

ANALISIS PERSEPSI PUBLIK TERHADAP RENCANA REDOMINASI RUPIAH DI INDONESIA

Akiky Saskia Pratama¹, Dicky Perwira Ompusunggu², Vania Pranata³, Muhammad Nurhidayat⁴, Rizki Amanda⁵, Ulfa⁶, Ahmad Rizali Hadi⁷

akiky1234jk@gmail.com¹, dickyperwira@feb.upr.ac.id², vaniapranata123@gmail.com³,
mnur.hidayatplk@gmail.com⁴, mandamandarizki@gmail.com⁵, ulfasecunfa@gmail.com⁶,
ahmad.rizali.hadi88@gmail.com⁷

Universitas Palangkaraya

ABSTRAK

Rencana redenominasi rupiah di Indonesia kembali menjadi perhatian publik karena dinilai dapat menyederhanakan sistem transaksi dan administrasi keuangan tanpa mengubah nilai riil mata uang. Namun, kebijakan ini juga menimbulkan beragam tanggapan di masyarakat, mulai dari penerimaan hingga kekhawatiran akan dampak ekonomi dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi publik terhadap rencana redenominasi rupiah di Indonesia dengan menitikberatkan pada tingkat pemahaman, sikap, serta kekhawatiran masyarakat. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder berupa artikel berita daring, publikasi resmi Bank Indonesia dan Kementerian Keuangan, serta literatur ilmiah terkait. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi dengan pengelompokan tema dan analisis tematik, serta diperkuat melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi publik terbagi ke dalam dua kecenderungan utama. Persepsi positif muncul karena redenominasi dianggap mampu meningkatkan efisiensi transaksi, mempermudah pencatatan keuangan, dan memperbaiki citra rupiah, sementara persepsi negatif didorong oleh kekhawatiran terhadap kenaikan harga, kebingungan pada masa transisi, serta miskonsepsi yang menyamakan redenominasi dengan sanering. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas komunikasi dan framing media sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik. Oleh karena itu, keberhasilan kebijakan redenominasi sangat bergantung pada strategi komunikasi pemerintah yang transparan, konsisten, dan edukatif agar dapat meningkatkan pemahaman serta penerimaan masyarakat secara luas.

Kata Kunci: Redenominasi Rupiah, Persepsi Publik, Kebijakan Moneter, Media, Komunikasi Publik.

ABSTRACT

The plan to redenominate the Indonesian rupiah has attracted renewed public attention as it is expected to simplify transaction systems and financial administration without altering the currency's real value. Nevertheless, this policy has generated diverse public responses, ranging from support to concerns regarding its potential economic and social impacts. This study aims to examine public perceptions of the rupiah redenomination plan in Indonesia by focusing on the level of public understanding, attitudes, and concerns. A descriptive qualitative approach was employed using secondary data, including online news articles, official publications from Bank Indonesia and the Ministry of Finance, and relevant academic literature. The data were analyzed through content analysis and thematic analysis, supported by source triangulation to enhance validity. The findings reveal that public perception tends to be divided into two main perspectives. Positive perceptions arise from the belief that redenomination can improve transaction efficiency, simplify financial recording, and enhance the image of the rupiah. In contrast, negative perceptions are driven by concerns over potential price increases due to rounding, confusion during the transition period, and misconceptions equating redenomination with currency devaluation or past redenomination failures. These results highlight the significant role of media framing and information quality in shaping public opinion. Therefore, the success of the redenomination policy largely depends on effective, transparent, and consistent public communication strategies to strengthen public understanding and acceptance.

Keywords: Rupiah Redenomination, Public Perception, Monetary Policy, Media Framing, Public Communication.

PENDAHULUAN

Tingkat nominal rupiah yang terus bertambah selama ini kerap menimbulkan ketidakefisienan dalam transaksi sehari-hari, pencatatan akuntansi, sistem pembayaran, dan administrasi negara. Oleh karena itu, Indonesia mempertimbangkan redenominasi, yakni pengurangan digit nol pada nominal rupiah tanpa mengubah daya beli, misalnya Rp1.000 menjadi Rp1. Pemerintah melihat bahwa penyederhanaan ini bisa meningkatkan efisiensi transaksi, memperbaiki pelaporan keuangan, serta meningkatkan efektivitas sistem pembayaran. Rupiah dengan nominal yang lebih sederhana juga diperkirakan dapat memperkuat reputasi mata uang Indonesia di mata internasional dan memperkuat kredibilitasnya dalam jangka panjang.

Isu redenominasi yang direncanakan pada 2026–2027 menarik perhatian publik. Banyak masyarakat membicarakan peluncuran uang baru, proses transisi, serta alasan teknis dan ekonomi di berbagai media daring. Namun, muncul pula kekhawatiran dan kesalahpahaman, seperti anggapan bahwa redenominasi dapat menyebabkan inflasi atau berhubungan dengan sanering (penurunan nilai mata uang) yang pernah terjadi, sehingga menimbulkan keraguan terhadap daya beli dan stabilitas ekonomi.

Pengalaman beberapa negara menunjukkan bahwa redenominasi hanya berhasil dilakukan jika kondisi ekonomi makro stabil dan komunikasi kepada publik dilaksanakan dengan baik. Namun, keberhasilannya sangat bergantung pada kesiapan masyarakat. Tanpa pemahaman yang cukup, perubahan nominal uang bisa menimbulkan kebingungan, penolakan, dan dampak psikologis negatif yang memengaruhi perilaku ekonomi. Oleh sebab itu, persepsi publik menjadi faktor kunci yang harus diperhatikan.

Di Indonesia, pandangan masyarakat terhadap redenominasi masih beragam. Sebagian menilai positif karena dapat menyederhanakan transaksi dan memperbaiki citra rupiah, sementara yang lain merasa cemas akibat minimnya pengetahuan tentang dampak kebijakan tersebut. Perbedaan ini menunjukkan perlunya analisis mendalam mengenai bagaimana masyarakat memandang redenominasi, faktor-faktor yang membentuk persepsi mereka, serta tingkat penerimaan terhadap kebijakan ini.

Penelitian tentang persepsi publik sangat penting karena redenominasi tidak hanya soal aspek teknis moneter, tetapi juga melibatkan dimensi sosial dan psikologis. Keberhasilan kebijakan ini sangat bergantung pada tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah dan lembaga keuangan. Tanpa dukungan publik yang kuat, pelaksanaan redenominasi bisa menghadapi tantangan besar dari segi edukasi dan penerapannya.

Dengan mempertimbangkan semua hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi publik terhadap rencana redenominasi rupiah di Indonesia. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran mengenai tingkat pemahaman, kekhawatiran, dan harapan masyarakat terkait kebijakan tersebut. Hasilnya diharapkan menjadi bahan masukan bagi pemerintah dalam merancang strategi komunikasi, edukasi, dan kebijakan yang lebih inklusif agar proses redenominasi berjalan lancar dan diterima oleh masyarakat luas.

METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengandalkan data sekunder sebagai sumber data primer. Pendekatan tersebut dipilih karena fokus utama adalah memahami secara mendalam pembentukan persepsi publik terhadap rencana redenominasi rupiah melalui liputan media dan dokumen resmi pemerintah. Data sekunder mencakup artikel berita dari media nasional, publikasi dari Bank Indonesia serta Kementerian Keuangan, dan literatur ilmiah terkait, yang semuanya dikumpulkan melalui studi dokumentasi dari portal berita online serta sumber literatur terpercaya.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis isi (analisis konten). Data awal direduksi dengan menyaring informasi relevan, lalu dikelompokkan ke dalam tema utama seperti persepsi positif masyarakat, kekhawatiran publik, pemahaman tentang redenominasi, dan tanggapan terhadap jadwal pelaksanaan. Selanjutnya, analisis tematik diterapkan untuk mengidentifikasi pola, tren, serta narasi dominan dari berbagai sumber tersebut.

Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan temuan dari beragam media dan dokumen resmi guna memverifikasi konsistensi serta akurasi. Hasil analisis ini dijadikan fondasi untuk menyimpulkan pola dan arah persepsi publik terhadap rencana redenominasi rupiah di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis berbagai sumber berita daring, publikasi resmi Bank Indonesia dan Kementerian Keuangan, serta artikel opini tentang rencana redenominasi rupiah, ditemukan bahwa persepsi publik terbagi menjadi dua kelompok utama: yang positif dan yang negatif. Keduanya dipengaruhi oleh informasi dari media dan diskusi publik di ruang digital.

a. Persepsi Positif

Sebagian masyarakat melihat redenominasi sebagai kebijakan yang tepat untuk menyederhanakan nominal rupiah. Hasil analisis menunjukkan bahwa pandangan positif dominan didasarkan pada poin-poin berikut:

Penyederhanaan transaksi dan pencatatan keuangan

Banyak artikel menyebutkan bahwa banyaknya digit dalam nominal rupiah saat ini menyebabkan ketidakefisienan dalam transaksi dan akuntansi. Redenominasi dianggap dapat membuat proses ini lebih sederhana dan mudah dipahami.

Peningkatan citra rupiah

Beberapa berita mengungkapkan pandangan ekonom bahwa nominal rupiah yang lebih pendek bisa memperbaiki persepsi internasional terhadap mata uang Indonesia, sehingga bisa memperkuat kepercayaan secara psikologis.

Tidak mengubah nilai riil uang

Informasi yang membedakan redenominasi dengan sanering membuat masyarakat paham bahwa daya beli tidak akan terpengaruh. Ini membangun persepsi bahwa kebijakan tersebut aman dan tidak merugikan masyarakat.

b. Persepsi Negatif dan Kekhawatiran

Meski banyak tanggapan positif, kekhawatiran publik masih cukup besar, terutama terkait risiko dan dampak sosial-ekonomi yang dibahas di media. Berikut bentuk persepsi negatif yang muncul:

Kekhawatiran kenaikan harga

Sebagian masyarakat khawatir pedagang akan membulatkan harga selama masa transisi sehingga harga barang naik. Media banyak mengangkat isu ini sehingga persepsi negatif cukup dominan.

Kebingungan saat masa transisi

Beberapa pemberitaan menyoroti kemungkinan kebingungan akibat penggunaan dua versi rupiah (lama dan baru) pada masa transisi, khususnya bagi orang tua atau yang kurang familiar dengan perubahan administrasi.

Miskonsepsi tentang sanering

Analisis menunjukkan sebagian masyarakat masih mengaitkan redenominasi dengan pemotongan nilai seperti sanering di masa lalu, yang menjadi sumber kecemasan publik.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi publik sangat bergantung pada kualitas informasi yang diterima. Mengacu pada metode penelitian yang menggunakan analisis isi terhadap artikel berita, dapat dilihat bahwa pemberitaan media berperan signifikan dalam membentuk opini publik. Informasi yang disampaikan secara jelas, edukatif, dan didukung penjelasan otoritas keuangan cenderung menghasilkan persepsi positif. Sebaliknya, berita yang menyoroti kekhawatiran atau potensi risiko tanpa penjelasan mendalam lebih banyak memunculkan persepsi negatif.

a. Keterkaitan Persepsi dengan Pemahaman Masyarakat

Temuan penelitian sejalan dengan teori persepsi publik yang menyatakan bahwa persepsi terbentuk melalui informasi yang diterima dan diolah secara kognitif oleh masyarakat. Ketika masyarakat memahami bahwa redenominasi hanya mengubah nominal tanpa mengubah nilai riil, persepsinya lebih positif. Namun ketika informasi yang diterima kurang lengkap, masyarakat lebih mudah terpengaruh oleh kekhawatiran kolektif.

b. Peran Media dalam Membingkai Informasi

Analisis menunjukkan bahwa media memiliki peran utama sebagai pembentuk narasi. Framing positif menghasilkan penerimaan yang lebih baik, sedangkan framing yang menekankan risiko memperkuat resistensi publik. Hal ini mempertegas bahwa keberhasilan kebijakan sangat dipengaruhi oleh komunikasi publik yang efektif, termasuk bagaimana media menyampaikan konteks dan tujuan redenominasi.

c. Implikasi terhadap Kebijakan Publik

Pembahasan data menunjukkan bahwa sebelum implementasi, pemerintah perlu memastikan bahwa masyarakat memperoleh informasi yang benar, konsisten, dan komprehensif. Sosialisasi yang intensif, edukasi publik, serta pelibatan media menjadi strategi penting agar persepsi negatif dapat diminimalkan. Minimnya pemahaman masyarakat berpotensi menimbulkan kegelisahan kolektif yang dapat menghambat keberhasilan kebijakan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pandangan masyarakat terhadap rencana redenominasi rupiah di Indonesia tetap beragam, dipengaruhi oleh mutu informasi dari media. Analisis artikel berita, dokumen resmi, dan literatur mengungkap bahwa sebagian publik menganggap redenominasi sebagai upaya positif untuk menyederhana nominal rupiah, meningkatkan efisiensi transaksi, serta memperkuat citra mata uang secara domestik dan global. Pandangan ini sering muncul dari penjelasan bahwa redenominasi hanya mengurangi digit tanpa mengubah nilai riil rupiah. Meski begitu, keraguan dan pandangan negatif masih kuat, terutama soal risiko kenaikan harga dari pembulatan transaksi, kebingungan transisi, serta salah kaprah antara redenominasi dan sanering. Narasi ini sering digaungkan media yang fokus pada dampak psikologis dan sosial-ekonomi. Hasil analisis isi menandakan bahwa persepsi publik bergantung pada penyampaian media: informatif dan edukatif mendorong sikap positif, sementara penekanan ketidakpastian justru tingkatan resistensi. Keberhasilan kebijakan ini bergantung pada komunikasi publik yang efektif, transparan, dan edukasi pemerintah yang jelas serta konsisten. Secara umum, dukungan publik jadi kunci sukses redenominasi, sehingga pemerintah wajib sampaikan informasi akurat dan lengkap guna hindari salah persepsi. Edukasi berkelanjutan, sosialisasi masif, serta pemberitaan objektif diharapkan tingkatan pemahaman dan kurangi penolakan, demi implementasi yang lancar dan diterima luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2013). Redenominasi rupiah. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2022). Klarifikasi redenominasi rupiah dan perbedaannya dengan sanering. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2023). Stabilitas sistem moneter dan sistem pembayaran Indonesia. Bank Indonesia.
- DetikFinance. (2023). Ini penjelasan BI soal redenominasi rupiah dan dampaknya. <https://finance.detik.com>
- Ginting, A. M. (2013). Redenominasi mata uang dan implikasinya terhadap perekonomian nasional. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 17(3), 1–20.
- Hidayat, R., & Nugroho, B. (2019). Persepsi masyarakat terhadap kebijakan moneter di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(2), 145–158.
- International Monetary Fund. (2015). Currency redenomination: Experiences and lessons. IMF Working Paper. <https://www.imf.org>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). Kebijakan moneter dan stabilitas ekonomi nasional. Kemenkeu RI. <https://www.kemenkeu.go.id>
- Mankiw, N. G. (2019). *Macroeconomics* (10th ed.). Worth Publishers.
- Mishkin, F. S. (2016). *The economics of money, banking, and financial markets* (11th ed.). Pearson Education.
- Nugroho, H. (2020). Peran komunikasi publik dalam keberhasilan kebijakan ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24(1), 45–58.
- Prasetyo, A., & Wibowo, T. (2021). Framing media dan persepsi publik terhadap kebijakan ekonomi. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 101–115.
- Tempo.co. (2023). BI: Redenominasi rupiah tidak akan turunkan daya beli masyarakat. <https://www.tempo.co>.