaru terus meningkatkan usaha dalam menyampaikan segala jenis informasi yang berkaitan dengan sosialisasi uang elektronik khususnya kepada masyarakat Kota Pekanbaru, agar kedepannya tidak ditemukan lagi kendala terhadap penggunaan maupun pemanfaatan uang elektronik.
- b. Perlunya lebih meningkatkan promosi uang elektronik khususnya *TapCash* diberbagai media massa tambahan seperti penggunaan baliho, poster maupun spanduk yang dapat dipasang diberbagai tempat yang dianggap mampu dilihat oleh masyarakat khususnya Kota Pekanbaru.
- c. Perlunya dilakukan sosialisasi tambahan yang dilaksanakan secara langsung kebeberapa instansi negeri maupun swasta dan sosialisasi terhadap generasi milenial di Pekanbaru guna dapat memenuhi berbagai kebutuhan informasi masyarakat terhadap segala jenis informasi khususnya yang berkaitan dengan uang elektronik.
- d. Dengan berbagai kesuksesan dan pencapaian yang telah diperoleh pada saat ini, diharapkan PT. Bank Negara Indonesia khususnya yang berada di cabang Kota Pekanbaru mampu senantiasa melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap segala kegiatan sosialisasi guna mampu merubah perilaku masyarakat khususnya Kota Pekanbaru yang mana dari menggunakan transaksi tunai beralih menggunakan *TapCash* sebagai transaksi non tunai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Syuhada, Panji. "Hari Pertama Berbayar, Tol Permai Macet, Ini Penyebabnya.," November 2020.
- Fatti, Muhammad. "Hasil Wawancara.," Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Kota Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik, 5 Mei 2021.
- Amalana, A. "Sosialisasi BMT An-Nawawi Purworejo Terhadap Siswa-Siswi Untuk Menggunakan Simpanan Pendidikan," 2016.
- Aggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Anjani, Made Dwi. "MEDIA RELATIONS SEBAGAI UPAYA PEMBENTUK REPUTASI ORGANISASI" 45 (2009).
- Ardianto, Drs. Elvinaro, Dra. Lukiati Komala, and Dra. Siti Karlinan. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014.
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico, 2010.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2019.
- Ani, Muhammad. *Pembayun Menur Seta, Strategi Komunikasi PT. Kaha Event Management Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan, () Hlm 25 7*. Jakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Jakarta, 2014.
- B Indra. "Hasil Wawancara.," Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Kota Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik, 14 Mei 2021.
- Badri, Muhammad. "Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital Di Kota Pekanbaru." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8, no. 1 (2020): 120.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1335>.

Bank Indonesia. “Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (Electronic Money).” *Peraturan BINO 16/8/PBI/2014*, 2014.

———. “Siaran Pers : Bank Indonesia Paparkan 5 Visi Sistem Pembayaran Indonesia 2025,” 2019.

———. “Statistik Sistem Pembayaran Uang Elektronik; Infrastruktur Uang Elektronik.” www.bi.go.id, 2021.

Banker, Rosyidah. “Sejarah Bank BNI,” Accessed April 11, 2021.

BNI. “Budaya Perusahaan.” Accessed April 7, 2021. <https://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tentangbni/budayaperusahaan>.

———. “Layanan Tapcash,” n.d.

———. “Sejarah Bank BNI.” Accessed April 7, 2021. <https://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tentangbni/sejarah>.

———. “Visi Dan Misi.” Accessed April 7, 2021. <https://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tentangbni/visimisi>.

BNI, Laporan Tahunan. “Digitalisasi Untuk Layanan Unggul,” 2019, 1–1134. <https://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tatakelola/laporantatakelola/laporantahunanpelaksanaantatakelola>.

———. “Satukan Energi Untuk Kebangkitan Negeri,” 2020, 1196.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. 5th ed. Jakarta: Kencana, 2011.

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Dana, Nur. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia,” 2018.
- Farid, Said. “Hasil Wawancara.”, Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Kota Pekanbaru Dalam Menyosialisasikan Uang Elektronik, 5 Mei 2021.
- Hakim, Anil. “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif.” UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2018.
- Hamda, Normina. “Masyarakat Dan Sosialisasi,” 2017, 107–15.
- Hanafy, Drs. Abdillah. *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*. Surabaya: Usaha Nasional, 1999.
- Harya Pramudita, Ananta. “Penyebaran Dan Penerimaan Inovasi.” Universitas Negeri Sebelas Maret, 2010.
- Hendarsyah, Decky. “Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia,” 2016, 15.
- Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif: Pendekatan Dan Strategi*. Edited by Anwar Holid. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2019.
- Hsieh, Lee; Hush. “Adding Innovation Diffusion Theory to the Technology Acceptance Model: Supporting Employees,” 2014.
- Ibromi. *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Erlangga, n.d.
- Indonesia, Bank. “Apa Itu Uang Elektronik,” December 11, 2020. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>.
- . “Bank Indonesia Mencanangkan Gerakan Nasional Non-Tunai,” 2014. https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_165814.aspx.
- . “Elektronifikasi.” www.bi.go.id, n.d. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- . “Sejarah Bank Indonesia,” 2020. <https://www.bni.co.id/id/id/perusahaan/tentangbni/sejarah>.
- . “Sistem Pembayaran.” Jakarta, 2020. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/instrumen/default.aspx>.
- . “Statistik Sistem Pembayaran Uang Elektronik; Transaksi.” www.bi.go.id, 2021. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx>.
- . “Uang Elektronik,” 2020. <https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/PBI-200618.aspx>.
- Jarot Bayu, Dimas. “Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Capai 196,7 Juta,” 2020.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Kremlin, Helmi, and Muchtar Effendi. *Komunikasi Inovasi Suatu Pendekatan Lintas Kultural*. Yogyakarta: Kelompok Diskusi Erosi Mahasiswa UGM, n.d.
- Malik, Abdul. “Transaksi Uang Elektronik Agustus Melesat Tembus Rp17,23 Triliun, Ini Data Historisnya.” September 2020.
- Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018.
- Morissan, Andy C. Wardhani, Farid Hamid U, and Risman Sikumbang. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, Dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Nicken Tari, Dwi. “BNI Pekanbaru Telah Distribusikan 3.500 Uang Elektronik,” January 2020. <https://sumatra.bisnis.com/read/20200116/534/1191034/bni-pekanbaru-telah-distribusikan-3.500-uang-elektronik>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Oliver, Sandra. *Strategi Public Relations: Seri Praktik PR*. Edited by Yati Sumiharti and Yulia Indriati. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Pardiansyah, Elif. "Produk BSM E-Money Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah." Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2015.
- Pekanbaru, JDIH. Peraturan Walikota Pekanbaru No. 56 Tahun 2019 tentang Masterplan Pekanbaru Smart City, issued 2019. <https://jdih.pekanbaru.go.id/downloadProduk hukum/1597027963perwako-no-56-tahun-2019-master-plan-smart-city--3-.pdf>.
- Pemko, Berita. "Jadi Pembicara Nasional Walikota Sebut Industri Digital Potensial Dalam Pemulihan Ekonomi." 2021.
- Permata Sari, Maria Agustini. "Inovasi Pelayanan Publik Di BPMPT Kabupaten Kubu Raya" 10 (2016): 20.
- Pos, Riau. "Uang Elektronik Tidak Hanya Digunakan Di Parkir Bandara." *Riau Pos*, February 2020. <https://riaupos.jawapos.com/ekonomi-bisnis/06/02/2020/222866/uang-elektronik-tidak-hanya-digunakan-di-parkir-bandara.html>.
- Pratama, Herawan Wahyu. "Difusi Inovasi Dan Adopsi Program Jaminan Kesehatan Nasional," 2016.
- Priono, Ir. M, and Dra. Nila Kusuma Widrati. "Modul Komunikasi Inovasi," 2016.
- Prhantara, Wahyu. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, 2016.
- Rahayuningtyas. "Difusi Adopsi Inovasi Program Sanitasi," 2014.
- Roslani, Rosady. *Manajemen Humas Dan Manejemen Komunikasi: Konsepsi Dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- . *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. 6th ed. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Rasmiarti, Dewi Ariningrum. “Analisis Difusi Inovasi Dan Pengembangan Budaya Kerja Pada Organisasi Birokrasi” 6 (2015): 16.
- Sabri, MA. “Sosialisasi Dan Persepsi Orang Tua Dalam Upaya Pengembangan Kepribadian Anak Usia Pra Sekolah (Studi Kasus Di Lembaga Pendidikan Pra Sekolah Play Group (PG).” *Core.Ac.Uk*, 2010.
- Sari, Sepri Wulan. “Perkembangan Dan Pemikiran Uang Dari Masa Ke Masa.” *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2016).
<https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.39-58>.
- Setyoningtias, Retno Dwi. “Pengaruh Sosialisasi, Persepsi Dan Citra Lembaga Terhadap Motivasi Nasabah Untuk Menabung,” 2018.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama, 2012.
- Simamora, Henry. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Sofyan Abidin, Muhammad. “Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru,” 2014, 21.
- Solikin, and Suseno. *Uang: Pengertian, Penciptaan, Dan Peranannya Dalam Perekonomian (Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia)*, 2017.
- Sugiyono. *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Syaeri. “Strategi Komunikasi Inovasi Dalam Meminimalisir Konflik Horizontal Pengemudi Taksi Online Dan Konvensional Di Kota Bandung.” *Ilmiah Indonesia* 3 (2018): 10.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. 9th ed. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sulaiman, Aimie. "Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger," 2016, 15–22.
- Sulistyaningtyas, Ike Devi. "Riset Sebagai Ujung Tombak Keberhasilan Program Public Relations." *Ilmu Komunikasi* 7 (2010).
- Sumardjo, Aida Vitayala, Arifah Bintarti, Sri Sedyaningsih, Ace Sriati Rahman, and Yanis Rusli. *Komunikasi Inovasi*. 3rd ed. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019.
- Sunarso, Siswanto. *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik: Studi Kasus, Prita Mulyasari*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Sunarto, Prof. Dr. Kamanto. *Pengantar Sosiologi*. Universitas Indonesia Publishing., 2005.
- Suyanto, Bagong. *Sosialisasi Teks Pengantar Dan Terapan*. Edited by J. Dwi Narwoko. Jakarta: Kencana, 2010.
- Tanzeh, Ahmad. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." Jakarta, 2008. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2008/11TAHUN2008UU.HTM>.
- Utama, PPID. "Masuk Jalan Tol Pekanbaru-Dumai Wajib Gunakan Kartu E-Money," October 2020. <https://ppid.riau.go.id/berita/758/Masuk-Jalan-Tol-Pekanbaru-Dumai-Wajib-Gunakan-Kartu-E-money>.
- West, Richard, and Lynn H Turner. *Pengantar Teori Komunikasi*. Edited by Bryan Marswendy. Jakarta: Penerbit Salemba, 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PERTANYAAN

A. PT. Bank Negara Indonesia Cabang Kota Pekanbaru

a. Inovasi

1. Apa saja strategi komunikasi yang digunakan bank BNI dalam kegiatan sosialisasi uang elektronik?
2. Apa saja inovasi terbaru yang dilakukan oleh bank BNI dalam rangka menyosialisasikan uang elektronik?
3. Apa saja keunggulan dari berbagai inovasi uang elektronik yang dilakukan bank BNI?
4. Apa saja manfaat dari kegiatan sosialisasi uang elektronik yang dilakukan oleh bank BNI?
5. Bagaimana konsep dari program kegiatan sosialisasi uang elektronik yang dilakukan oleh bank BNI?
6. Indikator uang elektronik berdasarkan Peraturan Bank Indonesia PBI No. 16/PBI/2014 dibagi berdasarkan dua jenis, yaitu *registered* dan *unregistered*. Jenis apakah yang diterapkan PT. Bank Negara Indonesia pada kartu uang elektronik *TapCash*?

b. Saluran Komunikasi

1. Apa tujuan jangka pendek maupun jangka panjang dari kegiatan sosialisasi uang elektronik yang dilaksanakan oleh bank BNI?
2. Media atau saluran komunikasi apa yang digunakan oleh bank BNI dalam mempromosikan kegiatan sosialisasi uang elektronik? Jika menggunakan media massa dan media internet, ada berapa media yang digunakan?
3. Media apakah yang dianggap paling efektif dalam kegiatan sosialisasi uang elektronik yang dilakukan BNI?
4. Apakah berbagai media yang telah digunakan oleh BNI dianggap efektif dalam menyebarkan informasi yang berkaitan dengan sosialisasi uang elektronik?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Apakah ada kegiatan sosialisasi langsung yang dilakukan oleh bank BNI dalam rangka mengkomunikasikan uang elektronik kepada masyarakat Kota Pekanbaru?
6. Apakah ada kendala atau hambatan komunikasi yang ditemukan dalam kegiatan sosialisasi uang elektronik tersebut?

c. Jangka Waktu

1. Sejak kapan dimulainya kegiatan sosialisasi uang elektronik oleh bank BNI?
2. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi uang elektronik yang dilakukan oleh bank BNI?
3. Bagaimanakah menurut pandangan bapak terhadap proses sosialisasi uang elektronik
4. Sejauh ini apakah pandangan bapak.ibu terhadap kegiatan sosialisasi uang elektronik yang dilakukan oleh bank BNI?

d. Sistem Sosial

1. Siapa saja yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi uang elektronik bank BNI cabang Kota Pekanbaru dari awal hingga sampai pelaksanaan kegiatan?
2. Siapakah sasaran utama (audiens) dalam kegiatan sosialisasi uang elektronik yang dilakukan oleh bank BNI?
3. Siapa saja yang dapat berperan sebagai komunikator atau narasumber bank BNI baik secara langsung maupun tidak langsung didalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi uang elektronik?
4. Apakah bank BNI menggunakan pihak ketiga atau pihak lain dalam menjalankan kegiatan sosialisasi ini?
5. Bagaimana respon masyarakat terhadap kegiatan sosialisasi uang elektronik yang dilakukan bank BNI?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Konsumen atau pengguna uang elektronik bank BNI**a. Inovasi**

1. Darimana bapak pertama kali mendapatkan informasi mengenai sosialisasi uang elektronik?
2. Apakah pesan yang bapak dapatkan ketika mengikuti sosialisasi uang elektronik

b. Saluran Komunikasi

1. Melalui media apa bapak mengetahui tentang adanya inovasi uang elektronik?
2. Melalui media apa bapak pertama kali mengetahui uang elektronik milik BNI yang bernama *TapCash*?
3. Apakah setelah mendapatkan informasi melalui salah satu media, selanjutnya bapak terlebih dahulu memutuskan untuk mencari lebih lanjut mengenai penggunaan uang elektronik?

c. Jangka Waktu

1. Kapankah pertama kali bapak mendapatkan sosialisasi mengenai uang elektronik?
2. Apakah yang membuat bapak memutuskan untuk menggunakan kartu uang elektronik khususnya milik BNI?
3. Jikalau memutuskan untuk menggunakan uang elektronik, sudah berapa lama bapak menggunakan kartu uang elektronik yang dikeluarkan oleh BNI?
4. Kapankah pertama kali bapak mulai menggunakan uang elektronik?
5. Apakah manfaat dan kegunaan yang paling bapak rasakan ketika menggunakan uang elektronik khususnya milik BNI?

d. Sistem Sosial

1. Apa profesi atau pekerjaan bapak pada saat ini?
2. Sudah berapa lama bapak menjalani pekerjaan pada saat ini?
3. Apakah pada pekerjaan saat ini memiliki keterkaitan dengan penggunaan uang elektronik?

4. Apakah bapak merupakan pengguna aktif dalam menggunakan uang elektronik dalam kegiatan sehari-hari?



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI



Pelaksanaan wawancara bersama Bapak Muhammad Alfatti sebagai Penyelembang Kantor Cabang Utama PT. Bank Negara Indonesia Kota Pekanbaru Pada Tanggal 5 Mei 2021 di KCU PT. Bank Negara Indonesia Cabang Kota Pekanbaru

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pelaksanaan wawancara bersama Bapak Indra selaku pegawai Kantor Cabang Pembantu PT. Bank Negara Indonesia cabang Rumbai Kota Pekanbaru Pada Tanggal 8 Mei 2021



Pelaksanaan wawancara bersama Bapak Said Farid sebagai konsumen pengguna uang elektronik *TapCash* pada tanggal 5 Mei 2021



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. : PBR / 2 / 945
 Lamp. : -
 Hal : Surat Balasan Cfm Sdr.No.B-2591/Un.04/F.IV/PP. 00.9/04/2021

**Kepada Yth.,
 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau
 Jalan. HR. Soebrantas Panam KM. 15 No. 155, Tuah Madani
 Pekanbaru**

PT. Bank Negara Indonesia dengan ini menerangkan :

Nama : Adira Shafira Afiluman
 No. Induk Mahasiswa : 11740324336
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Jenjang : S1
 Lokasi Penelitian : PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
 Cabang Kota Pekanbaru
 Judul Penelitian : Komunikasi Inovasi PT. Bank Negara
 Indonesia Cabang Kota Pekanbaru Dalam
 Menyosialisasikan Uang Elektronik

Bahwa yang bersangkutan telah mengadakan penelitian/riset di PT. Bank Negara Indonesia Cabang Kota Pekanbaru sebagai bagian dari proses penyusunan tugas akhir/skripsi untuk menyelesaikan studi S-1 Jurusan Ilmu Komunikasi.

Demikian surat keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 29 Mei 2020

Penyelia Umum



Muhammad Alfatti



PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/40895
 TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI



1.04.02.01

Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-5591/Un.04/F.IV/PP.00.9/04/2021 Tanggal 15 April 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

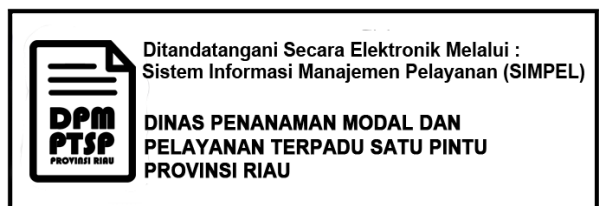
1. Nama : **ADIRA SHAFIRA**
2. NIM/KTP : 11740324336
3. Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
4. Jenjang : S1
5. Alamat : PEKANBARU
6. Judul Penelitian : **KOMUNIKASI INOVASI PT. BANK NEGARA INDONESIA CABANG KOTA PEKANBARU DALAM MENYOSIALISASIKAN UANG ELEKTRONIK**
7. Lokasi Penelitian : PT. BANK NEGARA INDONESIA CABANG KOTA PEKANBARU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Dengan rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 20 April 2021



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan Bank Negara Indonesia Cabang Kota Pekanbaru di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Adira Shafira Afiluman, merupakan anak pertama dari pasangan Ayahanda Roberto Afiluman dan Ibu Atma Murni, yang lahir 31 Oktober 1999. Memiliki dua saudara kandung yang bernama Dhia Qatrunnada Afiluman dan Humaira Alya Afiluman. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari TK Babussalam Pekanbaru, melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar Pondok Pesantren Babussalam Pekanbaru, SMPN 20 Pekanbaru, dan tamat pada tahun 2017 dari SMAN 6 Pekanbaru. Penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi melalui jalur Mandiri di tahun 2017 dan lulus di UIN Sultan Syarif Kasim Riau di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prodi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations* dan dinyatakan lulus dalam Pendidikan Strata (S1) di tahun 2021.

Selama perkuliahan SI, penulis merupakan mahasiswa non-organisasi yang hanya memfokuskan diri pada pendidikan akademik saja dikarenakan merupakan mahasiswi yang sedikit tertutup dan memiliki kepribadian *introvert*. Namun, penulis selalu memiliki harapan yang besar terhadap jalan penulis kedepannya yakni ingin melanjutkan studi S2 di luar negeri. Rasa syukur penulis ucapkan yang sebesar-besarnya dengan selesainya tugas akhir ini, dan berharap dapat menjadi acuan untuk kedepannya. Terimakasih.