

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR BADAN PENYELENGGARAAN
JAMINAN KESEHATAN KOTA PEKANBARU DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JAMINAN
KESEHATAN NASIONAL MELALUI
SISTEM ONLINE**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Skripsi
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



MUHAMMAD IQBAL

NPM : 159110208
Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KOTA PEKANBARU**

2022

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Muhammad Iqbal
NPM : 159110208
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S. 1)
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan
Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam
Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional
Melalui Sistem Online

Format sistematika dan pembahasan materi masing - masing bab dan sub-bab dalam Skripsi ini, telah dipelajari dan nilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk di sidangkan dalam ujian Komprehensif.

Pekanbaru, 11 Maret 2022

Turut Menyetujui :
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing


(Dr. Fatmawati, S.IP, MM)


(Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Muhammad Iqbal
NPM : 159110208
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S 1)
Hari/Tanggal Skripsi : Rabu / 01 Desember 2021
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional Melalui Sistem Online

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 15 Desember 2021

Tim Penguji

Ketua,

Penguji,

(Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom)

(Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M. I. Kom)

Mengetahui,

Wakil Dekan I

Penguji,

(Cutra Aslinda, M. I. Kom)

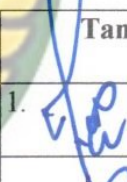


(Eko Hero, M.Soc, Sc)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Nomor : 2092/A-UIR/5-Fikom/2021 Tanggal, 25 November 2021 maka di hadapan penguji pada hari ini, **Rabu tanggal 01 Desember 2021 Jam : 14.00 – 15.00 WIB** bertempat di ruang Seminar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau telah dilaksanakan ujian skripsi atas mahasiswa:

Nama : **Muhammad Iqbal**
 NPM : 159110208
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Konsentrasi : Media Massa
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
 Judul Penelitian : “Strategi Komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional Melalui Sistem Online”
 Nilai Ujian : Angka : “75,91” ; Huruf : “B+”
 Keputusan Hasil Ujian : **Lulus**
 Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom	Ketua	1. 
2	Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M. I. Kom	Penguji	2. 
3	Eko Hero, M.Soc, Sc	Penguji	3. 

Pekanbaru, 01 Desember 2021
Dekan,


Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M. I. Kom
NPK : 150802514

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR BADAN PENYELENGGARAAN
JAMINAN KESEHATAN KOTA PEKANBARU DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JAMINAN
KESEHATAN NASIONAL MELALUI
SISTEM ONLINE

Yang Diajukan Oleh

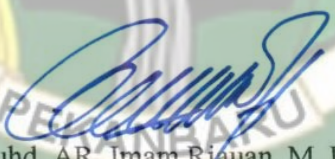
Muhammad Iqbal
NPM : 159110208

Pada Tanggal :

01 Desember 2021

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M. I. Kom)

Dewan Penguji

Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M. I. Kom

Eko Hero, M.Soc, Sc

Tanda Tangan,





SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Iqbal
Tempat / Tanggal Lahir : Kota Tengah / 30 Januari 1997
NPM : 159110208
Bidang Konsentrasi : Media Masa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat / No. Telp : Kota Tengah / 0812 7027 6996
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional Melalui Sistem Online

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya Skripsi adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya Skripsi di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembabatan nilai Skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 15 Desember 2021
Yang menyatakan,



Muhammad Iqbal

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin

Sujud syukurku ku sembahkan kepada Mu Tuhan yang Maha Agung, takdir-Mu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagi ku untuk meraih cita-cita besarku. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untuk Mu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini teruntuk dan terkhusus Ayahanda H. Nurri Ismail (Alm) dan Ibundaku Hj. Musniati serta kakakku Hefniza Nurri, Susmarita Nurri, Yennetri Nurri dan Ukhwanel Usqo, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Ayah, ibu, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam silah di lima waktu mulai fajar terbit hingga terbenam seraya tanganku menadah "Yaa Allah Yaa Rahman Yaa Rahim, terima kasih telah kau tempatkan aku diantara kedua malaikat Mu yang setiap waktu ikhlas menjaga, mendidik, membimbingku dengan baik. Yaa Allah berikanlah balasan setimpal syurga firdaus untuk mereka dan jauhkanlah mereka nanti dari panasnya sengat hawa api nerakaMu.

MOTTO

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok. Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya.

Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejanya.

Cobaah untuk tidak menjadi orang sukses, tapi lebih baik coba menjadi orang yang bernilai.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai prasyarat untuk menyelesaikan Studi Strata-1 atau S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Universitas Islam Riau (UIR). Shalawat beriring salam penuh kerinduan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, manusia mulia sepanjang zaman, beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa kita ke alam yang penuh ilmu pengetahuan dan peradaban.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi tata bahasa, teknik penulisan, segi bentuk ilmiahnya, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran perbaikan demi kesempurnaannya.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional Melalui Sistem Online**, tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada:

1. Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom, selaku Pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan serta mengorbankan waktu dalam penyelesaian Proposal ini.
2. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak-bapak dan Ibu-Ibu Karyawan-Karyawati Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Kepala Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru beserta pegawai yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 01 November 2021
Penulis

Muhammad Iqbal
159110208

DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan	ii
Halaman Motto.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Lampiran	ix
Abstrak	x
Abstract	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	7
C. Fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Literatur.....	9
1. Komunikasi.....	9
2. Hambatan Komunikasi	14
3. Peran Komunikasi dan Perilaku Organisasi.....	17
4. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi	20
5. Tujuan Komunikasi Organisasi	21
6. Pendekatan Keefektifan Organisasi	21
7. Strategi Komunikasi	22
8. Konsep Sosialisasi	26
B. Defenisi Operasional	28
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Pendekatan Penelitian.....	32
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
D. Sumber Data	34
E. Teknik pengumpulan data	34
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	35
G. Teknik Analisis Data	35

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN	38
A.	Gambaran Umum BPJS Kesehatan Cabang Pekanbaru	38
B.	Hasil Penelitian.....	55
C.	Pembahasan	69
BAB V	PENUTUP	74
A.	Kesimpulan	74
B.	Saran	74

Daftar Pustaka
Lampiran



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Persentase Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru	5
Tabel I.2	Jumlah Peserta BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru Tahun 2020	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1.	Jadwal Kegiatan Penelitian	32



Abstrak

Strategi Komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional Melalui Sistem Online

**Muhammad Iqbal
NPM. 159110208**

Program Jaminan Kesehatan Nasional yang berada dibawah naungan BPJS Kesehatan merupakan program yang baru dibuat oleh pemerintah sehingga diperlukan komunikasi pembangunan yang dapat menciptakan perubahan sosial di masyarakat. Sosialisasi merupakan cara yang tepat untuk memberikan informasi terhadap suatu hal yang baru kemasyarakat umum agar tidak terjadinya kesalahpahaman informasi sehingga menghasilkan respon dari sasaran sosialisasi tersebut. Pengelolaan BPJS Kesehatan di Pekanbaru langsung dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru itu sendiri, dalam hal ini dikelola oleh Kepala Unit Seksi Jaminan Kesehatan yang berada di kantor cabang Pekanbaru dan pada pelaksanaan sosialisasi dilakukan oleh unit pemasaran. Adapun tujuan penelitian ini yaitu strategi komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional melalui sistem online dan faktor penghambatnya. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala Kantor sebanyak 1 orang dan pegawai Bidang Kepesertaan dan Pelayanan Peserta sebanyak 3 orang serta masyarakat yang melakukan pengurusan kartu BPJS sebanyak 5 orang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis maka diperoleh kesimpulan mengenai strategi komunikasi BPJS kesehatan pekanbaru dalam mensosialisasikan program JKN (Jaminan kesehatan nasional) belum sepenuhnya efektif dilakukan, hal ini dilihat dari informasi mengenai program online ini belum sepenuhnya diterima masyarakat, karena masyarakat masih banyak yang mengurus melalui sistem manual.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Sosialisasi

Abstract

Communication Strategy of Pekanbaru City Health Insurance Administration Agency Office in Disseminating the National Health Insurance Program Through the Online System

Muhammad Iqbal
NPM. 159110208

The National Health Insurance Program under the auspices of BPJS Health is a new program created by the government so that development communication is needed that can create social change in society. Socialization is the right way to provide information on something new to the general public so that there is no misunderstanding of information so as to produce a response from the target of the socialization. The management of BPJS Health in Pekanbaru is directly carried out by BPJS Health Pekanbaru City itself, in this case it is managed by the Head of the Health Insurance Section who is at the Pekanbaru branch office and the socialization is carried out by the marketing unit. The purpose of this study is the communication strategy of the Pekanbaru City Health Insurance Administration Agency in disseminating the National Health Insurance Program through the online system and its inhibiting factors. The research method used is a qualitative method. The subjects in this study were the Head of the Office as many as 1 person and employees of the Participant and Participant Services Division as many as 3 people as well as the public who managed BPJS cards as many as 5 people. Based on the results of research and discussion conducted by the author, it is concluded that the communication strategy of BPJS Kesehatan Pekanbaru in disseminating the JKN (National Health Insurance) program has not been fully effective, it can be seen from the information about this online program that has not been fully accepted by the public, because there are still many people which takes care through a manual system.

Keywords : Strategy, Communication, Socialization

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Komunikasi merupakan pembagian dan pertukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan di antara dua orang atau lebih yang mempunyai dan menggunakan tanda atau simbol-simbol yang ada (Liliweri, 2011:37). Salah satu bagian dari komunikasi adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi. Komunikasi ini merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih yang kemudian akan bertukar informasi dan bertukar peran dalam satu episode komunikasi.

Jenis aplikasi media sosial setiap waktu semakin bertambah. Interaksi dalam bermedia sosial yang ditawarkan menjadi sangat beragam terkadang antar media sosial bekerjasama untuk menyebarkan informasi. Menurut Overdrive (*ovrdrv.com*), suatu lembaga riset pemasaran, jenis aplikasi media sosial sedikitnya mencapai 240 aplikasi yang menawarkan ratusan cara berinteraksi. (Kemendag,2014)

Sebagai acuan untuk mengelompokkan media sosial berdasarkan jenis atau kegunaannya, ada beberapa kategori ciri-ciri dan tipe untuk mengetahui apa jenis media sosial tersebut. Namun melihat keberagaman platform di internet dan aplikasi *smartphone* saat ini pembagian kategori tersebut bukan berarti menunjukkan pembagian jenis media sosial hanya sebatas kategori tersebut melainkan pembagian kategori bertujuan sebagai landasan awal untuk melihat

jenis-jenis media sosial. Selain melihat dari bagaimana media sosial tersebut memberikan layanan dalam berinteraksi, setidaknya terdapat karakteristik umum media sosial untuk melihat apakah aplikasi tersebut termasuk media sosial atau tidak.

Kemampuan media sosial dalam menjangkau khalayak banyak dan mampu membagikan informasi dalam bentuk audio maupun video membuat media sosial mulai dilirik sebagai media periklanan dan kampanye. Teknologi dan perangkat media sudah memasuki aspek kehidupan, dengan media sosial interaksi masyarakat kini tidak terhalang oleh demografis, budaya dan sebagainya.

Kesehatan juga sekaligus sebagai suatu investasi sehingga perlu diupayakan, diperjuangkan, dan ditingkatkan oleh setiap individu dan seluruh komponen bangsa. Agar masyarakat dapat menikmati hidup sehat dan pada akhirnya dapat meningkatkan derajat kesehatan masyarakat yang optimal. Hal ini perlu dilakukan karena kesehatan bukanlah tanggung jawab pemerintah saja, namun merupakan tanggung jawab bersama pemerintah, masyarakat dan swasta.

Undang-Undang Nomor 36 tahun 2009 tentang Kesehatan, pada pasal 5 disebutkan:

- 1) menegaskan bahwa setiap orang mempunyai hak yang sama dalam memperoleh akses atau sumber daya di bidang kesehatan.
- 2) ditegaskan bahwa setiap orang mempunyai hak dalam memperoleh pelayanan kesehatan yang aman, bermutu, dan terjangkau.
- 3) bahwa setiap orang berhak secara mandiri dan bertanggungjawab menentukan sendiri pelayanan kesehatan yang diperlukan bagi dirinya.

Program Jaminan Kesehatan Nasional yang berada dibawah naungan BPJS Kesehatan merupakan program yang baru dibuat oleh pemerintah sehingga diperlukan komunikasi pembangunan yang dapat menciptakan perubahan sosial di masyarakat. Karena kesehatan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang dan BPJS Kesehatan itu sendiri memiliki program memberi jaminan kesehatan untuk seluruh lapisan masyarakat tanpa melihat status sosial. Sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Pedoman Pelaksanaan Program Jaminan Kesehatan Nasional, maka usaha pemerintah dalam memberikan pelayanan kesehatan yang terjangkau kepada masyarakat maka diselenggarakannya Program Jaminan Kesehatan Nasional di bawah naungan BPJS Kesehatan. Komunikasi merupakan bagian dari sosialisasi yang berguna untuk mensosialisasikan sesuatu kepada masyarakat atau khalayak.

Untuk mendapat layanan Jaminan Kesehatan Nasional terlebih dahulu menjadi peserta BPJS Kesehatan ini, dimana cara pendaftaran menjadi anggota BPJS Kesehatan bagi Pekerja Penerima Upah (PPU) dapat melalui instansi atau perusahaan. Sedangkan bagi peserta Pekerja Bukan Penerima Upah (PBPU) dapat mendaftar kolektif atau perorangan. Saat ini, pendaftaran menjadi peserta BPJS Kesehatan dapat melalui dua cara:

- a. Sistem online internet. Langkah-langkah pendaftaran online yaitu: Mempersiapkan KTP, KK dan alamat e-mail serta nomor HP yang bisa dihubungi, Masuk ke website www.bpjs-kesehatan.go.id, mengisi daftar isian secara lengkap (nama, tanggal lahir, alamat, e-mail, dan lain-lain, anda akan mendapatkan nomor Virtual Account (nomor unik untuk

pembayaran iuran). Anda dapat mencetak lembar Formulir Pendaftaran yang telah terisi dan lembar Virtual Account, lakukan pembayaran di Bank atau ATM Bank Mandiri atau Bank BRI atau BNI, kartu (e-ID) dapat dicetak sendiri atau dapat diambil di Kantor BPJS Kesehatan dengan memperlihatkan bukti bayar iuran, KTP, fotokopi surat nikah, pas foto warna 3x4 cm dan formulir pendaftaran;

- b. Mendaftar langsung ke kantor BPJS Kesehatan, Kantor BPJS Kesehatan karena tiap kabupaten/kota sudah ada di Riau. mengisi Formulir Daftar Isian Peserta (FDIP) serta membawa dokumen berupa: Kartu Keluarga (KK) dan KTP/E-KTP asli maupun fotokopi, fotokopi surat nikah, fotokopi akte kelahiran. Sedangkan bagi para warga negara asing (WNA) menunjukkan kartu izin tinggal sementara/tetap (KITAS/Kitap).

Sosialisasi merupakan cara yang tepat untuk memberikan informasi terhadap suatu hal yang baru kemasyarakatan umum agar tidak terjadinya kesalahpahaman informasi sehingga menghasilkan respon dari sasaran sosialisasi tersebut. Pengelolaan BPJS Kesehatan di Pekanbaru langsung dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru itu sendiri, dalam hal ini dikelola oleh Kepala Unit Seksi Jaminan Kesehatan yang berada di kantor cabang Pekanbaru dan pada pelaksanaan sosialisasi dilakukan oleh unit pemasaran. Dalam pelaksanaan program JKN, BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru melakukan sosialisasi berupa:

1. Iklan melalui Riau TV, pampflet, leaflet, radio, koran, website dan penyuluhan-penyuluhan ke instansi yang mengundang BPJS Kesehatan.

2. Sosialisasi langsung oleh pihak pelayanan BPJS Kesehatan kepada calon peserta BPJS Kesehatan yang sedang melakukan pendaftaran maupun konsultasi pada saat itu juga.

Selanjutnya sosialisasi mengenai bagaimana proses sistem layanan kesehatan yang dimiliki seseorang yang sudah menjadi peserta BPJS Kesehatan sangat penting agar tidak terjadi kekeliruan bagi peserta dan penyedia fasilitas kesehatan. Proses pelaksanaan BPJS Kesehatan di Kota Pekanbaru dilakukan dengan sistem “klaim”, yang artinya pelayanan kesehatan terlebih dahulu diberikan oleh Fasilitas Kesehatan dan kemudian dilaporkan kepada BPJS Kesehatan. Pihak Fasilitas Kesehatan yang dimaksud adalah pihak yang sudah terlebih dahulu melakukan Perjanjian Kerja Sama (PKS) dengan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru.

Fasilitas Kesehatan yang dimaksud yaitu Dokter Umum, Puskesmas, dan Rumah Sakit milik pemerintah maupun swasta merupakan pelaksana langsung dari program ini yang tersebar di seluruh wilayah Kota Pekanbaru. Di bawah naungan BPJS Kesehatan, klaim yang mereka ajukan serta bukti-bukti pelayanan yang mereka berikan akan diajukan kepada BPJS Kesehatan.

Tabel I.1 : Persentase Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru

Tahun	Wanita (jiwa)	Pria (jiwa)	Total (jiwa)
2017	441.382	456.385	897.767
2018	457.335	472.880	930.215
2019	474.219	490.339	964.558
2020	490.070	508.961	999.031

Sumber : BPS Kota Pekanbaru 2021

Berdasarkan tabel I.1 di atas dari total jumlah penduduk di Kota Pekanbaru yang setiap tahunnya bertambah dikarenakan meningkatnya angka

kelahiran penduduk maupun datangnya penduduk dari luar Pekanbaru dan menjadi penduduk tetap Kota Pekanbaru. Terkait dengan penjelasan diatas, maka penulis ingin membandingkan dengan jumlah peserta yang terdaftar sebagai peserta BPJS Kesehatan pada tabel dibawah ini.

Tabel I.2 : Jumlah Peserta BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru Tahun 2020

No	Kepesertaan	Target (Jiwa)	Realisasi (Jiwa)	Persentase (%)
1.	BU	81.625	132.708	162,5825
2.	PBPU	132.189	217.047	164,1944
3.	WNA	3	12	400
4.	Jamkesda	46.615	0	0
Total		260.432	349.767	726,7769

Sumber : BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru 2021

Tabel I.2 di atas merupakan daftar jumlah peserta BPJS Kesehatan di tahun 2020 dengan jumlah keseluruhan adalah 349.767 jiwa, namun pada kepesertaan Jamkesda sebelumnya tidak satu pun yang kini menjadi peserta BPJS Kesehatan.

Dari hasil observasi penulis, diketahui masih banyak penduduk Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 36% yang belum menjadi peserta BPJS Kesehatan yang mana dikarenakan kurangnya kepedulian masyarakat terhadap program yang dibuat oleh pemerintah atau kurangnya sosialisasi oleh pihak BPJS Kesehatan itu sendiri dan kurangnya pemahaman masyarakat untuk mendaftar secara online.

Berdasarkan urai diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Strategi Komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional Melalui Sistem Online”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam pelaksanaan sosialisasi dan menurut hasil wawancara dilapangan, dijumpai adanya fenomena-fenomena sebagai berikut:

1. Kurangnya komunikasi oleh BPJS Kesehatan kepada fasilitas kesehatan, sehingga masih ditemukan fasilitas kesehatan yang tidak menjalani tugasnya sesuai perjanjian kerja sama yang telah disepakati.
2. Kurang menyeluruhnya sosialisasi yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan, karena masih ada masyarakat yang tidak mengetahui mengenai BPJS Kesehatan tersebut dan mendaftarkan diri sebagai peserta karena tuntutan kebutuhan serta tuntutan pekerjaan tanpa memahami jelas seperti apa BPJS Kesehatan.

C. Fokus Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan dapat dikaji lebih mendalam maka diperlukan pembatasan masalah. Dalam penelitian ini pembatasan masalahnya adalah untuk melihat bagaimana strategi komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional melalui sistem online.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yakni : bagaimana strategi komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional melalui sistem online?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui strategi komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional melalui sistem online.

F. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat sebagai berikut :

a) Kegunaan Akademis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan referensi bagi peneliti selanjutnya, sehingga berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Komunikasi.
2. Bermanfaat untuk pengembangan lanjutan kajian media massa. Khususnya yang berkaitan dengan aplikasi dan media baru yang terus berkembang

b) Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi media dan masyarakat khususnya mahasiswa agar dapat dijadikan masukan atau referensi untuk memahami strategi komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional melalui sistem online.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial, dan tindakannya yang pertama dan yang paling penting adalah tindakan sosial. Suatu tindakan untuk saling mempertukarkan pengalaman, saling mengutarakan perasaan atau saling mengekspresikan serta menyetujui sesuatu pendirian atau keyakinan. Oleh karena itu, di dalam tindakan sosial haruslah terdapat elemen-elemen yang umum, yang sama-sama diBaiki dan dipahami oleh sejumlah orang yang merupakan kumpulan masyarakat. Untuk menghubungkan sesama anggota masyarakat maka diperlukan komunikasi (Tinambunan, 2010:21).

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Tiada hari tanpa komunikasi, sepanjang detak jantung masih ada. Bahkan orang yang melakukan meditasipun pada hakekatnya sedang melakukan komunikasi. termasuk orang yang sedang bertapa di suatu tempat yang dianggap keramat.

Komunikasi menurut Harahap (2016:2) adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui proses tertentu sehingga tercapai apa yang dimaksudkan atau diinginkan oleh kedua belah pihak. Di dalam komunikasi terkandung maksud atau tujuan yang jelas antara si penyampai atau

pengirim pesan (komunikator) dengan si penerima pesan (komunikan). Maksud dan tujuan yang jelas antara kedua belah pihak akan mengurangi gangguan atau ketidakjelasan, sehingga komunikasi yang terjadi akan berjalan secara efektif.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan suatu proses yang vital dalam organisasi karena komunikasi diperlukan bagi efektifitas kepemimpinan, perencanaan, pengendalian, koordinasi, latihan, manajemen konflik, serta proses-proses organisasi lainnya. Komunikasi interpersonal biasanya didefinisikan sebagai komunikasi utama dan menggambarkan peserta yang saling bergantung satu sama lain dan memiliki sejarah bersama. Hal ini dapat melibatkan suatu percakapan atau individu berinteraksi dengan banyak orang dalam masyarakat. Ini membantu kita memahami bagaimana dan mengapa orang berperilaku dan berkomunikasi dengan cara yang berbeda untuk membangun dan menegosiasikan realitas sosial. Sementara komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai area studi sendiri, itu juga terjadi dalam konteks lain seperti kelompok dan organisasi (Sarwono, 2009:12).

Ilmu komunikasi menurut kamus komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap pandangan atau perilaku. (Berasal dari bahasa Latin "*communication*" yang berarti pergaulan,

persatuan, peran serta kerjasama bersumber dari istilah "*communis*" yang berarti sama makna (Effendy, 2008:9).

Komunikasi itu sendiri merupakan pembagian dan pertukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan di antara dua orang atau lebih yang mempunyai dan menggunakan tanda atau simbol-simbol yang ada (Liliweri, 2011:37).

Jadi antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi harus terdapat kesamaan pengertian, jika tidak terjadi kesamaan makna, maka komunikasi tidak berlangsung dengan baik.

Secara umum istilah teori dalam ilmu sosial mengandung beberapa pengertian, yaitu (Effendy, 2008:9):

1. Teori adalah abstraksi dan realitas
2. Teori terdiri dari sekumpulan prinsip - prinsip dan definisi - definisi yang secara konseptual mengorganisasikan aspek - aspek dunia empiris secara sistematis
3. Teori terdiri dari asumsi - asumsi, proposisi - proposisi, dan aksioma - aksioma dasar yang saling berkaitan
4. Teori terdiri dari teorema - teorema, yakni generalisasi - generalisasi yang diterima / terbukti secara empiris

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa teori pada dasarnya merupakan "konseptualisasi atau penjelasan logis dan empiris tentang suatu fenomena". Teori memiliki 2 ciri umum, yaitu:

1. Semua teori adalah "abstraksi" mengenai suatu hal. Dengan demikian teori sifatnya terbatas.
2. Semua teori adalah konstruksi ciptaan individual manusia. Oleh sebab itu sifatnya relatif tergantung pada cara pandang si pencipta teori.

Proses pengembangan atau pembentukan teori umumnya mengikuti model pendekatan eksperimental yang lazim dipergunakan dalam ilmu pengetahuan alam. Komunikasi dapat ditinjau dari beberapa karakteristik Baik dengan bidang dan permasalahannya. Menurut Effendy (2003:6) komunikasi dapat ditinjau dari komponen, bentuk, sifat, tehnik, tujuan, fungsi dan modelnya :

1. Komponen Komunikasi

- a) Komunikator (*Communicator*)
- b) Pesan (*Message*)
- c) Media
- d) Komunikan (*Communican*)
- e) Efek (*Effect*)

2. Bentuk Komunikasi

- a) Komunikasi Personal (*Interpersonal Communication*)
- b) Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
- c) Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
- d) Komunikasi Media (*Medio Communication*)

3. Sifat Komunikasi

- a) Tatap muka (*face to face*)
- b) Bermedia (*mediated*)

- c) Verbal
- d) Nonverbal

4. Teknik Komunikasi

- a) Komunikasi Informatif (*Informative Communication*)
- b) Komunikasi Persuasif (*Persuasive Communication*)
- c) Komunikasi Instruktif/Koersif (*Instructive/coershe Communication*)
- d) Hubungan Manusiawi (*Human Relations*)

5. Tujuan Komunikasi

- a) Perubahan sikap (*Attitude Change*)
- b) Pembahan pendapat (*Opinion Change*)
- c) Perubahan prilaku (*Behavior Change*)
- d) Perubahan sosial (*Social Change*)

6. Fungsi komunikasi

- a) Menyampaikan informasi (*to inform*)
- b) Mendidik (*to educate*)
- c) Menghibur (*to entertain*)
- d) Mempengaruhi (*to influence*)

7. Model Komunikasi

- a) Komunikasi satu tahap (*One step flow communication*)
- b) Komunikasi dua tahap (*Two step flow communication*)
- c) Komunikasi multi tahap (*Multi step flow communication*)

Berdasarkan karakteristik komunikasi tersebut diatas maka komunikasi dapat dikelompokkan atas beberapa bagian baik dengan permasalahannya.

2. Hambatan Komunikasi

Menurut Effendi (2008:11) bahwa ada beberapa faktor penghambat komunikasi diantaranya:

1. Hambatan sosial-antri-psikologi

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (*situational cobtext*). Ini berarti komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi.

a. Hambatan sosiologis

Seorang sosiolog Jerman bernama Ferdinand Tonnies mengklasifikasikan kehidupan manusia dalam masyarakat menjadi dua jenis pergaulan yang dinamakan *gemeinschaft* dan *gesellschaft*. *Gemeinschaft* adalah pergaulan hidup bersifat pribadi, statis, dan tak rasional, seperti dalam kehidupan rumah tangga. Sedangkan *gesellschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat tak pribadi, dinamis, dan rasional seperti pergaulan di kantor dan dalam organisasi.

Contoh berkomunikasi dalam *gemeinschaft* adalah seorang istri dan anak tidak akan menjumpai banyak hambatan karena sifatnya personal atau pribadi sehingga dapat dilakukan dengan santai, sedangkan *gesellschaft* seorang yang bagaimanapun tingginya kedudukan yang ia jabat, ia akan menjadi bawahan orang lain. Seorang kepala desa mempunyai kekuasaan di daerahnya, tetapi ia harus tunduk kepada camat, dan begitu lah seterusnya.

b. Hambatan antropologis

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud “siapa” disini bukan orang nya melainkan rasa apa, bangsa apa, atau suku apa.

Komunikasi akan berjalan lancar jika suatu pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan secara tuntas. Seorang pemirsa mungkin menerima acara yang disiarkan dengan baik karena gambar yang ditampilkan pada pesawat amat terang dan suara yang keluar amat jelas, tetapi mungkin ia tidak dapat menerima ketika seseorang pembicara pada acara itu mengatakan bahwa daging lezat sekali. Si pemirsa tadi hanya menerimanya dalam pengertian *accepted* (secara rohani) jadi teknologi komunikasi tanpa dukungan kebudayaan tidak akan berfungsi.

c. Hambatan psikologi

Faktor psikologi sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, dan lain-lainnya.

Prasangka merupakan salah satu hambatan berat bagi kegiatan komunikasi, karena orang yang berprasangka belum apa-apa sudah bersikap menentang komunikator. Pada orang bersikap prasangka

emosinya menyebabkan dia menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran secara rasional.

2. Hambatan sematis

Faktor sematis menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk meyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan sematis ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian yang akhirnya menyebabkan salah komunikasi.

3. Hambatan mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh yang kita alami dalam kehidupan sehari-hari, suara yang hilang-muncul pada radio, suara telepon yang krotokan, ketikan huruf yang buram pada surat.

4. Hambatan ekologis

Hambatan ini terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan.

Contoh nya hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu lintas pada saat komunikator berpidato.

Menurut Suranto (2010:17) bahwa faktor penghambat efektivitas komunikasi juga ada beberapa diantaranya:

a. komunikator rendah

Komunikator yang tidak berwibawa dihadapan komunikan, menyebabkan berkurangnya perhatian komunikan terhadap komunikator.

b. Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya

Nilai-nilai sosial budaya yang berlaku disuatu komunitas atau di masyarakat harus diperhatikan, sehingga komunikator dapat menyampaikan pesan dengan baik, tidak bertentangan dengan nilai-nilai sosial budaya yang berlaku.

c. Kurang memahami karakteristik komunikan

Karakteristik komunikan meliputi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, dan sebagainya perlu dipahami oleh komunikator. Apabila komunikator kurang memahami, cara komunikasi yang dipilih mungkin tidak sesuai dengan karakteristik komunikan.

d. Prasangka buruk

Prasangka negatif antara pihak-pihak yang terlibat komunikasi harus dihindari, karena dapat mendorong kearah sikap apatis dan penolakan.

e. Komunikasi satu arah

Komunikasi berjalan satu arah, dari komunikator kepada komunikan terus-menerus dari awal sampai akhir, menyebabkan hilangnya kesempatan komunikan untuk menerima penjelasan terhadap hal-hal yang belum dimengerti.

3. Peran Komunikasi dan Perilaku Organisasi

Komunikasi dalam proses mempunyai pesan atau informasi yang dilakukan oleh para pemimpin atau manajer. Sebagai komunikator, seorang manajer harus menyesuaikan peran yang sedang dia lakukan. Dalam kaitannya dengan hal ini

Henry Mintzberg dalam Ruliana (2014 :27) menyatakan bahwa wewenang formal seorang manajer menyebabkan timbulnya tiga peranan yaitu :

a. Peranan Antar personal

1. Peranan Tokoh

Kedudukan sebagai kepala suatu unit organisasi, membuat seorang manajer melakukan tugas yang bersifat memimpin.

2. Peranan Pimpinan

Sebagai pemimpin, seorang manajer bertanggung jawab atas lacer-tidak lancarnya pekerjaan yang dilakukan bawahannya. Beberapa kegiatan bersangkutan langsung dengan kepemimpinannya pada semua tahap manajemen: penentuan kebijakan, perencanaan, pengorganisasian dan lain-lain.

3. Peranan Penghubung

Dalam peranan sebagai penghubung, seorang manajer melakukan komunikasi dengan orang-orang di luar jalur komando vertikal, baik secara formal maupun non formal.

b. Peranan Informasi

1. Peranan Monitor

Dalam melakukan peranan monitornya, manajer memandang lingkungan sebagai sumber informasi.

2. Peranan Penyebar

Dalam peranan sebagai penyebar, seorang manajer menerima dan menghimpun informasi dari luar yang penting artinya dan bermanfaat bagi organisasi, untuk kemudian disebar kepada bawahan.

3. Peranan Juru Bicara

Peranan ini memiliki kesamaan dengan peranan penghubung, yakni dalam hal mengkomunikasikan informasi kepada khalayak luar. Contohnya kalau dalam peranannya sebagai juru bicara tidak secara kontak pribadi, tetapi selalu resmi.

4. Peranan Memutuskan

a. Peranan Wiraswasta

Seorang manajer berusaha memajukan organisasinya dan mengadakan penyesuaian atas perubahan kondisi lingkungannya. Ia selalu berusaha memandang kedepan untuk mendapatkan gagasan baru.

b. Peranan Pengendalian Gangguan

Seorang manajer berusaha sebaik mungkin menanggapi setiap tekanan yang menimpa organisasi, seperti buruh mogok, para pelanggan hilang, dan lain-lain.

c. Peranan Penentu Sumber

Seorang manajer bertanggung jawab untuk memutuskan pekerjaan apa yang harus dilakukan, siapa yang akan melaksanakan, dan bagaimana pembagian pekerjaan dilaksanakan.

4. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

a). Fungsi Informatif

Dalam Bungin (2006:272) organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem proses informasi, maksudnya seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

b). Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif yaitu :

- (1). Atasan atau orang-orang yang berada dalam tatanan manajemen, yaitu mereka yang berwenang untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan.
- (2). Berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh untuk dilaksanakan.

c). Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mengawasi bawahan dari pada member perintah.

d). Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawannya dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.

5. Tujuan Komunikasi Organisasi

Dalam Ruliana (2014:24) tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Ada empat tujuan komunikasi organisasi yaitu:

- a. Meyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.
- b. Membagi informasi
- c. Meyatakan perasaan dan emosi
- d. Melakukan koordinasi.

6. Pendekatan Keefektifan Organisasi

Dalam Soetopo (2016:53-54) mengatakan dalam kaitannya dengan pembahasan keefektifan organisasi, ada dua pendekatan yang perlu dibahas yaitu :

- a. Organisasi dikatakan efektif jika organisasi telah mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
- b. Organisasi dikatakan efektif jika organisasi itu mampu mengambil keuntungan dari situasi lingkungan dan mendayagunakan sumber-sumber yang bermanfaat.

Ada lagi pendekatan yang lain untuk memahami suatu organisasi, yaitu :

- a. Pendekatan individual menekankan pada individu-individu dalam organisasi.
- b. Sedangkan pendekatan organisatoris menekankan pada tercapainya tujuan organisasi dan individu hanyalah unsur organisasi.

7. Strategi Komunikasi

a. Defenisi Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan Manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy,2014:32).

Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat di telaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai

prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Namun dalam kajian ini strategi komunikasi akan dijadikan suatu pijakan dalam mengelola proses interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi agar efektif dan efisien dalam mencapai tujuan didirikannya. Dengan perencanaan strategi komunikasi yang matang maka diharapkan kita bisa mendapatkan rasa saling pengertian sehingga hubungan baik antara perusahaan dan karyawannya dapat terjaga dengan baik. Rasa saling pengertian itu akan menimbulkan rasa saling mempercayai sehingga motivasi karyawan dalam melakukan pekerjaan akan menjadi lebih baik. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berfungsi sebagai pematangan rencana agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya adalah:

1. Memberitahu (*Announcing*)

Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan.

2. Memotivasi (*Motivating*)

Seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar

melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.

3. Mendidik (*Educating*)

Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.

4. Menyebarkan informasi (*Informing*)

Untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.

5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting decision making*)

Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai. (Liliweli, 2011:251).

c. Perumusan Strategi Komunikasi

Seorang perencana komunikasi untuk mencapai tujuan diperlukan perumusan strategi yang tepat sebelum melakukan segala sesuatunya. Namun kita perlu memahami apakah perumusan strategi menurut pendapat beberapa ahli. Menurut David Hunger & Thomas L. Wheelen “Perumusan Strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan

dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan.
”(Effendy, 2014 : 34)

Menurut pendapat diatas artinya sebelum perumusan dilakukan diadakan penelitian apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, juga apa saja yang mendatangkan ancaman atau bahkan kesempatan bagi perusahaan. Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Yosol Iriantara yang mengatakan bahwa “Perumusan strategi merupakan keputusan atas pilihan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan setelah analisis lingkungan internal dan eksternal sudah dilakukan.”(Effendy, 2014 : 34)

Perumusan strategi komunikasi seperti yang diusulkan oleh Anwar Arifin (2010:29) terbagi atas beberapa tahapan, yakni :

1. Mengenal khalayak

Mengenal khalayak perlu dilakukan guna memaksimalkan strategi agar dapat berjalan sesuai dengan harapan dan agar mampu menjadi tolak ukur guna menentukan strategi apa yang akan digunakan. Khalayak merupakan komunikan yang akan menerima pesan dan menjadi fokus dalam program komunikasi, sehingga mengenal khalayak menjadi sangat penting.

2. Menyusun pesan

Setelah mengenali khalayak, komunikator perlu untuk menyusun pesan apa yang akan disampaikan dan disebarakan kepada komunikan dalam hal ini adalah khalayak. Pesan perlu disesuaikan dengan latar belakang khalayak, baik secara ekonomi, pendidikan, sosial budaya ataupun agama.

3. Menetapkan metode yang dipakai

Setelah pesan disusun sesuai dengan khlayak, maka metode penyebaran pesan kepada khalayak juga perlu dikaji. Dalam konteks komunikasi metode ini terkait dengan jenis komunikasi yang akan dipakai.

4. Seleksi dan penggunaan media

Seleksi dan penggunaan media menjadi penentu sampainya pesan kepada target komunikan. Penggunaan media sangat di sesuaikan dengan karakteristik khalayak, jenis pesan dan metode komunikasi yang diterapkan, apakah menggunakan media cetak atau surat kabar, radio ataupun televisi dan media online.

8. Konsep Sosialisasi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau permasyarakatan (*nomine*). Hal ini berkaitan dengan bentuk sosialisasi yang dilakukan dalam memberikan informasi yang berdampak pada perkembangan pengetahuan masyarakat tersebut sehingga dapat diterapkan demi kemajuan bersama.

Sosialisasi adalah proses seorang individu belajar berintegrasi dengan sesamanya dalam suatu masyarakat menurut sistem nilai, norma, dan adat istiadat yang mengatur masyarakat yang bersangkutan (Suyono, 1985:379). Sosialisasi atau proses memasyarakat adalah proses orang orang yang menyesuaikan diri terhadap norma norma sosial yang berlaku, dengan tujuan supaya orang yang bersangkutan dapat diterima menjadi anggota suatu masyarakat.

Sedangkan menurut Goslin dalam Ihrom (1999:30) sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakat. Jadi, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi adalah suatu proses belajar serta mengenal norma dan nilai-nilai sehingga terjadi pembentukan sikap untuk berperilaku sesuai dengan tuntunan atau perilaku masyarakatnya.

Berdasarkan pengertian sosialisasi di atas, dapat dikatakan bahwa sosialisasi merupakan proses dimana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai-nilai, norma dan kebiasaan yang berlaku untuk berkembang sebagai anggota masyarakat dan sebagai individu. Berdasarkan pengertian sosialisasi atau batasan sosialisasi di atas dapat diambil beberapa poin penting yaitu:

1. Sosialisasi berjalan melalui proses belajar untuk memahami, menghayati, menyesuaikan dan melaksanakan tindakan sosial yang sesuai dengan pola perilaku masyarakatnya (*behavioral patterns of society*).
2. Sosialisasi berjalan bertahap dan berkesinambungan (*kontinu*), mulai dari sejak individu dilahirkan hingga dia mati.
3. Sosialisasi berhubungan erat dengan *enkulturasi* atau proses pembudayaan, yaitu proses belajar dari seorang individu untuk belajar, mengenal, menghayati, dan menyesuaikan alam pikiran serta cara dia bersikap terhadap sistem adat, bahasa, seni, norma, agama dan seluruh

peraturan dan pendirian yang ada dalam lingkungan kebudayaan masyarakat.

Ada dua tipe sosialisasi, kedua tipe sosialisasi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Formal

Sosialisasi yang dilakukan melalui lembaga-lembaga berwenang menurut ketentuan negara atau melalui lembaga-lembaga yang dibentuk menurut undang-undang dan peraturan pemerintah yang berlaku.

b. Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat.

Sedangkan proses sosialisasi menurut Soekanto (1993:347) adalah proses dimana seseorang mempelajari atau dididik untuk mengetahui dan memahami norma norma serta nilai nilai yang berlaku. Dalam pengertian tersebut kita dapat melihat bahwa seseorang (individu) mempelajari atau mengalami proses belajar. Individu tersebut mengalami proses penyesuaian diri individu ke dalam kehidupan sosial.

B. Defenisi Operasional

1. Strategi komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah.

2. Sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau permasyarakatkan (*nomine*).

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (tahun)	Judul	Permasalahan	Hasil Penelitian
1	Rahmat Rozi (2018)	Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Pariaman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Gandorih	Bagaimana elemen – elemen komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam mempromosikan pantai Gandorih agar meningkatnya kunjungan wisatawan	Hasil penelitian yaitu Penggunaan media promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman seperti event, <i>booklet</i> , media <i>social</i> , <i>website</i> dan brosur. Belum semua media yang digunakan serta dapat mengkhususkan promosi Pantai Gandorih.
2	Veni Fitra Meilisa (2018)	Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop	bagaimanakah Strategi Komunikasi Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop	Hasil penelitian ini Tahapan strategi komunikator yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan ada empat, yaitu 1) perencanaan, 2) Pengusulan, 3) Persiapan teknis, 4) pelaksanaan program.
3	Resti Wahidah (2018)	Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan Ukm Dalam Melakukan Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kabupaten Kepulauan Meranti	Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan Ukm Dalam Melakukan Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kabupaten Kepulauan Meranti	Strategi komunikasi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM menetapkan khalayak dalam melakukan pembinaan UMKM di Kabupaten Kepulauan Meranti adalah dengan melakukan pendataan atau peninjauan ke tempat-tempat pelaku usaha dan menyeleksi usaha-usaha yang layak untuk ikut dalam program pembinaan. Usaha tersebut merupakan usaha yang sudah berkembang, kelancaran dalam memproduksi barang, pelaku usaha yang tidak terlambat dalam pengembalian angsuran pinjaman untuk tambahan modal ke bank, koperasi, atau LKM.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu yaitu :

1. Dari penelitian Rahmat Rozi (2018) yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Pariaman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Gandorih. Adapun menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Pantai Gondorih sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Danau Bandar Khayangan Lembah Sari. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.
2. Dari penelitian Veni Fitra Meilisa (2018) yang berjudul Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop. Adapun yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Objek Wisata Pantai Solop sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Danau Bandar Khayangan Lembah Sari. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.
3. Dari penelitian Pras Tiono (2015) yang berjudul Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Objek Wisata Pulau Jemur sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Danau Bandar Khayangan Lembah Sari. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Adapun metode penelitian pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana Nawawi, (2003:63). Dalam penelitian kualitatif dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Setelah data-data dikumpulkan maka, peneliti menganalisa secara kualitatif. Analisa kualitatif adalah analisa yang tidak menggunakan matematis, model statistik, ekonometrik, atau model-model tertentu lainnya melainkan berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya Hasan, (2002:100). Alasan penelitian menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini menggunakan sumber informan yang berguna untuk perolehan data yang dibutuhkan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu Kepala Kantor sebanyak 1 orang dan pegawai Bidang Kepesertaan dan Pelayanan Peserta sebanyak 3 orang serta masyarakat yang melakukan pengurusan kartu BPJS sebanyak 5 orang. Terkait pemilihan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana peneliti cenderung memilih informasi yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber

data yang yang disesuaikan dengan indikator penelitian dan mengetahui masalah secara mendalam.

2. Objek Penelitian

Adapun objek dari penelitian ini yaitu Strategi Komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional Melalui Sistem Online.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun tempat dari penelitian yang akan dilakukan adalah di Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru dengan alasan bahwa instansi ini merupakan instansi yang mengurus dan melaksanakan sosialisasi kartu BPJS.

Waktu penelitian ini adalah dari Januari – April 2021.

Tabel 3.2. Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	Jenis Kegiatan	Bulan Dan Minggu Ke																KET
		Januari				Februari				Maret				April				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan Penyusunan UP	X	X															
2	Seminar UP			X														
3	Riset			X														
4	Peneliti Lapangan				X X													
5	Pengolahan Dan Analisis Data					X	X											
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi						X	X										
7	Ujian Skripsi									X								
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi										X	X	X	X				
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi														X	X	X	

D. Sumber Data

Adapun beberapa sumber data dalam penelitian terbagi menjadi :

1. Data Primer

Yaitu data dan informasi yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang bersumber dari subjek penelitian yaitu para karyawan yang diteliti berkaitan dengan yang diteliti, berupa kegiatan yang dilakukan mengenai strategi komunikasi Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program jaminan kesehatan nasional melalui sistem online.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang digunakan untuk membantu menjelaskan data primer berupa arsip dan dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan penelitian, data yang diberikan pihak instansi berupa dokumen terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara dengan tehnik *indepth interview*, wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara

dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. (Daymon 2008:258)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dalam bentuk *interview*, dengan ini peneliti dapat memberi gambaran tentang subjek dalam mendefinisikan diri sendiri, lingkungan, tekanan situasi dan strategi manajemen yang diterapkan serta masalah-masalah yang dihadapi pada saat menjalankan manajemen tersebut yang dilakukan dengan Kepala Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru dan masyarakat untuk mencapai hasil penelitian yang diharapkan. Dalam wawancara ini menggunakan format terbuka, dalam arti memberi kesempatan kepada informan untuk memberi jawaban sesuai dengan pemikiran mereka.

2. Observasi

Suatu pengamatan terhadap objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Apapun metode yang akan dipakai, dalam segala situasi akan selalu memperhatikan sesuatu untuk memperoleh bukti lebih banyak yang akan membantu memahami konteks riset. Namun observasi melibatkan pencatatan sistematis etis awal apa yang dilihat di lapangan, (Daymon 2008: 319). Observasi ini dilakukan dengan wawancara dan pengamatan secara langsung sehingga dapat mengetahui permasalahan apa saja yang sedang terjadi.

3. Dokumentasi

Yaitu dengan mengumpulkan data-data dan fakta-fakta yang termuat dalam dokumen. Dokumentasi dapat berupa catatan pribadi, buku harian, laporan

kerja, notulen, rapat, catatan khusus, rekaman kaset, rekaman video, photo dan sebagainya Sukandarrumidi (2004: 101-102). Dokumentasi ini dilakukan pada Kantor Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Kota Pekanbaru untuk bias merekam kejadian saat penelitian melalui foto-foto penelitian.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Peneliti menggunakan *triangulation analysis* (analisis triangulasi) yaitu menganalisis jawaban subyek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasarkan data empiris yang ada. Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber, dengan arti peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lain. Menggali satu sumber yang sama dengan teknik yang berbeda dan menentukan waktu yang berbeda (tepat). Peneliti menjadi fasilitator untuk menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta alasan yang logis. (Kriyantono, 2006:38)

Pada penelitian ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan sesuai dengan kondisi lapangan yang menjadi objek penelitian. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

G. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis ini model yang digunakan yaitu interaktif, inti yang dapat diambil dari analisis interaktif menurut Miles dan Humberman (dalam Mutmainnah 2005:4) yaitu :

1. Reduksi data (*data reduction*)

Diartikan sebagai proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transportasi data “kasar” yang muncul dari data-data tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk data analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data.

2. Penyajian data (*data display*)

Diartikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data.

3. Membuat kesimpulan / *verifikasi*

Kesimpulan yang akan diambil akan ditangani secara longgar dan tetap terbuka sebagai kesimpulan yang semula belum jelas kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci, mengakar dan kokoh. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian ini berlangsung dengan maksud untuk menguji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yang merupakan validitasnya. Model analisis interaktif ini sengaja dipilih dan bukannya model analisa linear yang dipilih disebabkan oleh sifat dari model analisis interaktif dan memungkinkan pengulangan dalam menggali data dilapangan apabila terjadi kekurangan dalam reduksi dan penyajian data. Adapun tujuannya adalah untuk lebih memperdalam proses analisi suatu data. Hal ini berbeda dengan model linear yang menggali

datanya hanya bersifat sekali dan tidak bersifat siklus seperti halnya model analisis interaktif.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPJS Kesehatan Cabang Pekanbaru

1. Sejarah

BPJS Kesehatan merupakan Badan Hukum Publik yang ditugaskan khusus oleh pemerintah untuk menyelenggarakan jaminan pemeliharaan kesehatan bagi Pegawai Negeri Sipil, Anggota TNI/POLRI, Penerimaan Pensiun PNS dan TNI/POLRI, Veteran, Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya dan Badan Usaha lainnya. BPJS Kesehatan Cabang Pekanbaru terletak di JL. Tuanku Tambusai, Kota Pekanbaru dan berbatasan dengan:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kantor Oditorat Jenderal TNI
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kafe Coffetoo
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Indomaret
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kantor Alianz

Jaminan pemeliharaan kesehatan di Indonesia sebenarnya sudah ada sejak zaman colonial Belanda. Dan setelah kemerdekaan, pada tahun 1949, setelah pengakuan kedaulatan oleh pemerintah Belanda, upaya untuk menjamin kebutuhan pelayanan kesehatan bagi masyarakat, khususnya pegawai negeri sipil beserta keluarga. Prof. G.A.Siwabessy, selaku Menteri Kesehatan yang menjabat pada saat itu, mengajukan sebuah gagasan untuk perlu segera menyelenggarakan program asuransi kesehatan semesta (universal health insurance) yang saat itu mulai diterapkan di banyak negara maju dan tengah berkembang pesat.

Pada saat itu kepesertaannya baru mencakup pegawai negeri sipil beserta anggota keluarganya saja. Namun Siwabessy yakni suatu hari nanti, klimaks dari pembangunan derajat kesehatan masyarakat Indonesia akan tercapai melalui suatu system yang dapat menjamin kesehatan seluruh warga bangsa ini.

Pada 1968, pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1 Tahun 1968 dengan membentuk Badan penyelenggara Dana Pemeliharaan Kesehatan (BPDPK) yang mengatur pemeliharaan kesehatan bagi pegawai Negara dan penerima pensiun beserta keluarganya. Selang beberapa waktu kemudian, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 22 dan 23 Tahun 1984. BPDPK pun berubah status dari sebuah badan di lingkungan Departemen Kesehatan menjadi BUMN, yaitu PERUM HUSADA BHAKTI (PHB), yang melayani jaminan kesehatan bagi PNS, veteran, perintis kemerdekaan, dan anggota keluarganya.

Pada tahun 1992, PHB berubah status menjadi PT Askes (Persero) melalui Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1992. PT Askes (Persero) mulai menjangkau karyawan BUMN melalui program Akses Komersia. Pada Januari 2015, PT Askes (Persero) dipercaya pemerintah untuk melaksanakan program jaminan kesehatan bagi masyarakat miskin (PJKMM) yang selanjutnya dikenal menjadi program Askesin dengan sasaran peserta masyarakat miskin dan tidak mampu sebanyak 60 juta jiwa yang iurannya dibayarkan oleh pemerintah pusat.

PT Askes (Persero) juga menciptakan Program Jaminan Kesehatan Masyarakat Umum (PJKMU), yang ditujukan bagi masyarakat yang belum tercover oleh Jamkesmas, Askes Sosial, maupun asuransi swasta. Hingga saat itu,

ada lebih dari 200 kabupaten/kota atau 6,4 juta jiwa yang telah menjadi peserta PJKMU. PJKMU adalah Jaminan Kesehatan Daerah (Jamkesda) yang pengelolaannya diserahkan kepada PT Askes (Persero).

Langkah menuju cakupan kesehatan semesta pun semakin nyata dengan resmi beroperasinya BPJS Kesehatan pada 1 Januari 2014, sebagai transformasi dari PT Askes (Persero). Hal ini berawal pada tahun 2004 saat pemerintah mengeluarkan UU Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) dan kemudian pada tahun 2011 pemerintah menetapkan UU Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) serta menunjuk PT Askes (Persero) sebagai penyelenggara program jaminan social di bidang kesehatan, sehingga PT Askes (Persero) pun berubah menjadi BPJS Kesehatan.

Melalui program Jaminan Kesehatan Nasional-Kartu Indonesia Sehat (JKN-KIS) yang diselenggarakan oleh BPJS Kesehatan, Negara hadir di tengah kita untuk memastikan seluruh penduduk Indonesia terlindungi oleh jaminan kesehatan yang komprehensif, adil, dan merata. Sejarah singkat tentang Tranformasi PT Askes (Persero) menjadi BPJS Kesehatan sebagai bentuk penyelenggaraan program Asuransi Kesahatan, sebagai berikut:

1. Tahun 1968

Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan yang secara jelas mengatur pemeliharaan kesehatan bagi Pegawai Negeri dan Penerima Pensiun (PNS dan ABRI) beserta anggota keluarganya berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 230 Tahun 1968. Menteri Kesehatan membentuk Badan Khusus di lingkungan Departemen Kesehatan RI yaitu Badan Penyelenggara Dana Pemeliharaan

Kesehatan (BPDPK), oleh Menteri Kesehatan RI pada waktu itu (Prof. Dr. G.A. Siwabessy) dinyatakan sebagai embrio Asuransi Kesehatan Nasional.

2. Tahun 1984

Untuk lebih meningkatkan program jaminan pemeliharaan kesehatan bagi peserta dan agar dapat dikelola secara profesional, pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 1984 tentang Pemeliharaan Kesehatan bagi Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun (PNS, ABRI dan Pejabat Negara) beserta anggota keluarganya. Dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1984, status badan penyelenggara diubah menjadi Perusahaan Umum Husada Bhakti.

3. Tahun 1991

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1991, kepesertaan program jaminan pemeliharaan kesehatan yang dikelola Perum Husada Bhakti ditambah dengan Veteran dan Perintis Kemerdekaan beserta anggota keluarganya. Disamping itu, perusahaan diijinkan memperluas jangkauan kepesertaannya ke badan usaha dan badan lainnya sebagai peserta sukarela.

4. Tahun 1992

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1992 status Perum diubah menjadi Perusahaan Perseroan (PT Persero) dengan pertimbangan fleksibilitas pengelolaan keuangan, kontribusi kepada Pemerintah dapat dinegosiasi untuk kepentingan pelayanan kepada peserta dan manajemen lebih mandiri.

5. Tahun 2005

Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 1241/Menkes/XI/2004 PT Askes (Persero) ditunjuk sebagai penyelenggara Program Jaminan Kesehatan Bagi Masyarakat Miskin (PJKMM). PT Askes (Persero) mendapat penugasan untuk mengelola kepesertaan serta pelayanan kesehatan dasar dan rujukan.

6. Tahun 2008

Pemerintah mengubah nama Program Jaminan Kesehatan Bagi Masyarakat Miskin (PJKMM) menjadi Program Jaminan Kesehatan Masyarakat (Jamkesmas). PT Askes (Persero) berdasarkan Surat Menteri Kesehatan RI Nomor 112/Menkes/II/2008 mendapat penugasan untuk melaksanakan Manajemen Kepesertaan Program Jamkesmas yang meliputi tatalaksana kepesertaan, tatalaksana pelayanan dan tatalaksana organisasi dan manajemen.

Sebagai tindak lanjut atas diberlakukannya Undang-undang Nomor 40/2004 tentang SJSN PT Askes (Persero) pada 6 Oktober 2008 PT Askes (Persero) mendirikan anak perusahaan yang akan mengelola Kepesertaan Askes Komersial. Berdasarkan Akta Notaris Nomor 2 Tahun 2008 berdiri anak perusahaan PT Askes (Persero) dengan nama PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia yang dikenal juga dengan sebutan PT AJIL.

7. Tahun 2009

Pada tanggal 20 Maret 2009 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor Kep-38/KM.10/2009 PT Askes Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia selaku anak perusahaan dari PT Askes (Persero) telah memperoleh ijin

operasionalnya. Dengan dikeluarkannya ijin operasional ini maka PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia dapat mulai menyelenggarakan asuransi kesehatan bagi masyarakat.

8. Tahun 2011

Terkait UU Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional di tahun 2011, PT Askes (Persero) resmi ditunjuk menjadi Badan Penyelenggara Sosial (BPJS) yang meng-cover jaminan kesehatan seluruh rakyat Indonesia yang tertuang dalam UU BPJS Nomor 24 Tahun 2011.

9. Tahun 2014

Mulai tanggal 1 Januari 2014, PT Askes Indonesia (Persero) berubah nama menjadi BPJS Kesehatan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang BPJS.

2. Visi Misi

BPJS Kesehatan bertugas memberikan pelayanan berupa jaminan kesehatan kepada setiap warga Negara sesuai UUD 1945 pasal 28H ayat 3 dan pasal 34 ayat 2. UUD 1945 pasal 28 H ayat 3 disebutkan setiap warga berhak atas jaminan sosial yang memungkinkan pengembangan diri secara utuh sebagai manusia yang bermartabat. Berdasarkan UUD 1945 pasal 28H ayat 3 maka BPJS Kesehatan bertanggung jawab terhadap jaminan sosial warga Negara. Untuk menjalankan tugas dan fungsinya BPJS Kesehatan merumuskan visi dan misi sebagai pedoman program kerja.

Menjalankan fungsinya, BPJS Kesehatan telah merumuskan visi dan misi perusahaan bahkan UU No. 24 tahun 2011 sebagai payung besar. Dalam fungsi BPJS Kesehatan telah memiliki tugas yaitu:

- a. Melakukan dan menerima pendaftaran peserta.
- b. Memungut dan mengumpulkan iuran dari peserta dan pemberi kerja.
- c. Menerima bantuan iuran dari pemerintah.
- d. Mengelola dana jaminan sosial untuk kepentingan peserta.
- e. Mengumpulkan dan mengelola data peserta program jaminan sosial.
- f. Membayarkan manfaat dan membiayai pelayanan kesehatan sesuai dengan ketentuan program jaminan social

a. Visi BPJS Kesehatan

Terwujudnya Jaminan Kesehatan (JKN-KIS) yang berkualitas dan berkesinambungan bagi seluruh Penduduk Indonesia pada tahun 2019 berlandaskan gotong royong yang berkeadilan melalui BPJS Kesehatan yang handal, unggul dan terpercaya.

b. Misi BPJS Kesehatan

Misi BPJS Kesehatan ialah membangun kemitraan strategis dengan berbagai lembaga dan mendorong partisipasi masyarakat dalam perluasan kepesertaan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Misi tersebut adalah:

1. Meningkatkan kualitas layanan yang berkeadilan kepada peserta, pemberi pelayanan kesehatan dan pemangku kepentingan lainnya melalui sistem kerja yang efektif dan efisien.

2. Memperluas kepesertaan JKN-KIS mencakup seluruh Indonesia paling lambat 1 Januari 2019 melalui peningkatan kemitraan dengan seluruh pemangku kepentingan dan mendorong partisipasi masyarakat serta meningkatkan kepatuhan kepesertaan.
3. Menjaga kesinambungan program JKN-KIS dengan mengoptimalkan kolektibilitas iuran, sistem pembayaran fasilitas kesehatan dan pengelolaan keuangan secara transparan dan akuntabel.
4. Memperkuat kebijakan dan implementasi program JKN-KIS melalui peningkatan kerja sama antar lembaga, kemitraan, koordinasi dan komunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan.
5. Memperkuat kapasitas dan tata kelola organisasi dengan didukung SDM yang profesional, penelitian, perencanaan dan evaluasi, pengelolaan proses bisnis dan manajemen resiko yang efektif dan efisien serta infrastruktur dan teknologi informasi yang handal.

3. Landasan Hukum BPJS Kesehatan

Landasan Hukum BPJS Kesehatan

- a. Undang-Undang Dasar 1945.
- b. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional.
- c. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial.
- d. Peraturan Presiden RI Nomor 12 Tahun 2013 tentang Jaminan Kesehatan.

1) Hak dan Kewajiban

Dalam undang-undang nomor 24 Tahun 2011 di jelaskan mengenai hak dan kewajiban BPJS, yakni:

2) Hak

Dalam melaksanakan kewenangan sebagaimana dimaksud dalam pasal 11, BPJS berhak untuk:

- a) Memperoleh dan operasional untuk penyelenggara program yang bersumber dari Dana Jaminan Sosial dan sumber lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b) Memperoleh hasil monitoring dan evaluasi penyelenggaraan program Jaminan Sosial dari DJSN setiap 6 bulan.

3) Kewajiban

- a) Memberikan nomor identitas tunggal kepada peserta.
- b) Mengembangkan aset Dana Jaminan Sosial dan aset BPJS untuk sebesar-besarnya kepentingan peserta.
- c) Memberikan informasi melalui media massa cetak dan elektronik mengenai kinerja, kondisi keuangan. Serta kekayaan dan hasil pengembangannya.
- d) Memberikan manfaat kepada seluruh peserta sesuai dengan Undang-Undang tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional.
- e) Memberikan informasi kepada peserta mengenai prosedur untuk mendapatkan hak dan memenuhi kewajibannya.

- f) Memberikan informasi kepada peserta mengenai saldo jaminan hari tua dan pengembangannya 1 kali dalam 1 tahun.
- g) Memberikan informasi kepada peserta mengenai besar hak pensiun 1 kali dalam 1 tahun.
- h) Membentuk cadangan teknis sesuai dengan standar praktik aktuarial yang lazim dan berlaku umum.
- i) Melakukan pembukuan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku dalam penyelenggaraan jaminan Sosial.

4. Fungsi, Tugas dan Wewenang BPJS Kesehatan

a. Fungsi

UU BPJS menentukan bahwa BPJS Kesehatan berfungsi menyelenggarakan program jaminan kesehatan. Jaminan Kesehatan menurut UU SJSN diselenggarakan secara nasional berdasarkan prinsip asuransi sosial dan prinsip ekuitas, dengan tujuan menjamin agar peserta memperoleh manfaat pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatan.

b. Tugas

Dalam melaksanakan fungsi sebagaimana tersebut diatas BPJS bertugas:

- 1) Melakukan dan menerima pendaftaran peserta.
- 2) Memungut dan mengumpulkan iuran dari peserta dan pemberi kerja.
- 3) Menerima bantuan iuran dari pemerintah.
- 4) Mengelola Dana Jaminan Sosial untuk kepentingan peserta.
- 5) Mengumpulkan dan mengelola data peserta program jaminan sosial.

- 6) Membayarkan manfaat dan membiayai pelayanan kesehatan sesuai dengan ketentuan program jaminan sosial.
- 7) Memberikan informasi mengenai penyelenggaraan program jaminan sosial kepada peserta dan masyarakat.

c. Wewenang

Dalam melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud di atas BPJS berwenang:

- 1) Menagih pembayaran iuran.
- 2) Menempatkan Dana Jaminan Sosial untuk investasi jangka pendek dan jangka panjang dengan mempertimbangkan aspek likuiditas, solvabilitas, kehati-hatian, keamanan dana, dan hasil yang memadai.
- 3) Melakukan pengawasan dan pemeriksaan atas kepatuhan peserta dan pemberi kerja dalam memenuhi kewajibannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan jaminan sosial nasional.
- 4) Membuat kesepakatan dengan fasilitas kesehatan mengenai besar pembayaran fasilitas kesehatan yang mengacu pada standar tarif yang ditetapkan oleh pemerintah.
- 5) Membuat atau menghentikan kontrak kerja dengan fasilitas kesehatan.
- 6) Mengenaikan sanksi administratif kepada peserta atau pemberi kerja yang tidak memenuhi kewajibannya.
- 7) Melaporkan pemberi kerja kepada instansi yang berwenang mengenai ketidakpatuhannya dalam membayar iuran atau dalam memenuhi kewajiban lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- 8) Melakukan kerjasama dengan pihak lain dalam rangka penyelenggaraan program jaminan sosial.

5. Tata Nilai BPJS Kesehatan

Tata Nilai Organisasi (Organizations Values) dan Pernyataan Makna (Meaning Statement) Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan:

Pasal 1

Pernyataan makna (Meaning Statement) dari BPJS adalah **“Kami Yakin dengan Pertolongan Tuhan Yang Maha Esa dapat Mencapai Cakupan sebagai Warisan untuk Indonesia Yang Lebih Baik”**.

Pasal 2

Tata Nilai Organisasi BPJS Kesehatan:

a. Integritas (Integrity)

Integritas merupakan prinsip dalam menjalankan setiap tugas dan tanggung jawab melalui keselarasan berfikir, berkata dan berperilaku sesuai dengan keadaan sebenarnya.

b. Profesional (Professional)

Profesional merupakan karakter dalam melaksanakan tugas dengan kesungguhan sesuai dengan kompetensi dan tanggung jawab yang diberikan.

c. Pelayanan Prima (Service Excellence)

Pelayanan prima merupakan tekad dalam memberikan pelayanan terbaik dengan ikhlas kepada seluruh peserta.

d. Efisiensi Operasional (Operation Excellence)

Efisiensi operasional merupakan upaya untuk mencapai kinerja optimal melalui perencanaan yang tepat dan penggunaan anggaran yang rasional sesuai dengan kebutuhan.

Pasal 3

10 Prilaku Utama Duta BPJS Kesehatan, yakni:

1. Mendahulukan kepentingan organisasi di atas kepentingan individu atau kelompok.
2. Selaras antara pikiran, ucapan dan tindakan.
3. Berani mengakui dan mempertanggung jawabkan kesalahan.
4. Meningkatkan kompetensi secara berkesinambungan.
5. Mengutamakan kualitas proses dan hasil kerja.
6. Berpikiran positif dan mau menyesuaikan diri terhadap perubahan.
7. Bersikap proaktif terhadap kebutuhan peserta.
8. Berempati dan sabar dalam melayani peserta.
9. Merencanakan anggaran berdasarkan prioritas kebutuhan.
10. Hemat dan rasional dalam penggunaan anggaran.

Pasal 4

Wujud perilaku dari tata nilai organisasi akan ditetapkan tersendiri melalui keputusan Direksi BPJS Kesehatan.

Pasal 5

Peraturan ini berlaku terhitung sejak tanggal ditetapkan.

6. Tugas-Tugas yang ada di BPJS Kesehatan

1. Kepala Kantor Cabang

Uraian Tugas Kepala Kantor Cabang adalah:

- a. Menyusun rencana kerja dan anggaran.
- b. Merencanakan kegiatan kerja untuk pencapaian kinerja kantor cabang.
- c. Merencanakan dan mengarahkan penyusunan peta potensi kepesertaan untuk tercapainya target pemasaran.
- d. Mengarahkan dan mengendalikan terselenggaranya pelayanan bagi peserta.
- e. Melakukan koordinasi dan kerja sama dengan mitra dalam rangka perluasan pembiayaan, kepesertaan dan peningkatan pelayanan.

2. Kepala Bidang Perluasan Peserta dan Kepatuhan

a. Relationship Officer

- 1) Bertugas melakukan kegiatan sosialisasi program jaminan kesehatan BPJS Kesehatan secara langsung badan ke usaha atau badan hukum (kegiatan kunjungan).
- 2) Rekrutmen Peserta Pekerja Penerima Upah.
- 3) Monitoring Pendaftaran Peserta dan Pembayaran Iuran Pertama PPU.
- 4) Monitoring Registrasi Peserta PPU.

b. Staf Administrasi Perluasan Kepesertaan

- 1) Memverifikasi, menyimpan, memutakhirkan, melakukan pencarian kembali, memvalidasi, dan mendistribusikan dokumen atau data.

- 2) Membuat laporan aktifitas yang relevan terkait ruang lingkup pekerjaan secara berkala.
- 3) Melakukan evaluasi dan memberikan masukan terhadap unit kerjanya yang terkait dengan pedoman yang berlaku.

c. Staf Administrasi Pemeriksaan

Melakukan pemeriksaan setiap badan usaha yang tidak patuh, dalam artian badan usaha tidak mendaftarkan ke BPJS Kesehatan walaupun Relationship Officer telah melakukan kunjungan untuk sosialisasi program jaminan kesehatan.

3. Kepala Bidang Kepesertaan dan Pelayanan Peserta

a. Supervisor Pront Liner

- 1) Memverifikasi, menyimpan, memutakhirkan, melakukan pencarian kembali, memvalidasi, dan mendistribusikan dokumen atau data kepesertaan.
- 2) Melakukan verifikasi dan validasi data.
- 3) Merekapitulasi jumlah formulir.
- 4) Mencatat identitas peserta dan informasi yang diminta tentang komunikasi dan pemberian informasi langsung.

b. Staf Penanganan Pengaduan Peserta

- 1) Menerima Eskalasi Keluhan Peserta Dari Staf Pelayanan Peserta.
- 2) Menerima keluhan peserta.
- 3) Memberikan penjelasan kepada peserta dan menyelesaikan keluhan peserta.
- 4) Melakukan kunjungan terkait penyelesaian keluhan kepada peserta.

4. Kepala Bidang Penjaminan Manfaat Primer

Tugasnya adalah meningkatkan hubungan kemitraan dengan fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP), meneliti dokumen penagihan FKTP, mengendalikan pelayanan di FKTP, dan membuat laporan. Dalam menjalankan tugasnya Kepala Unit Manajemen Pelayanan Kesehatan Primer di bantu oleh:

- a. Verifikator.
- b. Staf Manajemen Manfaat dan Kemitraan Fasilitas Kesehatan Primer.
- c. Staf Manajemen Utilisasi Pelayanan Kesehatan dan Anti Fraud.

5. Kepala Bidang Penjaminan Manfaat Rujukan

Tugasnya adalah meningkatkan hubungan kemitraan dengan fasilitas kesehatan tingkat lanjut (FKTL), meneliti dokumen penagihan dari FKTL, mengendalikan pelayanan di FKTL, dan membuat laporan. Dalam menjalankan tugasnya kepala unit manajemen pelayanan kesehatan rujukan dibantu oleh:

- a. Verifikator.
- b. Staf manajemen manfaat dan kemitraan fasilitas kesehatan rujukan.
- c. Staf manajemen utilisasi pelayanan kesehatan dan anti fraud.

6. Kepala Bidang SDM, Umum dan Komunikasi Publik

- a. Staf SDM dan Komunikasi Internal

Mengurusi segala macam bentuk yang bersangkutan dengan kepegawaian.

- b. Staf Umum dan Kesekretariatan

- 1) Melakukan kegiatan pemeliharaan, perbaikan atau service alat angkutan (rutin maupun non rutin).
- 2) Melakukan pemeliharaan asset.

- 3) Membuat kodefikasi asset sesuai klasifikasinya dari unit kerja yang membutuhkan.
- 4) Melakukan pemilihan surat sesuai dengan klasifikasi yang telah ditentukan sebelumnya.

c. Staf Komunikasi Publik

menyusun rencana kerja pengawasan kepatuhan, melakukan koordinasi untuk melakukan tindakan yang diperlukan, menerbitkan surat konfirmasi dan pengecekan data.

7. Kepala Bidang Penagihan dan Keuangan

a. Staf Penagihan

- 1) Mengelola keabsahan atau validitas data tagihan iuran melalui koordinasi dengan staf administrasi kepesertaan meliputi pengumpulan data analisa dan hasil perhitungan iuran berdasarkan data masterfile kepesertaan.
- 2) Mengelola administrasi penagihan dan melakukan kegiatan penagihan dimulai dari tanggal 1 sampai dengan tanggal 10 setiap bulannya kepada peserta dan pemberi kerja.
- 3) Melakukan koordinasi dengan petugas pemeriksa terkait dengan kepatuhan pembayaran iuran peserta dan pemberi kerja setelah melakukan kegiatan penagihan iuran sesuai dengan SLA.

b. Staf Perencanaan dan Pembukuan

Tugasnya adalah menerbitkan neraca perolehan kantor cabang, menandatangani cek, bilyet giro untuk pembayaran bersama kepala kantor cabang atau pejabat yang di tunjuk, mengendalikan anggaran, menandatangani voucher

penerimaan dan pengeluaran kas atau bank, monitoring dan evaluasi terhadap penerimaan iuran, melakukan verifikasi atas semua bukti transaksi keuangan, mengkoordinir pembuatan laporan manajemen, mengendalikan tertib administrasi, distribusi, pengarsipan, melaporkan semua jenis pajak, membina sumber daya manusia dan memenuhi sarana kantor, serta membuat laporan.

8. IT Helpdesk

Tugasnya adalah melakukan pemeliharaan penjaga keamanan database, melakukan pengiriman data kepesertaan dan iuran ke kantor pusat, mengatur kewenangan pemakai sistem, melakukan back up untuk kelangsungan operasional (back up, security dan recovery), melakukan pengolahan dan pemeliharaan fasilitas komputer berupa hardware, software dan jaringan untuk memastikan pemakaian yang optimal.

B. Hasil Penelitian

Program-program sosialisasi yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sudah menjadi program yang telah direncanakan sebelumnya oleh BPJS Kesehatan Pusat. Kepala BPJS Kesehatan Divisi Regional II, Benjamin S Saut PS, menyatakan bahwa segala jenis sosialisasi di tiap daerah telah melalui rapat yang telah dikoordinasikan sebelumnya pada saat peresmian BPJS Kesehatan. Menurutnya kegiatan sosialisasi di Kota Pekanbaru telah menjadi agenda yang ditetapkan bentuk sosialisasinya. Media, program kegiatan, hingga sosialisasi dari desa ke desa telah menjadi agenda sosialisasi yang tersusun sebelumnya. Saat ini bagaimana masyarakat menyikapinya dengan baik, kemudian dengan mengurus kepesertaan BPJS Kesehatan adalah hal utamanya.

Dalam perjalanannya, menurut Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan sendiri sudah dilakukan dengan maksimal. Namun, masalah-masalah eksternal yang tidak dapat dielakkan menjadi sebab mengapa target tetap tidak tercapai. Menurutnya semua skema strategi untuk sosialisasi telah dilakukan. Perkembangan yang terlihat adalah lebih banyak pendaftaran kepesertaan yang tercapai pada tahun ini dibandingkan tahun sebelumnya. Masyarakat sudah mulai menerima perubahan dari Askes kepada BPJS Kesehatan.

“ Kita akan tetap melakukan sosialisasi walaupun ini berjalan lambat dan masyarakat kurang peka dengan perubahan ini. Kita ingin mewujudkan kemajuan kesehatan yang baik untuk mengejar ketertinggalan dari Negara lain.” (wawancara dengan Kacab BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus)

Hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa BPJS Kesehatan tetap melakukan sosialisasi hingga masyarakat di seluruh Riau tergabung dengan BPJS Kesehatan secara keseluruhan.

1. Strategi Komunikator BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sangat memperhatikan komunikator dalam menyampaikan pesan ataupun siapa saja yang akan menjadi penyampai pesan kepada khalayak, jika tidak maka pesan yang disampaikan akan tidak dimengerti oleh sasaran terlebih jika daya tarik sumber tidak membuat khalayak untuk berminat untuk mendengarkan apa-apa yang disampaikan oleh komunikator.

Adapun strategi komunikator yang sering diperhatikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebelum melakukan sosialisasi adalah :

“Pada saat BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru mengadakan sosialisasi biasanya seluruh Staf BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, dilibatkan secara langsung. Sosialisasi yang kami lakukan dengan berbagai kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang pentingnya kepesertaan BPJS Kesehatan bagi masyarakat” (wawancara dengan Kacab BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE, MM, 11 Agustus 2021)

Dari hasil wawancara dan pengamatan penulis, maka dapat disimpulkan strategi komunikator BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan tentang BPJS Kesehatan selalu memperhatikan kredibilitas seorang narasumber untuk bisa mensukseskan setiap kegiatan sosialisasi.

Dapat diketahui bahwa pegawai melakukan pelatihan dan pengembangan keahlian bagi pegawai guna untuk mengetahui dan menguasai segala sesuatu tentang BPJS Kesehatan sebelum melakukan penetrasi terhadap masyarakat.

2. Strategi Khalayak BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru

Dalam kegiatan pemilihan sasaran komunikasi, terlebih dahulu perlu ditentukan siapa yang menjadi sasaran atau khalayak yang akan dituju baik itu individu, kelompok, ataupun publik umum yang nantinya mempengaruhi secara kritis apa yang disampaikan oleh komunikator mengenai apa yang dikatakan serta bagaimana cara mengatakan, kapan mengatakannya, dimana dan kepada siapa mengatakannya.

Dalam menentukan khalayak komunikator terlebih dahulu harus ditetapkan siapa saja sasaran yang akan menjadi khalayak komunikator. Hal ini karena masyarakat atau kelompok orang yang akan menjadi sasaran komunikator tersebut

akan berpengaruh terhadap keputusan yang akan dibuat oleh komunikator. Keputusan tersebut meliputi apa yang dikatakan, bagaimana mengatakannya, kapan mengatakannya, dimana, dan kepada siapa mengatakannya. Dalam melakukan analisis terhadap kelompok sasaran maka hal pertama yang harus diperhitungkan adalah memperkirakan kesan audiens terhadap suatu permasalahan yang akan dibahas.

Dalam melaksanakan komunikasi maka yang menjadi khalayak atau kelompok sasaran BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru adalah seluruh masyarakat yang ada di Kota Pekanbaru. Dalam strateginya, BPJS Kesehatan hanya perlu meletakkan teknik sosialisasi yang berbeda di tiap lapisan masyarakat. Perbedaan pendidikan, usia, dan pekerjaan mempengaruhi bagaimana masyarakat menerima informasi yang diberikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru. Hal ini dipertegas oleh Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM:

“Untuk setiap sosialisasi yang kami lakukan dibedakan dengan cara penyampaiannya. Untuk sosialisasi terhadap instansi atau lembaga baik swasta maupun pemerintahan tetap dilakukan melalui media-media seperti radio, surat kabar dan seminar yang diselenggarakan. Namun dibedakan untuk masyarakat, selain menggunakan media tadi, kami mengadakan *stand* BPJS Kesehatan sebagai teknik pendekatan yang rutin dilakukan secara keliling di setiap Kecamatan, baik itu di puskesmas, rumah sakit dan jalan.” (wawancara tanggal 11 Agustus 2021)

Tanggapan Salah seorang staff BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dibawah ini menggambarkan faktor yang menjadi pendukung strategi khalayak :

”Sejauh ini BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru mampu menyampaikan informasi-informasim dan mensosialisasikan baik informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada publik penyampaian informasi ini dilakukan melalui baliho yang terpampang disudut Kota Pekanbaru dan melalui media radio RRI Kota Pekanbaru”. (Wawancara pada tanggal 11 Agustus 2021)

Tanggapan Salah seorang staff BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dibawah ini menggambarkan faktor yang menjadi pendukung strategi khalayak :

”Sejauh ini BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru mampu menyampaikan informasi-informasi dan mensosialisasikan baik informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada publik penyampaian informasi ini dilakukan melalui baliho yang terpampang disudut Kota Pekanbaru dan melalui media radio RRI Kota Pekanbaru”. (Wawancara pada tanggal 11 Agustus 2021)

Dari hasil wawancara diatas pihak BPJS Kesehatan menetapkan bahwa perbedaan yang dilakukan pada saat sosialisasi untuk lebih mengarah kepada jenis sosialisasinya. Strategi yang digunakan BPJS Kesehatan mengenai pemilihan sasaran komunikasi kepada khalayak dengan penekanan kepada identifikasi siapa saja sasaran dari tiap sosialisasinya, sehingga tidak ada *layer* yang menghalangi diterimanya informasi tersebut kepada masyarakat.

3. Strategi Pesan BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru

Untuk dapat dimengerti dengan baik oleh masyarakat, pesan yang disampaikan harus dapat dimengerti dan dicerna dengan baik oleh masyarakat. Sehingga pengolahan pesan harus diperhatikan lebih seksama agar strategi komunikasi dalam proses sosialisasi dapat berjalan dengan lancar. Pesan merupakan sesuatu yang memberi pengertian terhadap penerimanya. Pesan komunikasi dalam mensosialisasikan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menentukan keberhasilan strategi komunikasi tersebut. Apabila penyampaian pesan komunikasi dalam sosialisasi tidak ditetapkan dengan benar maka pelaksanaan sosialisasi juga tidak akan berjalan baik dan lancar.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui mengenai strategi pesan komunikasi untuk mensosialisasikan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

“Secara garis besar strategi pesan sosialisasi yang kami sampaikan sudah dapat dimengerti dengan baik, dimana tujuan dari BPJS Kesehatan sendiri secara jelas sudah diterangkan dengan lengkap disetiap sosialisasi. Isi dari tiap pesan yang disampaikan untuk mengajak seluruh lapisan masyarakat dengan pesan yang sederhana dan dengan format yang jelas. Kami juga menyampaikan dengan adanya kepesertaan BPJS Kesehatan, maka seluruh masyarakat dapat menikmati dengan mudah layanan kesehatan yang sudah disediakan di hampir seluruh rumah sakit yang ada di Kota Pekanbaru” (Hasil wawancara Kepala Unit Pemasaran BPJS Kesehatan, Ibu Alicia Ade Nursyafna, SKM Kota Pekanbaru, tanggal 10 Agustus 2021)

Selanjutnya, agar strategi pesan tentang kepesertaan BPJS Kesehatan dapat diterima dengan baik dikemukakan oleh Staf Adm Pemasaran, Ibu Ivo Sartika adalah sebagai berikut:

“Tujuan pesan tentang keanggotaan BPJS Kesehatan dikemas dalam penyampaiannya yang lebih sederhana, sehingga memudahkan seluruh lapisan masyarakat untuk mengerti dan memahami maksud dari pesan tersebut. Sosialisasi sendiri sudah kami lakukan dengan program seperti *stand* pada acara-acara yang ada di Kota Pekanbaru. Penyampaian pesan tentunya dengan cara lebih sederhana dan bersifat mengajak yang umum digunakan. Kemudian, kami menyampaikan cara-cara pendaftaran BPJS Kesehatan yang mudah dan tidak rumit.” (wawancara tanggal 10 Agustus 2021)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penyampaian strategi pesan yang disampaikan oleh Unit Pemasaran dan Humas BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menggunakan pesan-pesan yang mudah dimengerti dan dipahami. Dari sosialisasi yang dilakukan Humas BPJS Kota Pekanbaru dapat diketahui strategi pesan sepenuhnya kepada ajakan dengan kemudahan dalam penggunaan dan pembuatan kepesertaan BPJS Kesehatan. Hal

ini ditambahkan oleh Kepala Unit Pemasaran BPJS Kota Pekanbaru, Ibu Alicia Ade Nursyafna, SKM tentang strategi pesan dalam sosialisasi BPJS Kesehatan:

“Kami menyampaikan isi pesan dalam sosialisasi seperti kemudahan pendaftaran kepesertaan BPJS Kesehatan, kemudian keuntungan dari penggunaan BPJS Kesehatan pada rumah sakit yang ada di Kota Pekanbaru. Sosialisasi lebih mengarah kepada keanggotaan peserta BPJS Kesehatan sendiri, seperti proses pendaftaran, penggunaan, dan manfaat yang diperoleh.” (wawancara 11 Agustus 2021)

Selanjutnya ditambahkan kembali:

“Kita selalu menyampaikan pesan yang bersifat informatif dan mengajak masyarakat untuk segera menjadi peserta BPJS Kesehatan. Se jauh ini kita melihat masyarakat menerima dan antusias terhadap perubahan ini. Peningkatan jumlah kepesertaan juga semakin terlihat meningkat dari beberapa bulan sebelumnya” (wawancara 11 Agustus 2021)

Selain itu bagaimana strategi pesan yang diterima oleh masyarakat sendiri sangat beragam. Dari penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara kepada pengguna maupun masyarakat yang belum terdaftar, opini masyarakat tentang kehadiran BPJS Kesehatan beragam.

“Informasi pesan yang diberikan BPJS Kesehatan sudah sangat baik, masyarakat cepat mengerti. Namun kendalanya dalam pengurusan peserta saja yang terlalu lama dan banyak prosesnya” (wawancara dengan peserta BPJS Kesehatan, Ibu Rohimah, warga Kecamatan Tampan, tanggal 16 Agustus 2021)

Ditambahkan oleh Bapak Anto, warga Kecamatan Tampan yang belum menjadi peserta BPJS Kesehatan;

“Informasinya sudah bagus, pesan yang disampaikan jelas, namun pengurusannya yang terlalu lama, sehingga saya belum mempunyai waktu untuk mengurus” (wawancara tanggal 16 Agustus 2021)

Dari hasil wawancara diatas, strategi pesan telah tersampaikan dengan baik. Kendala yang ditemui yaitu dalam pengurusan BPJS Kesehatannya saja. Dengan menghubungkan melalui teori yang ada, strategi pesan dapat ditemui

pada hal ini. Perhatian kepada pesan yang disampaikan telah diterima oleh khalayak, kemudian melalui teori AIDDA, *action* yang dilakukan oleh khalayak dapat terlihat. Kekurangan yang terlihat pada faktor pengurusan yang mengatakan terlalu banyak syarat dan lain sebagainya.

Seperti hasil wawancara dengan Ibu Endang, warga kecamatan Tampan sebagai berikut:

“Ajakan untuk mendaftar sebagai peserta BPJS Kesehatan sudah pernah saya baca, tetapi masih belum ada waktu untuk mengurusnya. Informasi yang diberikan saya rasa sangat jelas dan mudah dimengerti.”
(wawancara 16 Agustus 2021)

Pesan yang diberikan berupa informasi untuk mengajak masyarakat mendaftar untuk kepesertaan dirasa sudah sesuai dengan strategi komunikasi. Faktor lain yang menjadi hambatan bagi warga salah satunya adalah soal waktu untuk mengurusnya.

Opini lainnya dari Ibu Asni, warga Kecamatan Tampan tentang pesan yang disampaikan dalam sosialisasi BPJS Kesehatan:

“Sebelumnya saya mengetahui informasi BPJS Kesehatan dari berita di televisi, isi pesan yang disampaikan mudah diingat bahwa BPJS Kesehatan merupakan perubahan dari Askes. Mudah dipahami mengenai informasinya, sosialisasi di daerah saya juga disampaikan dengan baik di Kelurahan”

Dapat disimpulkan bahwa pesan yang diberikan dalam sosialisasi BPJS Kesehatan sudah dimengerti dengan baik oleh masyarakat. Adapun informasi yang diberikan telah dapat diserap dengan baik oleh masyarakat. Kegiatan sosialisasi yang diberikan BPJS Kesehatan secara praktek sudah terlaksana dengan baik.

4. Strategi Pemilihan Media Komunikasi BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru

Media komunikasi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan atau khalayak. Dalam strategi sosialisasi oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru telah menyiapkan media khusus dalam mensosialisasikannya. Media komunikasi dipengaruhi oleh komunikator untuk berkomunikasi dengan berbagai tipe khalayak, baik secara formal dan nonformal, baik secara tatap muka maupun dengan menggunakan media.

Menurut masyarakat iklan pada media- media yang ada tentang BPJS Kesehatan dirasa sudah cukup untuk mengajak masyarakat segera mendaftarkan diri untuk kepesertaan BPJS Kesehatan. Ditegaskan oleh warga jalan Parit Indah:

“Awalnya saya kaget dengan perubahan dari Askes kepada BPJS Kesehatan, setelah melihat iklan beberapa kali saya mencari info tentang bagaimana pendaftarannya. Mudah-mudahan dengan BPJS Kesehatan masyarakat tidak mampu terbantu, karena dulu susah untuk menggunakan kartu Askes.” (wawancara dengan peserta BPJS Kesehatan, Ibu Asni, tanggal 18 Agustus 2021)

Dari hasil wawancara diatas diketahui iklan tentang BPJS Kesehatan dapat dimengerti oleh masyarakat. Pencarian informasi dengan lebih menyeluruh terlihat bahwa masyarakat menyadari arti penting BPJS Kesehatan. Hal serupa juga disampaikan oleh warga di Kecamatan Lima Puluh yang belum terdaftar kepesertaan BPJS Kesehatan:

“Saya melihat iklan tentang BPJS Kesehatan dan saya rasa sudah sesuai untuk mengajak masyarakat, namun saya belum mempunyai waktu untuk mengurusnya. Menurut teman- teman saya yang sudah menjadi peserta

BPJS Kesehatan agak lama dalam pengurusan dan mesti mengantri lama, jadi nanti sajalah saya mengurusnya.” (wawancara dengan Bapak Hendra, tanggal 14 Agustus 2021)

Kemudian, BPJS Kesehatan menggunakan beberapa media dalam proses sosialisasinya. Media komunikasi yang digunakan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan BPJS Kesehatan kepada khalayak, antara lain:

a. Media Cetak

Media cetak yang digunakan sebagai publikasi BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru seperti Riau Pos, Koran Tribun, Pekanbaru Pos, Koran Riau. Sejauh ini pada media cetak selalu memberikan informasi terkini seputar BPJS di Kota Pekanbaru. Sesuai dengan wawancara dengan Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM yang ditemui pada tanggal 11 Agustus 2021:

“Publikasi yang kami lakukan di Kota Pekanbaru adalah dengan memasukkan iklan pada Koran seperti Riau Pos, Koran Tribun, Pekanbaru Pos, dan Koran Riau. Diharapkan masyarakat dapat mengakses informasi terkini dari BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru”

Pemilihan media cetak seperti diatas menjadi pilihan utama dikarenakan pembaca Kota Pekanbaru banyak yang mengkonsumsi koran-koran tersebut. Sejumlah media cetak lainnya juga banyak memberikan informasi seputar BPJS Kesehatan, namun untuk media cetak lain seperti majalah proses publikasinya melalui BPJS Kesehatan Pusat.

“Media cetak seperti majalah Tempo dan Gatra juga menyajikan informasi BPJS Kesehatan, tetapi ini melalui BPJS Kesehatan pusat. Kita hanya diberikan tugas untuk publikasi pada Koran saja” (wawancara Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus 2021)

Media-media cetak yang menyajikan informasi tentang BPJS Kesehatan ini dapat dikatakan mampu menjangkau lapisan masyarakat di Kota Pekanbaru. Kepala Unit Pemasaran BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru juga mengatakan bahwa koran- koran yang telah melakukan kerja sama dengan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru tetap *update* untuk perkembangan terkini BPJS Kesehatan di Kota Pekanbaru. Selain itu, iklan-iklan BPJS Kesehatan selalu ada di setiap koran-koran yang telah melakukan kerja sama dengan BPJS Kesehatan.

b. Media Televisi dan Radio

Media audio visual seperti televisi adalah media yang sangat baik dalam menyampaikan informasi apapun. Khalayak dapat melihat dan mendengar bentuk informasi yang disampaikan. Media seperti radio yang saat ini menjadi media yang disukai oleh pengendara roda empat juga menjadi salah satu strategi yang baik dalam penyebaran informasi. Pada strategi sosialisasi BPJS Kesehatan di Kota Pekanbaru, Media televisi yang juga menyiarkan informasi seputar BPJS Kesehatan menjadi agenda yang sudah ditetapkan melalui BPJS Kesehatan Nasional.

“Untuk media seperti televisi, di Kota Pekanbaru khususnya menayangkan seputar iklan tentang BPJS Kesehatan pada stasiun Riau Televisi (RTV). Selanjutnya untuk stasiun televisi swasta lainnya seperti Metro TV, TV One, Rajawali TV, dan Net TV sudah menjadi tanggung jawab BPJS Kesehatan Nasional. Untuk informasi dari radio, BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menggandeng beberapa stasiun radio seperti Aditya Fm, Persada Radio, Gress Fm, dan RBT Fm. ” (wawancara Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus 2021)

Dari wawancara diatas dapat diketahui dengan pemilihan media televisi dan radio mana saja yang ikut berperan dalam memberikan informasi tentang

BPJS Kesehatan di Kota Pekanbaru. Ditambahkan oleh beliau, bahwa radio – radio swasta yang lebih senior dalam hal ini menjadi pilihan dalam penyampaian informasi mengenai BPJS Kesehatan.

c. Media Tatap Muka atau Secara Langsung

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru melakukan strategi dalam sosialisasinya dengan menggunakan tatap muka secara langsung. Program-program kegiatan BPJS Kesehatan yang dilakukan seperti mengadakan *stand* BPJS Kesehatan pada acara *Car Freeday* yang diadakan tiap hari minggu di ruas jalan Diponegoro Kota Pekanbaru. *Stand* BPJS Kesehatan sendiri dibuka dengan menawarkan pendaftaran secara langsung untuk yang belum terdaftar BPJS Kesehatan.

Selain itu seminar tentang BPJS Kesehatan juga dilakukan di berbagai tempat seperti Hotel Labersa, Hotel Pangeran dengan mengundang Kepala BPJS Sumbateg, Benjamin S Saut PS. Kegiatan seminar ini diharapkan mampu menjadi salah satu publikasi yang menjadi pusat informasi kepada dinas-dinas terkait yang turut hadir pada seminar. Seminar ini setidaknya menjadi pedoman yang baik sebagai acuan kepada dinas-dinas di Kota Pekanbaru untuk memberitahukan kepada karyawan- karyawannya yang belum ikut serta dalam kepesertaan BPJS Kesehatan.

“Kami juga mengadakan seminar tentang BPJS Kesehatan dengan maksud untuk mengenalkan pentingnya kepesertaan BPJS Kesehatan kepada seluruh karyawan yang ada di Kota Pekanbaru. Kami mengundang seluruh instansi yang ada di Kota Pekanbaru agar dapat berpartisipasi agar terwujudnya target pemerintah mengenai pemerataan BPJS Kesehatan di seluruh Indonesia.” (wawancara Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus 2021)

Penggunaan media tatap muka atau secara langsung mempunyai keunggulan tersendiri dalam sosialisasi. *Feedback* dari peserta seminar dapat diketahui secara langsung baik itu mengenai proses pendaftaran dan bagaimana cara menggunakan kepesertaan BPJS sendiri.

Diungkapkan oleh *Relationship Officer* BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Ibu Ira Triwahyuni, SE mengenai kegiatan sosialisasi *car freeday* yang rutin dilakukan di hari minggu pagi:

“Masyarakat antusias dengan *stand* BPJS Kesehatan, dari yang dilihat minat mereka sangat besar dengan kepesertaan ini. Banyak juga pertanyaan yang diberikan seputar pendaftaran dan sebagainya. Kebetulan saat itu kami melayani untuk pendaftaran langsung ditempat dengan syarat yang dilengkapi.” (wawancara 3 September 2021)

Selanjutnya, media tatap langsung diakui efisien dimana masyarakat banyak yang mendaftarkan diri secara langsung di minggu selanjutnya. *Stand* BPJS Kesehatan yang ada di Jalan Diponegoro menjadi alternatif selain di kantor BPJS sendiri untuk pendaftaran peserta. Berikut wawancara dengan Ibu Ira Wahyuni, Amd.Keb:

“Banyak masyarakat yang mendaftar saat kami mengadakan *stand* di acara *car freeday* tersebut. Sangat membantu mereka yang pada saat hari biasa tidak dapat mengurus karena pekerjaan dan sebagainya. Hari minggu menjadi waktu yang pas bagi mereka yang banyak kesibukan di hari biasa.” (wawancara 3 September 2021)

Seperti yang diungkapkan Ibu Asni dalam tanggapannya mengenai *stand* pendaftaran BPJS Kesehatan yang ada di Jalan Diponegoro:

“Tetangga saya ada yang mendaftar langsung ketika BPJS Kesehatan mengadakan *stand* di acara *Car Free day*. Bagi masyarakat yang tidak mempunyai waktu luang menjadi terbantu dengan adanya *stand* tersebut” (hasil wawancara tanggal 18 Agustus 2021)

Efisiensi dari media tatap langsung menjadi sosialisasi yang terbaik yang dapat dilakukan, banyaknya masyarakat yang tidak mempunyai waktu luang dalam pengurusan di hari biasa menjadi solusi terbaik dengan diadakannya *stand* pada hari minggu tersebut.

d. Baliho dan Spanduk

Media terakhir yang digunakan dalam publikasi dan strategi sosialisasi oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru adalah Baliho dan Spanduk. Terlihat di beberapa ruas jalan protokol Kota Pekanbaru Baliho mengenai BPJS Kesehatan. Penggunaan ini untuk tetap mengingatkan masyarakat yang belum terdaftar dalam BPJS Kesehatan di Kota Pekanbaru untuk segera mendaftar. Kalimat ajakan pada Baliho dan spanduk dapat terlihat di jalan Sudirman, jalan Ahmad Yani, dan jalan Yos Sudarso Rumbai.

Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, menyampaikan titik-titik pemasangan baliho dan spanduk lebih diutamakan pada ruas jalan yang ramai dilalui oleh pengendara, dimana isinya tidak terlalu panjang namun tetap mengingatkan masyarakat agar segera melakukan pendaftaran BPJS Kesehatan.

“Kita memasang beberapa spanduk dan baliho dalam upaya memberitahukan kepada masyarakat mengenai BPJS Kesehatan di beberapa titik jalan besar di Kota Pekanbaru. Isi pesannya menyerukan untuk segera mendaftar menjadi peserta BPJS” (wawancara Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus 2021)

Baliho dan spanduk merupakan salah satu alat dalam penyampaian informasi kepada khalayak yang bersifat luas, dapat dikategorikan kepada media massa. Sesuai dengan teori pada penelitian ini, media massa adalah alat yang

digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak yang tersebar di banyak tempat dengan menggunakan alat-alat komunikasi yang memiliki karakteristik.

C. Pembahasan

Strategi yang dilakukan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi jamina kesehatan nasional (JKN) harus maksimal, selain memberikan informasi yang mudah dipahami dan mudah disampaikan kepada publik sehingga publik dapat memahami informasi yang disampaikan dengan jelas. Dalam menciptakan hubungan komunikasi dengan masyarakat, maka terdapat beberapa masalah yang memerlukan penanganan serius sehingga konflik di luar organisasi dapat terselesaikan dengan baik, sehingga menciptakan keselarasan yang harmonis dan memperbaiki hubungan konflik yang terjadi dalam organisasi.

1. Strategi komunikator

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sangat memperhatikan komunikator dalam menyampaikan pesan ataupun siapa saja yang akan menjadi penyampai pesan kepada khalayak, jika tidak maka pesan yang disampaikan akan tidak dimengerti oleh sasaran terlebih jika daya tarik sumber tidak membuat khalayak untuk berminat untuk mendengarkan apa-apa yang disampaikan oleh komunikator.

Strategi komunikator BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan tentang BPJS Kesehatan terhadap masyarakat belum dapat fokus karena masyarakat lebih mengerti untuk melakukan pengurusan secara

manual dan dibimbing secara langsung dalam pengurusan.

2. Strategi Khalayak

Dalam melaksanakan komunikasi maka yang menjadi khalayak atau kelompok sasaran BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru adalah seluruh masyarakat yang ada di Kota Pekanbaru. Dalam strateginya, BPJS Kesehatan hanya perlu meletakkan teknik sosialisasi yang berbeda di tiap lapisan masyarakat. Perbedaan pendidikan, usia, dan pekerjaan mempengaruhi bagaimana masyarakat menerima informasi yang diberikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru.

Strategi yang digunakan BPJS Kesehatan mengenai pemilihan sasaran komunikasi kepada khalayak sudah penekanan kepada identifikasi siapa saja sasaran dari tiap sosialisasinya, sehingga tidak ada *layer* yang menghalangi diterimanya informasi tersebut kepada masyarakat.

3. Strategi Pesan

Pesan komunikasi dalam mensosialisasikan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menentukan keberhasilan strategi komunikasi tersebut. Apabila penyampaian pesan komunikasi dalam sosialisasi tidak ditetapkan dengan benar maka pelaksanaan sosialisasi juga tidak akan berjalan baik dan lancar.

Dalam penyampaian strategi pesan yang disampaikan oleh Unit Pemasaran dan Humas BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menggunakan pesan-pesan yang mudah dimengerti dan dipahami. Dari sosialisasi yang dilakukan Humas BPJS Kota Pekanbaru dapat diketahui strategi pesan sepenuhnya kepada ajakan dengan kemudahan dalam penggunaan dan pembuatan kepesertaan BPJS Kesehatan. Strategi pesan yang disampaikan oleh Unit Pemasaran dan Humas BPJS

Kesehatan Kota Pekanbaru menggunakan pesan-pesan yang mudah dimengerti dan dipahami.

4. Strategi Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan atau khalayak. Dalam strategi sosialisasi oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru telah menyiapkan media khusus dalam mensosialisasikannya. Media komunikasi dipengaruhi oleh komunikator untuk berkomunikasi dengan berbagai tipe khalayak, baik secara formal dan nonformal, baik secara tatap muka maupun dengan menggunakan media.

Media yang digunakan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam menyampaikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada masyarakat dapat digunakan melalui media massamelalui media sosial/website maupun penginformasian secara lisan. Strategi Pemilihan Media Komunikasi yang mana banyak menggunakan media, antara lain media sosial maupun secara tatap muka akan tetapi yang lebih efektif secara tatap muka karena mudah memperoleh pemahaman dari masyarakat.

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai media penyampai informasi jainan kesehatan nasional (JKN)) dapat mengambil beberapa kebijaksanaan dan tindakan yang terpercaya demi kepentingan public. Pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dapat merumuskan suatu kebijaksanaan terpercaya hanya melalui informasi kepada public sehingga memperoleh pengertian *goodwill*. Komunikasi

yang tercipta efektif akan mengurangi kesalahpahaman dan pertentangan baik antar personal organisasi maupun dengan masyarakat.

Bilamana komunikasi yang dilancarkan oleh Komunikator dalam hal ini penyampaian informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru kepada masyarakat/publik telah berlangsung efektif maka pesan yang akan sampai pada penerima pesan (masyarakat) akan menimbulkan suatu perubahan. Perubahan ini yang disebut out put atau efek.

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru berperan dalam memberikan informasi kepada publik atau masyarakat tentang jaminan kesehatan nasional (JKN). Adapun strategi khalayak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam menginformasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) antara lain :

- a. Menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat kepada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru

Adanya kepercayaan yang diberikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru kepada masyarakat atas memberikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada publik sebagai salah satu aktivitas yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, sejauh ini masyarakat menaruh kepercayaan kepada pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai media untuk menyampaikan jaminan kesehatan nasional (JKN), masyarakat memberikan penilaian bahwa BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru merupakan media yang efektif untuk menginformasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) yang dibutuhkan masyarakat, karena penginformasian melalui BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru ini pihak masyarakat menilai lebih mengapa BPJS Kesehatan

Kota Pekanbaru yang dipilih sebagai media yang menginformasikan jaminan kesehatan nasional, dan nilai lebih tersebut dimana BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru lebih dipercaya keberadaannya oleh masyarakat dan informasi-informasi yang disampaikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru lebih akurat kevalidan informasinya.

b. Menjalinkan hubungan baik dengan media pers dan masyarakat

Terjalinnnya hubungan yang baik dengan pihak media/pers, dan masyarakat, sehingga informasi yang disampaikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dapat diinformasikan dan dipahami oleh publik. Sebagai pihak yang menginformasikan jaina kesehatan nasional kepada masyarakat, BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru harus lebih menjalin komunikasi yang lebih baik dengan pers dan masyarakat karena dengan hubungan baik yang terjalin maka kerja sama yang terjalin akan terus berkelanjutan, karena adanya kepercayaan yang diberikan oleh masing-masing pihak kepada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai pihak yang mensosialisasikan jaminan kesehatan nasional (JKN).

Adapun strategi pesan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam menginformasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) antara lain :

1) Berperan untuk memaksimalkan penyampaian informasi

Begitu luasnya ruang lingkup pekerjaan yang ada di BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, maka kegiatan penyampaian informasi harus lebih maksimal karena penyampaian informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) sejauh ini sering mengalami beberapa hambatan dan terasa berat, karena pelaksanaan

tugas yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru bukan hanya menyampaikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) saja namun banyak pekerjaan lainnya yang menaungi BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sehingga terkadang penyampaian informasi kepada public yang dilakukan selama ini dirasakan masih belum maksimal

2) Memaksimalkan Komunikasi antar karyawan

Setiap karyawan yang ada pada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru memiliki beban kerja masing-masing sesuai dengan *job description* yang dimiliki oleh masing-masing karyawan sesuai dengan bidang kerjanya, maka penciptaan komunikasi pada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menjadi kurang terselenggara dengan baik karena masing-masing karyawan memiliki tugas masing-masing yang telah dibebankan kepada mereka, dan masing-masing karyawan sibuk dengan pekerjaannya tersebut sehingga masing-masing karyawan menjadi jarang berinteraksi dan berkomunikasi saat waktu kerja berlangsung.

3) Menyampaikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada masyarakat secara menyeluruh

Sebagian besar masyarakat Kota Pekanbaru banyak yang belum mengetahui bahwa informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) yang diinformasikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai salah satu tugasnya, cukup banyaknya informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) yang diinformasikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru setiap waktunya, namun masih kurang maksimalnya pemberian informasi yang dilakukan pihak BPJS Kesehatan

Kota Pekanbaru kepada publik sehingga masih ada segelintir masyarakat di Kota Pekanbaru dan sekitarnya yang belum mengetahui tentang informasi jaminan kesehatan nasional (JKN)

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru perlu mensosialisasikan kepada publik sehubungan dengan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN), perlunya hubungan yang baik antar personal dalam organisasi BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru agar informasi yang disampaikan dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Media yang dipergunakan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru untuk mensosialisasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) adalah melalui media baliho, media massa (media cetak) dan media elektronik selalu diperlukan dan dibutuhkan oleh masyarakat, masyarakat setiap hari terus mengikuti perkembangan baik sosial, ekonomi, budaya, kesehatan dan lainnya dari media cetak dan elektronik sehingga melalui media tersebut pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dapat menyajikan segala aktivitasnya dan masyarakat dapat terus mengikuti perkembangannya. Pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru memerlukan dukungan penuh dari masyarakat sehingga pihak Organisasi dapat lebih meningkatkan eksistensinya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis maka diperoleh kesimpulan mengenai strategi komunikasi BPJS kesehatan pekanbaru dalam mensosialisasikan program JKN (Jaminan kesehatan nasional) belum sepenuhnya terlaksana dengan baik, hal ini dapat dilihat dari :

1. Strategi komunikator BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan tentang BPJS Kesehatan terhadap masyarakat belum dapat fokus karena masyarakat lebih mengerti untuk melakukan pengurusan secara manual dan dibimbing secara langsung dalam pengurusan.
2. Strategi yang digunakan BPJS Kesehatan mengenai pemilihan sasaran komunikasi kepada khalayak sudah penekanan kepada identifikasi siapa saja sasaran dari tiap sosialisasinya, sehingga tidak ada *layer* yang menghalangi diterimanya informasi tersebut kepada masyarakat.
3. Strategi pesan yang disampaikan oleh Unit Pemasaran dan Humas BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menggunakan pesan-pesan yang mudah dimengerti dan dipahami.
4. Strategi Pemilihan Media Komunikasi yang mana banyak menggunakan media, antara lain media sosial maupun secara tatap muka akan tetapi yang lebih efektif secara tatap muka karena mudah memperoleh pemahaman dari masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi pemasaran BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program JKN (Jaminan kesehatan nasional) peneliti akan memberikan saran-saran mengenai hasil penelitiannya agar dapat membantu pihak Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kantor Cabang Pekanbaru dalam memperluas peserta JKN (Jaminan Kesehatan Nasional) sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak BPJS Kesehatan harus tetap mempertahankan dan menjaga kualitas pelayanan BPJS. Selain itu BPJS kesehatan harus mempertahankan peserta yang sudah bergabung. Mengingat bahwa asuransi jiwa bukan hanya BPJS kesehatan saja maka dari itu harus di Pertahankan kualitas produknya. Menejlaskan lebih detail lagi program-program dari BPJS kescehatan itu sendiri.
2. Agar strategi komunikasi pemasaran dapat berjalan lebih baik lagi pihak BPJS kesehatan pekabaru harus dapat memaksimalkan pemasarannya melalui periklanan, memperbanyak lagi kegiatan-kegiatan hubungan dengan masyarakat dan menggencarkan promosi produknya. Selaintu juga memperbanyak lagi event-event yang di lakukan agar masyarakat tahu akan BPJS kesehatan. Melakukan sosialisasi ke daerah-daerah terpencil yang tidak terjangkau oleh perkembangan teknologi.
3. Perbaiki lagi kualitas pelayanan yang diberikan oleh peserta BPJS kesehatan. Bangun lah hubungan baik dengan mitra rumah sakit, kelinik

ataupun puskesmas agar mereka melayani peserta BPJS kesehatan dengan baik. Agar pengguna BPJS kesehatan tidak kecewa.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2008, *Metode Penelitian Kualitatif*, Predana Mulia, Jakarta.
- Budyatna, Muhammad. 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Kharisma. Putra Utama. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi 1, Cet 4, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Chaer, Abdul. 2007. *Metode Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Devito, Joseph A. 2004. *Komunikasi Antarmanusia*. Profesional Books. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- _____. 2003 *Ilmu Teori dan Filsqfat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti : Bandung.
- Gitosudarmo, Indriyo dan Agus Mulyono. 2001. *Prinsip Dasar Manajemen*. Kanisius. Yogyakarta.
- Hardjana, Agus M. 2003, *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Kanisius. Yogyakarta.
- Harahap, Edi dan Ahmad Syarwani. 2016. *Komunikasi Antar Pribadi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Verbal dan Non Verbal*, PT. Citra Aditya Bakti,. Bandung.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Jakarta.
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Moleong, J. Lexy. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, Cet 21, Remaja Rosakarya, Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja. Rosdakarya. Bandung.

Rakhmat, Jalaluddin.2011. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Sarwono, W. S. 2009. *Pengantar Psikologi Umum*. Rajawali Pers. Jakarta.

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.

Tinambunan,W.E. 2010. *Teori — teori komunikasi*. Swakarya, Jakarta.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau