

INTISARI

Modernisasi sistem pembayaran Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang dilakukan Direktorat Jenderal Perbendaharaan telah mengubah budaya transaksi tunai menjadi nontunai. Pentingnya penumbuhan budaya nontunai bukan hanya untuk mendukung modernisasi pengelolaan APBN namun juga berperan strategis dalam perekonomian Indonesia. Namun sayangnya, respons pengguna nontunai masih belum menggembirakan. Hal ini diduga belum optimalnya sistem komunikasi internal Direktorat Jenderal Perbendaharaan dalam menumbuhkan budaya nontunai. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah sistem komunikasi internal dan menjelaskan peranan komunikasi yang dilakukan dalam memberikan pemahaman kepada seluruh pegawai Direktorat Jenderal Perbendaharaan.

Peneliti menggunakan Teori Informasi Organisasi Karl Weick dan metode studi kasus untuk memahami proses pengorganisasian informasi mulai dari adanya ide dan pemaknaan, kebijakan dan aktivitas komunikasi, serta hasil dan kendala yang muncul dalam proses adopsi budaya nontunai. Temuan penelitian bahwa Direktorat Jenderal Perbendaharaan sebagai organisasi yang adaptif, merespons dengan cepat dan strategis isu nontunai untuk diadopsi menjadi budaya baru dalam transaksi pembayaran. Belum adanya optimalisasi aktor dan dukungan pendanaan menjadi kendala dalam aktivitas komunikasi kebijakan. Pengomunikasian kebijakan masih bersifat sporadis dan tidak didukung dengan *grand design* program komunikasi terencana.

Kata Kunci : budaya nontunai, komunikasi organisasi, komunikasi internal

ABSTRACT

The drive to modernize the payment system of the State Budget (APBN) as made by the Directorate General of Treasury has changed the transaction culture from cash to cashless. Not only supporting the modernized management of the State Budget, the cashless transaction culture also plays a strategic role in the Indonesian economy. However, the new transaction culture has not been common among the users, possibly because of the unoptimal internal communication system in the Directorate General of Treasury in fostering the cashless culture. This study was aimed at reviewing the internal communication system and explaining the role of communication to ensure adequate understanding among all employees of the Directorate General of Treasury.

The researcher used Karl Weick's Organizational Information Theory and a case study to comprehend the process of organizing information ranging from ideas and meanings, policies and activities in communication along with the results and obstacles encountered in the process of adopting the cashless culture. It was found that as an adaptive organization, the Directorate General of Treasury has responded quickly and strategically to cashless issues for a newly adopted culture in payment transactions. The drive faces obstacles because actors and funding support have not been optimized when exercising policy communication activities, which remains sporadic in addition to the unavailable grand designs of planned communication programs.

Keywords: *cashless culture, organizational communication, internal communication*