

Suplemen 5

PENGUATAN STRATEGI KOMUNIKASI MELAWAN TINDAK KRIMINAL PEREDARAN UANG PALSU

Masih ingat iklan 3D (Dilihat, Diraba, Diterawang)? Iklan 3D yang dalam beberapa tahun terakhir ditayangkan di media massa, cetak dan elektronik, merupakan iklan layanan masyarakat dari Bank Indonesia untuk mengajak masyarakat untuk lebih mengetahui ciri-ciri keaslian uang rupiah dan bertujuan agar peredaran uang palsu di masyarakat dapat dicegah dengan pengetahuan 3D tersebut.

Keunggulan Strategi Komunikasi 3D langsung di pedesaan:

(1) Semakin mempersempit ruang gerak peredaran uang palsu hingga pedesaan, (2) tingkat partisipasi langsung dari seluruh warga dan aparat, (3) lebih murah dari sisi biaya dibanding melalui advertorial di media massa, (4) bersifat informal dan menghibur, (5) peserta (audience) jauh lebih banyak.

Alasan kenapa Babel memerlukan komunikasi 3D di pedesaan:

Banyaknya aktifitas ekonomi di luar kota, misalnya: (1) pembayaran upah buruh tambang timah inkonvensional atau buruh perusahaan penggalian lainnya, (2) pembayaran untuk pembelian pasir timah dari perusahaan smelter timah kepada penambang pasir timah, (3) pembayaran dari pengusaha perkebunan karet dan sawit kepada para petani, (4) pembayaran untuk nelayan dari perusahaan perikanan.

dipersempit hingga ke pelosok desa.

Di Babel, pelaksanaan sosialisasi 3D di pedesaan sangat penting mengingat ciri masyarakat yang masih *cash basis* dalam bertransaksi. Sesuai dengan ciri Babel dimana banyak aktivitas ekonomi terjadi di luar perkotaan, misalnya pertambangan timah inkonvensional, perkebunan, dan perikanan, metode pembayaran banyak dilakukan dengan menggunakan uang tunai. Tingginya penggunaan uang tunai di Babel tercermin dari tingginya *net-outflow* uang tunai dalam beberapa tahun terakhir. Aktivitas transaksi ekonomi di pedesaan, antara lain, meliputi:

(i) pembayaran upah buruh tambang timah inkonvensional atau perusahaan penggalian lainnya, (ii) pembayaran untuk pembelian pasir timah dari perusahaan smelter timah kepada penambang pasir timah, (iii)

Selain menayangkan di media massa, 3D juga menjadi salah satu bagian program komunikasi Bank Indonesia kepada berbagai kalangan masyarakat, antara lain: akademisi, mahasiswa, pelajar, para kasir di swalayan, pom bensin, masyarakat umum lainnya, dan bahkan murid taman kanak-kanak. Dalam rangka meningkatkan jangkauan dan efektivitas program komunikasi 3D, Bank Indonesia telah menempuh cara menjemput bola melalui pelaksanaan sosialisasi di tempat terbuka dan langsung di tempat fasilitas umum pedesaan dan daerah yang jauh dari kota, misalnya di pasar atau kalangan (pasar yang bertransaksi pada hari-hari tertentu dalam seminggu) di desa. Langkah-langkah tersebut ditempuh sehubungan dengan tendensi terjadinya peredaran uang palsu di wilayah pedesaan dalam beberapa waktu ini.

Pelaksanaan sosialisasi 3D di pedesaan tentunya dikemas secara menarik untuk meningkatkan atensi khalayak ramai. Pelaksanaan sosialisasi 3D dilakukan bersamaan dengan pertunjukan organ tunggal dan dihadiri oleh aparat dan tokoh masyarakat desa. Diharapkan ruang gerak peredaran uang palsu dapat semakin

pembayaran dari pengusaha perkebunan karet dan sawit kepada para petani, (iv) pembayaran untuk nelayan kepada perusahaan perikanan.

Pelaksanaan sosialisasi 3D langsung di pedesaan mempunyai beberapa keunggulan, antara lain: *(i) Semakin mempersempit ruang gerak peredaran uang palsu hingga pedesaan, (ii) tingkat partisipasi langsung dari seluruh warga dan aparat, (iii) lebih murah dari sisi biaya dibanding melalui advertorial di media massa, (iv) bersifat informal dan menghibur, (v) peserta (audience) jauh lebih banyak.*

Implikasi dan rekomendasi untuk tindak lanjut

Sosialisasi 3D secara langsung di pedesaan tentunya membutuhkan dukungan dan koordinasi dari aparat dan tokoh masyarakat desa. Hal tersebut dikarenakan bahwa upaya pencegahan peredaran uang palsu pada dasarnya merupakan tugas Bank Indonesia yang pelaksanaannya bekerja sama dengan segenap komponen masyarakat baik di tingkat pusat, propinsi, dan termasuk pedesaan. Upaya bersama tentunya bertujuan untuk menghindari jatuhnya korban-korban dari tindak kriminal peredaran uang palsu yang dapat menurunkan kesejahteraan si korban dan dapat menimbulkan keresahan dan ketidakpercayaan pada mata uang rupiah dalam bertransaksi.