STRATEGI KOMUNIKASI BPJS KESEHATAN KLOK PESISIR BARAT DALAM MENDORONG PARTISIPASI MASYARAKAT UNTUK MEGGUNAKAN PROGRAM BPJS KESEHATAN

(Skripsi)

Oleh

MUHAMMAD SIGIT TRISETYO

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2017

STRATEGI KOMUNIKASI BPJS KESEHATAN KLOK PESISIR BARAT DALAM MENDORONG PARTISIPASI MASYARAKAT UNTUK MENGGUNAKAN BPJS KESEHATAN

Muhammad Sigit Trisetyo / 1316031049
Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Lampung
Muhammad.sigit1@gmail.com

ABSTRAK

BPJS Kesehatan adalah Badan Penyelenggara Jaminan Sosial yang ada di Indonesia yang memfokuskan pada bidang kesehatan, karena minimnya pengetahuan masyarakat tentang BPJS Kesehatan dan program Jaminan Kesehatan Nasional dan Kartu Indonesia sehat (JKN dan KIS) sehingga dibutuhkan strategi komunikasi untuk membantu masyarakat Kabupaten Pesisir Barat mengetahui fungsi dan kegunaan BPJS dalam menunjang kesehatan masyarakat dan membantu mengatasi angka harapan hidup yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat dalam mendorong pastisipasi masyarakat untuk menggunakan BPJS Kesehatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang dianalisis menggunakan strategi implementasi, dukungan, integrasi. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi yang dilakukan BPJS kesehatan KLOK Pesisir Barat mengikuti peta jalan dari DJSN (Dewan Jaminan Sosial Nasional) yang dilakukan dengan teknis WIG (*Wildly Importan Goal*) serta membuat *timeline* kegiatan POA (*Plan Of Action*).

Kata Kunci : Strategi komunikasi, BPJS kesehatan, Kesehatan masyarakat.

COMMUNICATION STRATEGY BPJS HEALTH WEST KLOK IN CALLING COMMUNITY PARTICIPATION FOR USING HEALTH BENEFITS

Muhammad Sigit Trisetyo / 1316031049
Department Of Communication Science
University of Lampung
Muhammad.sigit1@gmail.com

ABSTRACT

BPJS Kesehatan is the Indonesian Social Security Administering Body which focuses on health sector, because of the lack of public knowledge about BPJS Health and National Health Insurance program and Health Card Indonesia (JKN and KIS) so that communication strategy is needed to help West Coast Regency people know the function and the usefulness of BPJS in supporting public health and helping to overcome low life expectancy. This study aims to determine the communication strategy BPJS Health KLOK Coastal West in encouraging community participation to use BPJS Health. The method used in this research is qualitative descriptive that is analyzed using strategy of implementation, support, integration. The result of this research is the strategy of BPJS health of KLOK West Coast following the road map of the DJSN (National Social Security Council) conducted with technical WIG (Wildly Important Goal) and create timeline of POA activities (Plan Of Action).

Keywords: Communication strategy, BPJS health, Public health.

STRATEGI KOMUNIKASI BPJS KESEHATAN KLOK PESISIR BARAT DALAM MENDORONG PARTISIPASI MASYARAKAT UNTUK MEGGUNAKAN PROGRAM BPJS KESEHATAN

Oleh

MUHAMMAD SIGIT TRISETYO

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar

SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI BPJS KESEHATAN KLOK PESISIR BARAT DALAM MENDORONG PARTISIPASI MASYARAKAT UNTUK MENGGUNAKAN PROGRAM BPJS KESEHATAN**

Nama Mahasiswa : *Muhammad Sigit Trisetyo*

No. Pokok Mahasiswa : 1316031049

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.
NIP 19620716 198803 1 001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt.
NIP 19760422 200012 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.** .....

Penguji Utama : **Bangun Suharti, S.Sos., M.IP.** .....

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Syarief Makhya
NIP 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **16 November 2017**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Muhammad Sigit Trisetyo
NPM	: 1316031049
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah	: Jl. Pulau Bawean 1 No 28 Sukarame Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **"Strategi Komunikasi BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat Dalam Mendorong Partisipasi Masyarakat Untuk Menggunakan BPJS Kesehatan"** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, Oktober 2017

Yang membuat pernyataan,

METERAI TEMPEL

0CF23AEF763763644

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Muhammad Sigit Trisetyo
NPM. 1316031049

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Muhammad Sigit Trisetyo anak bungsu dari 3 (tiga) bersaudara yang lahir pada tanggal 4 Agustus 1995. Putra terakhir dari Bapak R. Gunawan Sudarmanto dan Ibu Suhartati menghabiskan waktu taman kanak – kanak di TK Trisula Bandar Lampung, lalu menlanjutkan ketingkat dasar di SD Negeri 1 Rawa Laut selama 6 tahun, pada tahun 2007 menlanjutkan ke sekolah menengah pertama di SMP Negeri 4 Bandar Lampung selama 3 Tahun. Selama 3 tahun mengenyam pendidikan di sekolah menengah pertama sama seperti kebanyakan pelajar lainnya yang disibukan dengan aktifitas akademik. Pada tahun 2010 penulis melanjutkan pendidikannya kejenjang yang lebih tinggi di sekolah menengah atas yaitu SMA Negri 12 Bandar Lampung. Penulis menyelesaikan masa studinya di jenjang SMA pada tahun 2013.

Saat ini penulis terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Lampung jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2013 melalui jalur SNMPTN (Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri) yang dimana jalur SNMPTN ini tidak melalui test. Sejak kuliah penulis aktif mengikuti organisasi Jurusan Ilmu Komunikasi yaitu Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi yang terdapat berbagai bidang didalamnya. Selain itu penulis juga telah mengikuti sekaligus dipercayai untuk menjadi koordinator berbagai acara yang diadakan oleh HMJ Ilmu Komunikasi seperti koordinator publikasi dan dokumentasi acara kunjungan media nasional, koordinator dana dan usaha acar COMMAGANZA 2016. Penulis

memiliki minat dan bakat dibidang foto dan video, tetapi untuk keluar dari zona nyaman penulis mengambil bidang advertising karna ingin mempelajari lebih banyak ilmu yang berkaitan dengan ilmu komunikasi. Bidang adevertising mempelajari tentang design graphic untuk membuat visual menjadi sebuah informasi yang menarik. Penulis pernah menjabat sebagai kepala bidang Adevertising HMJ Ilmu Komunikasi masa bakti 2015-2016, penulis juga menjadi salah satu penerima beasiswa PPA Unila selamat 3 tahun dimana merupakan suatu anugrah luar biasa yang diberikan Allah SWT. Untuk meringankan biaya kuliah. Salah satu pengalaman lainnya adalah penulis pernah melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di slaah satu perusahaan IT ternama di bandar lampung, bahkan diluar pulau sumatera yaitu GINK TECHNOLOGY bagian design graphic, hal ini memberikan pengalaman baru bagi penulis untuk mengembangkan dan memahami tentang dunia kerja tertutama dibidang design graphic.

Alhamdulillah, penulis diberikan kesempatan oleh Allah Swt dalam menjalankan kehidupan ini, semua rezeky Nya dan juga pengalaman hidup ini telah mendorong peneliti untuk melakukan hal-hal luar biasa. Dalam hal ini tentunya hal-hal yang telah memberikan penulis pengalaman dan pembelajaran semasa sekolah sampai kuliah sehingga penulis mendapat banyak ilmu yang bermanfaat dan semoga bisa penulis aplikasikan didunia kerja dan tentunya dimasa yang akan datang. Semoga penulis selalu elakukan hal-hal baik dan berharap menjadi orang yang berguna bagi kedua orang, keluarga, teman-teman, masyarakat luas serta nusa dan bangsa. Amin Ya Robbal Alamin.

PERSEMBAHAN

Untuk mama ku tercinta
Mama adalah wanita terhebat yang aku miliki
yang tak penal lelah untuk selalu membimbing, mendoakan dan menasehati
terimakasih atas kerja keras, cinta dan kasih sayang tulus yang mama berikan
mama adalah semangatku
"kejayaan dan kebahagiaan ku dihari ini karna doa seorang mama yang tanpa lelah mengingati dan mendoakan"

Untuk papa tersayang
Papa adalah laki-laki yang tak pernah mengecewakan keluarga
Seluruh peluh dan tetesan keringat sudah kau keluarkan demi keluarga
Papa yang selalu berjuang walaupun rapuh
Terimakasih telah mendidik ku menjadi anak yang kuat
Terimakasih telah menjadikan ku orang yang selalu berjuang
Terimakasih atas segala nasihat yang engkau berkan
Terimakasih atas segala doa yang engkau panjatkan untuk ku
Papa adalah inspirasiku
"kebahagiaan ku saat ini adalah hasil dari perjuangan dan doa yang engkau berikan selama ini"

MOTTO

“ TINDAKAN ADALAH KUNCI DASAR UNTUK SEMUA KESUKSESAN”
-Pablo Picasso-

“ VISI TANPA EKSEKUSI ADALAH HALUSINASI ”
-Henry Ford-

“INGATLAH SELALU BAHWA ANDA LEBIH BERANI DARI YANG ANDA YAKINI, LEBIH KUAT DARI YANG ANDA LIHAT, DAN LEBIH CERDAS DARI YANG ANDA PIKIRKAN”
-Christopher Robin-

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Allah yang telah menciptakan Bumi laksana tempat kita berpijak dan Allah yang telah menciptakan Langit laksana tempat kita berteduh. Allah yang telah memberikan keridhoan dan nikmat iman dan islam-Nya kepada kita, termasuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah syarat untuk mencapai gelar Sarjana ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu sosial dan ilmu Politik Universitas Lampung.

Dalam menyelesaikan skrpisi ini penulis tidak luput dari bantuan dan bimbingan dari berbagi pihak, sehingga terimakasih penulis ucapkan kepada:

1. Bpk. Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

2. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos, M.Comm & MediaSt, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas lampung.

3. Bpk Dr. Andy Corry W. M.Si selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, nasehat, motivasi, kesabaran dan waktu yang telah diberikan selam proses pengerjaan skrpisi ini.

4. Ibu Bangun Suharti, S.Sos.,M.IP. selaku Dosen Pembahas atas segala masukan, nasehat, arahan serta waktu yang telah diberikan dalam proses pembuatan skripsi ini.

5. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik atas semua saran dan nasehat yang telah diberikan kepada penulis.

6. Seluruh Dosen dan staff tata usaha Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.

7. Mama dan Papa ku tercinta dan tersayang, atas doa, kasih sayang, kehangatan, kesabaran, motivasi dan keringat yang terus terkuras untuk anak mu ini. Penulis persembahkan gelar ini untuk mama dan papa tercinta yang selalu ada disamping penulis.

8. Kakak ku tersayang, Mas Yuda dan Mas Wira atas segala doa, dukungan baik moril dan materil, serta kepercayaan kepada penulis.

9. Tambatan hati ku Nudiya Afida Moniaga, atas cinta dan kasih sayang, kesabaran dan perhatian serta doa dan dukungan. Terimakasih menjadi penguat disaat lemah menjadi pengingat dikala kuat.

10. Pakde, Bude, Om, dan tante atas segala doa dan dukungannya terhadap penulis.

11. Sahabat–sahabat seperjuangan pengejar gelar sarjana, Eka, Ridho, Amsal , Leo, Gagah, Ilham, Jonathan, Ladi, Adianto, Diwangkara, Arief, tyo, Agustian terimakasih atas segala keluh kesah yang sudah dibuat, semoga kita menjadi orang-orang yang sukses dikemudian hari. #MafiaHalte #Halte21Sks #SyndromSukses

12. Partner Presidium HMJ Ilmu Komunikasi #Bikinbangga , Rizky, Gagah, Saroh, Ladi, Astrid, Retno, Fani, Erika, Anang, Mita, Ridho dan Shinta atas kerja sama dan pengorbanannya, terimakasih sudah memberi saya pengalaman yang begitu luar biasa.

13. Radhita, Vina, Silvy, Dian, Nidi, Chyntia, Fina, Astrid dll atas dukungan dan canda tawa nya.

14. Kakak-kakak tingkat Kak Hanief, Ikko, Indra, Egy, Cliff, Arfad, Putra, Jaya, Rizal, Zulfa, Metal dan kakak-kakak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas dukungan dan bimbingannya selama dikampus

15. HMJ ilmu komunikasi atas pembelajaran yang saya dapat selama berorganisasi

16. Crew TV FISIP UNILA, ade, ade nurma, agustian, amsal, arif, arin, astrid, basit, bile, diwang, fery, gagah, imam, indra, jo, ladi, lazuardi, faidz, fikri, mutiara, nada, rahman, rama, tania, vincent dll. Terimakasih atas kerjasama dan dukungan yang kalian berikan semasa perkampusan

17. Pihak BPJS Kesehatan Cabang Kota Bumi dan BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat sebagai Objek penelitian skripsi ini atas pengalaman, pembelajaran dan ilmu yang penulis bisa dapatkan.

18. Para informan atas kesediaanya menjadi narasumber penelitian untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti

19. Teman-Teman KKN hendi, yogi, ican, ica, vera, putri, dela atas pertemanan, kerja sama dan dukungannya.

20. Teman-teman jurusan Ilmu komunikasi angkatan 2013 atas kebersamaan, canda tawa,pembelajaran, dan pengalaman yang telah kita ukur sama-sama.

21. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis selama ini.

Penulis berdoa Semoga ALLAH SWT memberikan balasan yang lebih baik dan segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan dihadapanNya. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi pembaca.Amin

Bandar Lampung , 13 November 2017

Penulis

Muhammad Sigit Trisetyo

DAFTAR ISI

Halaman

Daftar Isi i
Daftar Tabel ii
Daftar Gambar iii
Daftar Bagan iv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.4.1 Secara Akademik 7
1.4.2 Secara Praktis 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Terdahulu 9
2.2 Komunikasi 13
2.3 Strategi 16
2.4.1 Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi 23
2.4.2 Pentingnya Strategi Komunikasi 29
2.6 Sosialisasi 33
2.7 Kerangka Pemikiran 35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian 38

3.2 Fokus Penelitian 38
3.3 Informan 39
3.4 Sumber Data 40
3.5 Teknik Pengumpulan Data 40
3.6 Teknik Analisis Data 41
3.7 Teknik Keabsahan Data 42

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Profil BPJS Kesehatan 44
4.2 Wilayah Kerja BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat 49
4.2.1 Deskripsi Wilayah Kerja 49
4.3 Visi dan Misi BPJS Kesehatan 53

BAB V HASIL DAN PENELITIAN

5.1 Profil Informan 55
5.2 Hasil Observasi 58
5.3 Hasil Wawancara 60
5.4 Pembahasan 80
5.4.1 Aspek Strategi Implementasi 81
5.4.2 Aspek Strategi Dukungan 87
5.4.3 Aspek Strategi Integrasi 90

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 93
6.2 Saran 95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Pesisir Barat tahun 2015 2

Tabel 2. Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung 2016..... 5

Tabel 3. Studi Terdahulu 9

Tabel 4. Identitas Informan 57

Tabel 5. Hasil wawancara strategi dalam BPJS Kesehatan 61

Tabel 6. Hasil wawancara strategi yang dilakukan BPJS Kesehatan..... 62

Tabel 7. Hasil wawancara alur yang di tempuh BPJS Kesehatan sebelum Melakukan sosialisasi 63

Tabel 8. Hasil wawancara dalam menentukan audiens..... 65

Tabel 9. Hasil wawancara mengenai strategi apa yang dilakukan BPJS Kesehatan dalam mengemas 67

Tabel 10. Hasil wawancara teknis pelaksanaan sosialisasi BPJS Kesehatan 69

Tabel 11. Hasil wawancara media apa yang digunakan BPJS Kesehatan dalam kegiatan pemasaran..... 71

Tabel 12. Hasil wawancara BPJS Kesehatan melakukan evaluasi setalah Adanya setelah adanya proses sosialisasi 72

Tabel 13. Hasil wawancara BPJS Kesehatan mengiku sertakan pihak ketiga dalam hal sosialisasi kepada masyarakat..... 74

Tabel 14. Hasil wawancara fungsi pengawasan setiap dilakukannya..... 76

Tabel 15. Hasil wawancara BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat memberikan bekal kepada komunikator sebelum memberikan sosialisasi 78

Tabel 16. Hasil wawancara pendekatan yang dilakukan staff BPJS Kesehatan kepada masyarakat..... 79

Tabel 17. Jumlah Peserta BPJS Kesehatan 82

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

Gambar 1. Proses Komunikasi 16

Gambar 2. Logo BPJS Kesehatan 48

Gambar 3. Struktur Organisasi BPJS Kesehatan 48

Gambar 4. *Plan Of Action* (POA) Bidang KPP 84

Gambar 5. *Plan Of Action* (POA) Bidang PPK 84

Gambar 6. Leaflet BPJS Kesehatan 85

Gambar 7. Website BPJS Kesehatan 86

Gambar 8. Kerjasama BPJS Kesehatan cabang Kota Bumi
Dengan KTNA Pesisir Barat 88

Gambar 9. Diklat dan Evaluasi BPJS Kesehatan 89

Gambar 10. Kader JKN BPJS Kesehatan 91

DAFTAR BAGAN

Bagan Halaman

Bagan Kerangka pikir 37

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepadatan penduduk di Provinsi Lampung semakin meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2014 jumlah penduduk di Provinsi Lampung menurut Badan Pusat Statistik ada 8.026.191 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 4.117.479 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 3.908.712 jiwa. Pada tahun 2015 kepadatan penduduk di Provinsi Lampung semakin meningkat dengan jumlah penduduk 8.117.268 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 4.162.437 jiwa, dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 3.954.831 jiwa. (bps.go.id) (di akses pada tanggal 15 Februari 2017, pukul 01.17 am)

Provinsi Lampung memiliki 2 kota dan 14 kabupaten salah satunya Kabuten Pesisir Barat. Kabupaten Pesisir Barat adalah kabupaten baru di Provinsi Lampung berdiri pada tanggal 25 Oktober 2012 dan diresmikan pada tanggal 22 April 2014. Kabupaten Pesisir Barat memiliki luas 2.346 km^2 dan memiliki jumlah penduduk sebesar 156.306 jiwa pada tahun 2015, secara administrasi Kabupaten Pesisir Barat terbentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2012. Kabupaten Pesisir Barat terdiri dari 11 kecamatan dan 118 desa atau kelurahan. (bappeda.pesisirbaratkab.go.id) (di akses pada tanggal 15 Februari 2017, pukul 01.17 am)

Tabel 1. Jumlah Penduduk Kabupaten Pesisir Barat Tahun 2015

No.	Kecamatan	Jumlah Desa/Kel	Luas Wilayah (Km^2)	Jumlah Penduduk
1.	Pesisir Tengah	8	120,6	18.399
2.	Way Krui	10	40,9	9.536
3.	Krui Selatan	10	36,3	10.554
4.	Karya Penggawa	12	211,1	15.374
5.	Pesisir Utara	12	84,5	8.813
6.	Lemong	13	455,0	13.602
7.	Pesisir Selatan	15	409,2	23.447
8.	Ngambur	9	327,2	19.210
9.	Bengkunat	9	215,0	11.366
10.	Bengkunat Belimbing	14	943,7	24.036
11.	Pulau Pisang	6	43,6	1.969
Jumlah		118	2.887,1	156.306

sumber: Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Pesisir Barat Tahun 2015 (bappeda.pesisirbaratkab.go.id)

Dengan pertumbuhan penduduk di Provinsi Lampung yang sangat pesat tentunya masyarkat membutuhkan jaminan kesehatan dari pemerintah untuk menunjang kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertanggung jawab langsung dari pemerintah pusat untuk menangani aspek jaminan kesehatan adalah Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Awal mulanya BPJS Kesehatan adalah Asuransi Kesehatan (Askes) Setelah keluarnya UU BPJS Kesehatan No. 24 Tahun 2011, Asuransi Kesehatan (Askes) mulai berubah nama menjadi BPJS Kesehatan per tanggal 1 Januari 2014 (bumn.go.id.) (di akses pada tanggal 15 Februari 2017, pukul 00.06).

BPJS Kesehatan adalah Badan Penyelenggara Jaminan Sosial tersebar diseluruh provinsi di Indonesia. Salah satu BPJS Kesehatan berada di Provinsi Lampung

yang merupakan salah satu sturuktur kerja pada regional 13. Provinsi Lampung memiliki tiga kantor cabang yang terletak di Provinsi Lampung yaitu, kantor cabang Kota Bandar Lampung, kantor cabang Kota Metro dan kantor cabang Kabupaten Lampung Utara. Masing – masing kantor cabang memiliki Kantor Layanan Operasional Kabupaten/Kota (KLOK). BPJS Kesehatan cabang Bandar Lampung meliputi KLOK Pesawaran, KLOK Pringsewu, KLOK Lampung Selatan dan KLOK Tanggamus. BPJS Kesehatan cabang Kota Metro meliputi KLOK Lampung Tengah, KLOK Lampung Timur, KLOK Tulang Bawang, KLOK Tulang Bawang Barat, KLOK Mesuji. Sedangkan BPJS Kesehatan cabang Kota Bumi meliputi KLOK Lampung barat, KLOK Way Kanan, KLOK Pesisir Barat. Setiap kantor cabang memiliki target jumlah peserta yang bergabung dalam peserta BPJS Kesehatan. Peserta yang ditargetkan merupakan setiap warga negara yang berhak atas jaminan sosial.

Provinsi Lampung menargetkan jumlah cakupan semesta. Cakupan semesta adalah seluruh masyarakat Indonesia menggunakan jaminan kesehatan melalui BPJS. Program Jaminan Kesehatan Nasional atau JKN-BPJS Kesehatan di Provinsi Lampung mencapai 77% pada tahun 2017/2018. Program JKN-BPJS di Provinsi Lampung saat ini baru mencapai 54 persen atau sekitar 5,1 juta jiwa dan masih ada potensi peserta sebesar 4,5 juta jiwa lagi. Dinas kesehatan Provinsi Lampung berupaya terus berkoordinasi dengan jajaran dinas kesehatan serta Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di kabupaten/kota Provinsi Lampung dengan meningkatkan akreditasi Puskesmas yang ada di Provinsi Lampung serta mengintegrasikan Jamkesda ke BPJS Kesehatan. (LampungPost 18 Februari 2017)

BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat menargetkan jumlah cakupan kepesertaan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) mencapai 80% pada tahun 2017, pada tahun 2016 peserta BPJS kesehatan mencapai 67% atau sekitar 104.000 jiwa. Dalam mencapai targer kepsertaan, mereka melakukan program rekrutmen peserta mandiri secara kolektif, dengan melakukan penandatanganan Perjanjian Kerjasama Antara BPJS Kesehatan Dengan Kontak Tani Nelayan Andalan (KTNA) di Aula Kantor Pemerintah Kabupaten (PemKab) Pesisir Barat. (translampung.com) (di akses pada tanggal 21 Februari 2017, pukul 17.26)

Sebagai satu-satunya perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jaminan kesehatan milik negara, BPJS Kesehatan harus mampu memberikan pelayanan yang prima. Pelayanan yang prima digagaskan pada internal perusahaan yaitu sumber daya manusia. Dalam memberikan pelayanan terbaik yang di fokuskan pada konsumen atau peserta, BPJS Kesehatan harus memiliki inovasi dalam merumuskan strategi komunikasi sebagai roda penggerak perusahaan untuk unit kerja internal dan eksternal perusahaan. Unit kerja membangun keselarasan antara kepentingan internal dan eksternal dengan segala macam disiplin ilmu, salah satunya ilmu komunikasi. Peran ilmu komunikasi sebagai fungsinya mampu merumuskan saluran komunikasi untuk mengatasi permasalahan komunikasi dan interaksi.

Penelitian ini dilakukan di kantor BPJS Kesehatan Provinsi Lampung cabang Kota Bumi KLOK Pesisir Barat, di karenakan Pesisir Barat merupakan salah satu kabupaten terbaru di Provinsi Lampung serta Kabupaten Pesisir Barat merupakan kabupaten yang cukup tertinggal di Provinsi Lampung Kabupaten Pesisir Barat memiliki persentase angka harapan hidup yang sangat rendah 62,29 ditahun 2016

dibuktikan dengan tabel dibawah serta minimnya pengetahuan masyarakat tentang BPJS Kesehatan dan program Jaminan Kesehatan Nasional dan Kartu Indonesia sehat (JKN dan KIS) sehingga dibutuhkan strategi komunikasi untuk membantu masyarakat Kabupaten Pesisir Barat mengetahui fungsi dan kegunaan BPJS dalam menunjang kesehatan masyarakat dan membantu mengatasi angka harapan hidup yang rendah. Peneliti memilih KLOK Pesisir Barat, karna BPJS kesehatan cabang Kota Bumi KLOK Pesisir telah mencapai 67% dari jumlah penduduk 156.306 jiwa.

Tabel 2. Angka harapan hidup Provinsi Lampung

Wilayah	Angka Harapan Hidup (Tahun)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Provinsi Lampung	68.91	69.12	69.33	69.55	69.66	69.90	69.94
Lampung Barat	65.32	65.45	65.58	65.69	66.02	66.42	66.64
Tanggamus	66.46	66.58	66.69	66.79	67.12	67.42	67.61
Lampung Selatan	67.55	67.64	67.73	67.80	68.12	68.32	68.49
Lampung Timur	68.78	68.86	68.94	69.01	69.33	69.73	69.92
Lampung Tengah	68.34	68.43	68.51	68.59	68.91	69.01	69.15
Lampung Utara	67.32	67.45	67.57	67.68	68.02	68.12	68.30
Way Kanan	67.64	67.73	67.81	67.89	68.21	68.41	68.58
Tulang Bawang	68.48	68.54	68.59	68.64	68.94	69.14	69.28
Pesawaran	66.74	66.84	66.93	67.01	67.33	67.83	68.05
Pringsewu	67.40	67.50	67.60	67.69	68.01	68.61	68.88
Mesuji	66.30	66.44	66.57	66.70	67.05	67.15	67.32
Tulang Bawang Barat	68.41	68.50	68.58	68.66	68.98	69.08	69.21
Pesisir Barat	60.78	60.99	61.19	61.37	61.74	62.04	62.29
Bandar Lampung	70.21	70.23	70.24	70.26	70.55	70.65	70.75
Metro	70.59	70.62	70.65	70.68	70.98	70.98	71.05

Sumber : BPS Provinsi Lampung tahun 2016 (https://lampung.bps.go.id)

BPJS Kesehatan mengeluarkan program Jaminan Kesehatan Nasional dan Kartu Indonesia Sehat (JKN dan KIS) agar masyarakat Indonesia yang kurang mampu untuk menjadi sehat dan sejahtera.

Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) merupakan program pelayanan kesehatan yang menggunakan sistem asuransi. Artinya, seluruh warga Indonesia nantinya wajib menyisihkan sebagian kecil uangnya untuk jaminan kesehatan, bagi masyarakat yang kurang mampu kesehatan di tanggung oleh pemerintah sehingga mendapatkan pelayanan kesehatan yang layak. 1 Maret 2015 BPJS kesehatan mengeluarkan program Kartu Indonesia Sehat (KIS), program ini perluasan dari Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang dijalankan oleh BPJS kesehatan. Jika ada keluarga pemegang kartu KIS mereka sudah termasuk peserta BPJS kesehatan termasuk anak-anaknya. KIS ini ditujukan bagi masyrakat yang tidak mampu yang seharusnya masuk peserta Penerima Bantuan Iuran (PBI) dalam BPJS kesehatan namun belum terjangkau, KIS ini memiliki kelebihan, yaitu bisa menanggung penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS). JKN dan KIS ini adalah program Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) yang di awasi langsung oleh DJSN (Dewan Jaminan Sosial Nasional).

Berdasarkan data rasio angka harapan hidup yang di keluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Lampung, ditemukan fakta bahwa Kabupaten Pesisir Barat merupakan kabupaten dengan jumlah persentase harapan hidup yang rendah, yaitu sekitar 62% dari 156.306 jiwa. Jumblah ini bahkan masih kalah jika dikomparasikan dengan Kabupaten Mesuji sekitar 67% dari jumlah penduduk. BPJS Kesehatan KLOK Peisisr Barat perlu melakukan langkah-langkah

komunikasi, dalam hal ini strategi komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan angka harapan hidup penduduk Kabupaten Pesisir Barat.

BPJS Kesehatan menargetkan paling lambat dalam waktu 2 tahun atau tertanggal 1 Januari 2019 BPJS Kesehatan memperluas kepesertaan JKN-KIS mencakup seluruh Indonesia (cakupan semesta). Target tersebut dirumuskan oleh BPJS Kesehatan untuk memiliki jaminan kesehatan nasional dan memperoleh manfaat pemeliharaan kesehatan serta perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatannya yang diselenggarakan oleh BPJS Kesehatan yang handal, unggul dan terpercaya.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat dalam mendorong parstisipasi masyarakat untuk menggunakan BPJS Kesehatan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui strategi komunikasi BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat dalam mendorong pastisipasi masyarakat untuk menggunakan BPJS Kesehatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, manfaat yang di harapkan adalah sebagai berikut :

1.4.1 Secara Akademik

1. Bagi pihak program Studi Ilmu Komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian dibidang disiplin ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi.

2. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan referensi untuk kepentingan mahasiswa Ilmu Komunikasi.

1.4.2 Secara Praktis

1. Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk memperluas wawasan dan mengembangkan pengetahuan mengenai kajian-kajian dalam Ilmu komunikasi, khususnya yang membahas tentang strategi komunikasi.
2. Menjadi rujukan bagi para peneliti yang akan meneliti lebih lanjut mengenai strategi komunikasi.
3. Membantu memperkenalkan program-program yang ada di BPJS Kesehatan, karna program ini program wajib sesuai dengan UU No 24 Tahun 2011.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Terdahulu

Tinjauan pustaka harus mengemukakan hasil penelitian lain yang relevan dalam pendekatan permasalahan penelitian seperti teori, konsep-konsep, analisa, kesimpulan, kelemahan, dan keunggulan pendekatan yang dilakukan orang lain. Peneliti diharapkan belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan bahan literatur dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. Studi Terdahulu

1	Judul	Komunikasi pemasaran jasa layanan kesehatan (studi kasus : Eka Hospital Pekanbaru). *(Tesis)*
	Penulis	T. Rendra Trisyah Putra Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menemukan Eka Hosipital melakukan pembentukan kesadaran merek melalui kegiatan promosi yang berlangsung di daerah-daerah tingkat II yang ada di Provinsi Riau. Untuk yang berasal dari kota Pekanbaru sendiri, Eka Hospital menggunakan media seperti *billboard* dan koran yang tersebar di beberapa

		titik di jaloan utama Pelanbaru. Bagi masyarakat yang berada di luar daerah Pekanbaru, pihak pemasaran Eka Hospital melakukan pendekatan dengan cara bakti sosial serta pengajaran-pengajaran mengenai kesehatan yang disebut juga seminar awam bagi semua lapisan masyarkat.
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan kajian komunikasi pemasaran dengan menggunakan metode kualitatif. Metode merujuk pada prosedur-prosedur penelitian yang menghasilkan deskriptif data sehingga memungkinkan ditemukan kendala dan hambatan komunikasi pemasaran dalam lingkup Eka Hosipital. Peneliti menggunakan tahapan penelitian seperti : *in-depth interview* (wawancara mendalam) dan observasi.
	Kontribusi Penelitian	Sebagai refrensi untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi diteliti pada penelitian sebelumnya
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Dalam penelitian ini berfokus pada strategi promosi dan komunikasi jasa, dan merek dan peneliti akan mengukur strategi komunikasi pemasaran yang berdampak pada merek Eka Hospital dan merek akan mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan.
2	Judul	Analisis bauran komunikasi pemasaran instalasi layanan kebidanan Rumah Sakit Umum Bhakti Yudha Depok Marketing communicate mix analysis of Bhakti Yudha Hospital obsrectry. *(Tesis)*
	Penulis	Masri Robiansyah Putra Fakultas Ilmu Kesehatan

		Universitas Indonesia
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menemukan bahwa bauran komunikasi yang telah dilaksanakan oleh instalasi layanan kebidanan masih terbilang kurang ideal dibandingkan teori yang ada dan mengakibatkan target yang dikehendaki belum bisa terpenuhi. Peneliti menggunakan lima pendekatan komunikasi pemasaran seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, dan bauran komunikasi pemasaran.
	Metode Penelitian	penelitian ini menggunakan kajian analisis bauran komunikasi pemasaran dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode merujuk pada prosedur-prosedur penelitian yang menghasilkan deskriptif data sehingga memungkinkan ditemukan kendala dan hambatan komunikasi dalam lingkungan RS Umum Bhakti Yudha Depok.
	Kontribusi Penelitian	Membantu peneliti dalam memahami proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Sakit Umum Bhakti Yudha Depok
	Perbedaan Penelitian	Dalam penelitian ini peneliti menggambarkan tahapan-tahapan komunikasi pemasaran yang efektif apa saja yang telah dilaksanakan di RS Umum Bhakti Yudha Depok, menggambarkan bauran komunikasi pemasaran yang telah dilaksanakan dan mengukur loyalitas pelanggan dari dampak penerapan bauran komunikasi pemasaran.

3	Judul	Strategi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Buruh Di Kota Tangerang *(Skripsi)*
	Peneliti	Raden Dendy Yudha Prawira Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
	Hasil penelitian	BPJS Ketenagakerjaan Kota Tangerang telah menjalin kerja sama dengan Pemerintah Kota Tangerang yang bertujuan untuk membantu BPJS Ketenagakerjaan Kota Tangerang dalam menyelenggarakan program jaminan sosial di Kota Tangerang. Bentuk kerja sama ini juga akan membantu BPJS Ketenagakerjaan Kota Tangerang agar semua perusahaan dan buruh di Kota Tangerang dapat menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan dalam meningkatkan kesejahteraan perusahaan dan buruh tersebut.
	Metode Penelitian	Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dimana dalam penelitian ini peneliti mencoba menjelaskan bagaimana Strategi BPJS Ketenagakerjaan untuk meningkatkan kesejahteraan buruh di Kota Tangerang. Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini didasarkan atas pertimbangan bahwa pendekatan kualitatif relevan dan cocok dengan masalah penelitian. Selanjutnya digunakan untuk membangun pemahaman dan memberikan eksplanasi terhadap fenomena yang diteliti.
	Kontribusi Penelitian	Sebagai refrensi untuk mengetaui bagaimana strategi Badan Penyelenggara Jaminan

		Sosial Ketenagakerjaan
	Perbendaan Penelitian	Objek dalam penelitian ini adalah BPJS Ketenagakerjaan yang memfokuskan sosialisasi jaminan sosial ketenagakerjaan dalam meningkatkan kesejahteraan buruh di Kota Tanggerang. Bukan menfokuskan menarik peserta untuk menggunakan program BPJS

2.2 Komunikasi

Istilah komunikasi telah banyak ditulis dengan menekankan pada fokus yang beragam. Keragaman pengertian tersebut disebabkan perbedaan perspektif dalam melihat komunikasi sebagai fenomena sosial. Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*, cara yang baik dalam menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who says What in Which Channel to Whom With What Effect?* Paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni komunikator (*source, sender*), pesan (*message*), media (*channel*), komunikan (*receiver, communicate*) dan efek (*effect*). (Effendy, 2007:7).

Berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media menimbulkan efek tertentu. Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin communis yang berarti “sama”, *communico, communication*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*), sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi komunikasi berlangsung apabila antara

orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Roger (Cangara, 2006:20) menerangkan bahwa “komunikasi adalah proses suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. Dengan demikian proses komunikasi yang terjadi telah menunjukkan suatu sistem yang dinamis dalam memberikan persamaan pandangan antara penyampaian pesan dengan penerima pesan. Komunikasi dapat dipandang baik dan efektif sejauh ide, informasi, dan hal yang berhubungan dengan isi dalam proses komunikasi, dimiliki bersama atau mempunyai kebersamaan arti bagi orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tertentu. Berikut adalah fungsi dan tujuan dari komunikasi (Effendy, 2007:8) :

1) Fungsi komunikasi

a. Untuk menyampaikan informasi (*to inform*)

b. Untuk mendidik (*to educate*)

c. Untuk menghibur (*to entertain*)

d. Untuk mempengaruhi (*to influence*)

2) Tujuan komunikasi

a. Untuk merubah sikap (*to change the attitude*)

b. Untuk merubah pendapat (*to change oppinion*)

c. Untuk mengubah perilaku (*to change the behavior*)

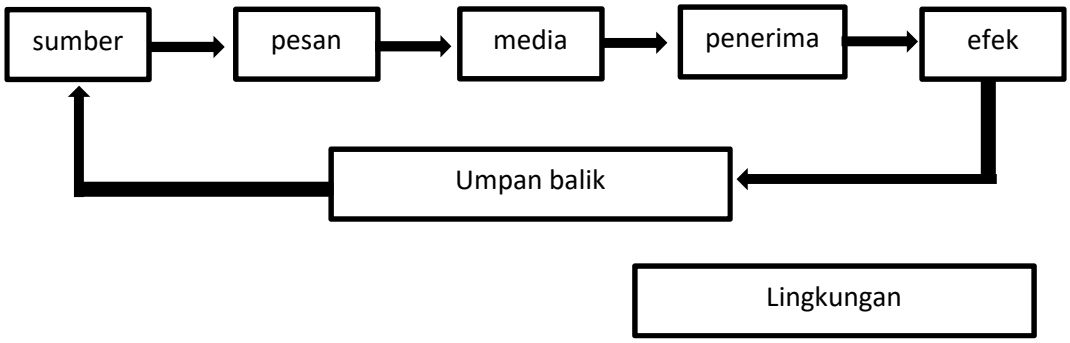
Terkait dengan tujuan yang ingin dicapai dalam komunikasi, maka ada beberapa tahapan perubahan atau efek yang terjadi pada diri komunikan setelah melakukan proses komunikasi (Effendy, 2007:11), yaitu :

a. Efek Kognitif, Efek kognitif adalah yang berkaitan dengan pikiran, nalar atau rasio. Misalnya komunikan yang semula tidak tahu, tidak mengerti menjadi mengerti atau tidak sadar menjadi sadar.
b. Efek Afektif, Efek Afektif adalah efek yang berkaitan dengan perasaan, misalnya komunikan yang semula merasa tidak senang menjadi senang, sedih menjadi gembira.
c. Efek Konatif, Efek konatif adalah efek yang berkaitan dengan timbulnya keyakinan dalam diri komunikan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh komunikator berdasarkan pesan atau message yang di transmisikan, sikap dan perilaku komunikan pasca proses komunikasi juga dalam efek konatif.

Pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi jika didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Laswell yang mengemukakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan berikut: *"Who says, what in, which channel to whom with what effect ?"*. Dari pertanyaan tersebut lebih lanjut dapat diuraikan unsur-unsur komunikasi yaitu sumber (komunikator), pesan, media, penerima (komunikan), dan efek atau pengaruh yang terjadi pada

penerima setelah menerima pesan. Unsur komunikasi, unsur efek dan umpan balik (*feedback*) merupakan pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna.

Dalam perkembangan selanjutnya muncul pandangan yang mengemukakan bahwa terdapat unsur yang tidak kalah penting dalam mendukung terjadinya proses komunikasi yaitu faktor lingkungan. Secara skematis kaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1 Proses Komunikasi
(Sumber: Cangara, 2007:24)

2.3 Strategi

Sasaran komunikasi tak pernah lepas dari orientasi efektifitas. Untuk mencapai efektifitas komunikasi maka diperlukan strategi operasional tertentu. Untuk mendapatkan gambaran mengenai strategi komunikasi maka terlebih dahulu penulis memberikan gambaran dari pengertian strategi dalam kaitannya dengan komunikasi.

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu ’stratos” yang artinya tentara dan kata ”agein” yang berarti pemimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata ”strategos” yang

artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (The Art of General), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan (Cangara, 2013:61).

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tapi juga profesi lain. Pada dasarnya strategi adalah rencana manajemen instansi atau organisasi dalam jangka panjang dari hal yang umum ke hal yang khusus, untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh instansi dan akan dijadikan sebagai acuan dalam segala kegiatan instansi. Dengan adanya strategi maka sebuah instansi atau organisasi akan lebih mudah dalam melaksanakan berbagai kegiatannya.

Salusu, (1996:99), memberikan gambaran mengenai unsur-unsur atau elemen-elemen dalam strategi, yaitu:

a. Tujuan dan Sasaran. Perlu diketahui bahwa tujuan berbeda dengan sasaran. Harvey (1982) mencoba menjelaskan keduanya: (a) organizational goal adalah keinginan yang hendak dicapai di waktu yang akan datang, yang digambarkan secara umum dan relatif tidak mengenal batas waktu, sedangkan (b) organizational objectives adalah pernyataan yang sudah mengarah pada kegiatan untuk mencapai goals: lebih terikat dengan waktu, dapat diukur dan dapat dijumlah atau dihitung.
b. Lingkungan. Harus disadari bahwa organisasi tidak dapat hidup dalam isolasi. Seperti manusia, juga organisasi yang dikendalikan oleh manusia,

senantiasa berinteraksi dengan lingkungannya, dalam arti saling mempengaruhi. Sasaran organisasi senantiasa berhubungan dengan lingkungan, di mana bisa terjadi bahwa lingkungan mampu mengubah sasaran. Menurut Shirley, peluang itu dapat terjadi dalam lingkungan makro (macro environment) seperti dalam masyarakat luas, dapat pula terjadi dalam lingkungan mikro (micro environmet) seperti dalam tubuh organisasi.

c. Kemampuan internal. Kemampuan internal oleh Shirley digambarkan sebagai apa yang dibuat karena kegiatan akan terpusat pada kekuatan.
d. Kompetisi. Kompetisi ini tidak dapat diabaikan dalam merumuskan strategi.
e. Pembuat strategi. Ini juga penting karena menunjukkan siapa yang kompeten membuat strategi.
f. Komunikasi. Para penulis secara impalasi menyadari bahwa komunikasi yang baik, strategi bisa berhasil.

Stephen Robbins mendefinisikan (Morissan,2008;152) ”strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan”

Berdasarkan definisi diatas, dapat dipahami bahwa srategi itu penting dipahami oleh setiap eksekutif, manajer, kepala atau ketua, direktur, pejabat senior dan junior, pejabat tinggi, menengah dan rendah. Hal ini harus dihayati karena strategi dilaksanakan oleh setiap orang pada setiap tingkat, bukan hanya oleh pejabat tinggi.

Strategi komunikasi terdiri dari dua suku kata yaitu strategi dan komunikasi. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata strategi dan komunikasi dapat diartikan secara harfiah sebagai berikut :

1. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sesuatu yang patut dikerjakan demi kelancaran komunikasi.
2. Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.
3. Strategi komunikasi adalah sesuatu yang patut dikerjakan dan diusahakan demi terciptanya kelancaran komunikasi.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan *(planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2003:300).

Kata komunikasi sebagai suatu proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata- kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan sebagainya. Perpindahan yang efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tetapi bahwa seseorang mengirimkan berita dan menerimanya sangat tergantung pada keterampilan- keterampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara dan lain- lain) untuk membuat sukses pertukaran informasi. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu

tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) dapat berbeda sewaktu- waktu bergantung dari situasi dan kondisi (Effendy, 2003:301).

Sebuah kelompok organisasi, merencanakan cara komunikasi sangat penting dan mempunyai banyak manfaat untuk berbagai alasan. Komunikasi menjamin pemanfaatan sumber daya langka secara paling efisien, dapat membantu memprioritaskan tuntutan-tuntutan yang berlawanan, dan memberikan arahan yang jelas yang terkait dengan kegiatan sehari-hari. Lebih lanjut, komunikasi dapat mengidentifikasi mereka yang membawa perubahan dan memberi cara terbaik untuk menghadapi mereka, memungkinkan telaah kegiatan organisasi saat ini dan memberikan tolak ukur untuk mengukur keberhasilan diwaktu yang akan datang. Strategi komunikasi agar berjalan dengan baik, perlu memperhatikan hal-hal seperti berikut:

a. Sasaran

   Perlunya mengidentifikasi sasaran siapa dengan siapa yang perlu berkomunikasi untuk mencapai tujuan organisasi.

b. Tujuan

   Tujuan adalah kunci sukses strategi komunikasi. Tujuan tersebut harus mampu memastikan bahwa strategi komunikasi yang dikembangkan merupakan tuntutan kebutuhan organisasi, bukan karena adanya kebutuhan atas komunikasi itu sendiri. Kegiatan komunikasi bukan merupakan akhir dari semua kegiatan, tetapi dilakukan demi organisasi dan karena itu harus

dikaitkan dengan tujuan organisasi. Menggabungkan tujuan komunikasi dan tujuan organisasi akan menegaskan pentingnya dan relevansi komunikasi, dan karena itu akan menjadi kasus yang meyakinkan untuk melakukan kegiatan komunikasi dalam organisasi.

c. Pesan

Mencari target yang strategis dan konsisten adalah kunci pesan organisasi. Ciptakan sesuatu yang komprehensif dan mencakup semua pesan kunci, dan beri tekanan pada unsur-unsur yang berbeda untuk pendengar yang berbeda.

d. Evaluasi dan Amandemen

Pertimbangkan melakukan audit komunikasi untuk memperkirakan efektivitas strategi komunikasi dengan pendengar internal maupun external dengan melakukan diskusi internal.

e. Instrumen dan kegiatan

Kenali instrumen dan kegiatan yang sesuai untuk mengkomunikasikan pesan kunci.

Suharsono dan Dwiantara (2013: 24) menambahkan bahwa pada dunia bisnis yang terus mengalami perubahan dan perkembangan, informasi dijadikan alat ukur kemajuan dalam persaingan. Kemampuan untuk memiliki, mengolah dan mengkomunikasikan informasi tersebut sehingga memiliki nilai ekonomi yang tinggi adalah hal yang penting dalam suatu aktivitas bisnis. Stretegi komunikasi memiliki beberapa faktor pendukung strategi komunikasi antara lain :

1. Mengenali sasaran komunikasi
2. Faktor situasi dan kondisi
3. Pemilihan media komunikasi
4. Pengkajian tujuan pesan komunikasi
5. Peranan komunikator dalam komunikasi
6. Daya tarik sumber
7. Kredibilitas sumber

Menetapkan metode, dalam hal ini metode penyampaian, yang dapat dilihat dari dua aspek: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode : informatif, persuasif, edukatif, koersif. Metode redundancy adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Metode canalizing yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki. Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagai nya.

Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya. Metode edukatif, memberikan sesuatu idea kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang di inginkan. Metode koersif, mempengaruhi khalayak dengan jalan

memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidasi dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh. Pemilihan media komunikasi dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat.

2.4.1 Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berfungsi sebagai cara agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya ialah untuk (Liliweri, 2011: 248):

1. Memberitahu (*Announcing*)

   Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik perhatian 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 komunikan 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.

Komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. (Effendy, 2007:35)

a. Mengenali Sasaran Komunikasi

   Sebelum melancarkan komunikasi, perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi itu sendiri. Sudah tentu bergantung kepada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Apa pun tujuannya, metodenya dan banyaknya sasaran, pada diri komunikan perlu diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut :

   1. Faktor kerangka referensi, pesan yang disampaikan kepada komunikan harus sesuai dengan kerangka referensi (*field of experience*), kerangka refensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari panduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup,

norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya.

2. Faktor situasi dan kondisi, yang dimaksud dengan situasi disini ialah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan. Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi disini ialah *state of personality* komunikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi (message) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi.

d. Peranan Komunikator dalam komunikasi

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber (*source attractivesse*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*).

1. Daya tarik sumber Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini dan perilaku

komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya.

2. Kredibilitas sumber. Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator.

   Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. (Effendy, 2007:35-39)

Perumusan strategi dalam buku Ilmu Komunikasi Praktek dan Teori (Effendy, 2007 : 184)

1. Mengenal khalayak

   Mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak, mempunyai kepentingan yang sama. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan saksama, yang meliputi :

   a. Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri dari :

      1. Pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan,
      2. Kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan,
      3. Pengetahuan khalayak terhadap perbendaharaan kata-kata yang digunakan,

         a. Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma norma kelompok dan masyarakat yang ada

b. Situasi dimana khalayak itu berada. Sementara itu Schoen-feld mengemukakan klasifikasi khalayak sebagai berikut :

a. *Innovator* ataupun penemu idea adalah orang-orang yang kaya akan idea baru dan karenanya mudah atau sukar menerima idea baru orang lain.

b. *Early adopter* atau orang-orang yang cepat bersedia untuk mencoba apa yang dianjurkan kepadanya.

c. *Early majority* atau kelompok orang-orang yang mudah menerima ide-ide baru asal saja sudah diterima oleh orang banyak.

d. *Majority* atau kelompok dalam jumlah terbanyak yang menerima atau menolak ide baru, terbatats pada suatu daerah.

e. *Non-adopter* ataupun orang-orang yang tidak suka menerima ide baru dan mengadakan perubahan-perubahan atas pendapatnya yang semula.

2. Menyusun pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian.

3. Menetapkan Metode

Seperti telah disinggung, bahwa mencapai efektifitas dari suatu komunikasi selain akan tergantung dari kemantapan isi pesan, yang diselaraskan dengan

kondisi khalayak dan sebagainya, maka juga akan turut dipengaruhi oleh metode-metode penyampaiannya kepada sasaran.

a. *Redundancy (Repetition)*, adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak.
b. *Canalizing*, untuk mempengaruhi khalayak haruslah terlebih dahulu mengerti tentang kerangka referensi dan lapangan pengalaman dari khalayak tersebut dan kemudian menyusun pesan dan metode yang sesuai dengan itu. Hal tersebut dimaksudkan agar khalayak tersebut pada permulaan dapat menerima pesan yang kita lontarkan kepadanya, kemudian secara perlahan-lahan dirubah pola pemikiran dan sikapnya yang telah ada, kearah yang dikehendaki.
c. *Informative*, dalam publisistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan (metode) memberikan penerangan.
d. *Persuasif*, berarti mempengaruhi dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya.

4. Seleksi dan penggunaan media

Sebagaimana dalam menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan media pun harus demikian pula.

2.4.2 Pentingnya Strategi Komunikasi

Dalam menyampaikan pesan kepada komunikan yang tergolong kompleks, penting untuk menetapkan strategi yang akan digunakan agar komunikasi menjadi efektif. Terdapat tiga esensi utama dari praktik strategi komunikasi yang dikemukakan Liliweri (2011: 249), yaitu:

1. Strategi Implementasi

Tahapan dalam strategi implementasi, antara lain:

a. Mengidentifikasi visi dan misi. Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi dengan mengandung tujuan, harapan dan cita-cita ideal yang selanjutnya dijabarkan oleh misi.

b. Menentukan program dan kegiatan. Melaksanakan serangkaian aktivitas sesuai dengan penjabaran misi.

c. Menentukan tujuan. Dari setiap program yang akan dijalankan biasanya mempunyai tujuan yang akan diperoleh sebagai salah satu indikator keberhasilan.

d. Mengenali *Audiens*. Pada tahap ini, komunikator perlu mengenali terlebih dahulu sasaran komunikasi yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi, apakah bersifat informatif (memberikan informasi saja), persuasif (mengajak) dan instruktif (memberikan perintah). Dalam pengenalan sasaran, komunikator perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

   1) Pesan yang akan disampaikan disesuaikan dengan pengalaman, pendidikan, status sosial, pola hidup, ideologi dan keinginan sasaran.

2) Situasi dan kondisi di sekeliling sasaran pada saat pesan akan disampaikan dapat mempengaruhi penerimaan pesan, misalnya suasana sedih, sakit dan situasi lingkungan yang tidak mendukung.

e. Mengembangkan Pesan. Setelah mengenal komunikan, maka perlu untuk mengemas pesan secara tepat, benar dan menarik minat sasaran. Perlu dilakukan pengkajian tujuan pesan. Namun sebelumnya harus dipahami dulu isi pesan yang cocok untuk disampaikan. Satu pesan dapat menggunakan lebih dari satu teknik komunikasi, atau menggunakan satu atau beberapa lambang (misalnya: bahasa, gambar, warna, gerak tubuh, suara, dan sebagainya). Pemilihan bahasa atau lambang harus disesuaikan dengan komunikan untuk menghindari bias makna, seperti penggunaan bahasa asing maupun kalimat konotatif dan ambiguitas.

f. Identifikasi Komunikator. Kredibilitas komunikator yaitu kemampuan komunikator dalam menumbuhkan kepercayaan komunikan terhadap pesan. Kepercayaan ini timbul antara lain karena profesi, kedudukan, dan keahlian yang dimiliki komunikator. Kriteria komunikator berkredibilitas yaitu yang memiliki daya nalar tinggi dan memiliki karakter serta moral yang baik. Karena komunikator dengan karakter dan kepribadian yang kuat, dapat menyampaikan pesan dengan makna yang kuat pula.

g. Mekanisme Komunikasi/Media. Pemilihan media sangat bergantung pada tujuan yang akan dicapai, bentuk pesan yang akan disampaikan dan teknik komunikasi yang akan dipakai. Media ada banyak jenisnya, kita dapat menyesuaikan pesan yang akan disampaikan dengan memperhatikan kelebihan dan kekurangan pada tiap-tiap media. Maka dari itu, tidak

menutup kemungkinan apabila dalam menyampaikan sebuah pesan, media yang digunakan lebih dari satu.

h. *Scan* Konteks dan Persaingan. Perlu adanya perhitungan mengenai resiko dari setiap strategi yang telah ditentukan agar dapat diantisipasi dengan menyediakan solusi dari setiap permasalahan yang diduga akan timbul di depannya.

2. Strategi Dukungan

Tahapan dalam strategi dukungan antara lain:

a. Mengembangkan mitra yang bernilai. Perlu adanya strategi yang tepat dalam membudidayakan, mengembangkan, dan mengoptimalkan berbagai elemen atau unsur dari berbagai rekan, mitra, maupun koneksi yang mempunyai daya dukung yang tinggi dan berkompeten.

b. Melatih para pembawa atau penyebar pesan. Para pembawa atau penyebar pesan, harus dibekali dengan pengetahuan dan kemampuan yang cukup, sehingga perlu dikembangkan kegiatan pelatihan.

c. Mengembangkan semacam tata aturan bagi kegiatan penyebarluasan informasi kepada audiens. Diusahakan agar informasi yang disebarkan merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan atau motivasi semata, tetapi mengandung unsur pendidikan, misalnya melalui pemantauan dan evaluasi implementasi.

d. Mengontrol setiap tahapan/jenis kegiatan. Setiap pelaksanaan kegiatan harus dilakukan pengawasan atau *controlling*, sehingga kemajuan atau kemunduran dari kegiatan dapat terindikasi dengan mudah.

3. Strategi Integrasi

Tahapan dalam strategi integrasi antara lain:

a. Mengintegrasikan komunikasi terutama pada level kepemimpinan. Pengintegrasian (*integration*) ialah fungsi operasional manajemen personalia yang terpenting, sulit dan kompleks untuk merealisasikannya. Hal ini disebabkan karena bawahan bersifat dinamis dan mempunyai pikiran, perasaan, harga diri, sifat, serta membawa latar belakang, perilaku, keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda dalam organisasi.
b. Melengkapi sumber daya. Seluruh sumber daya yang berpotensi dalam memajukan organisasi harus disediakan dan dilengkapi semaksimal mungkin, hal ini dimaksudkan agar dapat mendukung setiap gerakan yang akan dilakukan oleh organisasi.
c. Mengintegrasikan komunikasi melalui organisasi. Komunikasi yang telah terbangun harus diintegrasikan secara menyeluruh kepada setiap unit di dalam organisasi, sehingga tidak menimbulkan kesimpangsiuran terhadap tujuan yang hendak dicapai dalam organisasi tersebut.
d. Melibatkan staf pada semua level untuk memberikan dukungan dan integrasi. Seluruh elemen dan unsur dalam organisasi harus dilibatkan secara langsung maupun tidak langsung, sehingga setiap pemegang tanggung jawab dalam organisasi merasa dibutuhkan.

2.6 Sosialisasi

Menurut Slameto (2003:3) sosialisasi adalah suatu proses belajar mengajar. Dalam hal ini belajar merupakan suatu proses usaha yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan, sebagai hasil pengalamannya sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya. Sementara itu, Ritcher Jr (1987: 139) memberikan definisi yang lebih luas, bahwa sosialisasi adalah proses seseorang memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukannya agar dapatberfungsi sebagai orang dewasa dan sekaligus sebagai pemeran aktif dalam satu kedudukan atau peranan tertentu di masyarakatnya

Proses sosialisasi terjadi melalui interaksi sosial, yaitu hubungan antarmanusia yang menghasilkan adanya proses pengaruh mempengaruhi. Dalam proses pendewasaan manusia maka berdasarkan pengalamannya sendiri, ia akan selalu mempunyai suatu sistem tingkah laku *(behavior system)* yang akan ditentukan oleh watak pribadinya, yaitu bagaimana ia akan memberikan reaksi terhadap suatu pengalaman. Akhirnya sistem perilaku inilah yang akan menentukan dam membentuk sikapnya *(attitude)* terhadap sesuatu.

Sosialisasi juga dapat diartikan sebagai proses penyebarluasan informasi (program, kebijakan, peraturan) dari satu pihak (pemilik program, kebijakan, peraturan) kepada pihak-pihak lain (aparat, masyarakat yang terkena program, dan masyarakat umum).

Dalam usaha untuk melakukan kegiatan sosialisasi, terdapat beberapa cara yang dapat digunakan menurut Susanto (1997, 47:48):

1. *In House Campaign*

Proses sosialisasi yang diarahkan pada seluruh anggota organisasi didalam perusahaan, yang menyangkut semua tingkatan yang ada dalam aktivitas kerja sehari-hari. Program ini dapat memanfaatkan beberapa orang kunci dalam perusahaan seperti:

a. *Top manager*, untuk menunjukkan komitmen top management terhadap kebijaksanaan ini.

b. *Core People*, dipilih dari anggota organisasi yang memiliki antusiasme yang tinggi terhadap penerapan dari budaya perusahaan yang telah ditetapkan. *Core people* dapat dipilih dari berbagai tingkatan dalam organisasi.

c. Rekan kerja yang lebih dulu bergabung, diarahkan pada anggota yang baru bergabung, yang berperan sebagai komunikator adalah rekan sekerja. Disamping itu, juga dapat dimanfaatkan beberapa hal berikut ini:

   1. *Gimmick products*
   2. Buku pedoman

2. *Outside Campaign*

Seluruh proses sosialisasi diarahkan pada lingkungan ekstern organisasi, tujuannya adalah untuk menunjukkan komitmen yang diambil oleh perusahaan dalam melayani kepentingan ‘konsumen’nya.

Penelitian ini menggunakan Teori Laswell dan disonansi kognitif. Teori Laswell telah dijelaskan dalam strategi komunikasi. Teori disonansi kognitf biasa disebut juga sebagai teori perubahan sikap. Teori ini menyatakan bahwa seseorang akan mengalami ketidaknyamanan di dalam dirinya bila ia dihadapkan pada informasi baru atau informasi yang bertentangan dengan keyakinannya (Morissan, 2008:64). Teori ini merangkum empat asumsi yaitu:

1. Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi pada keyakinan, sikap, dan perilakunya.

2. *Disonansi* diciptakan oleh *inkonsistensi* psikologis

3. Disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan tindakan – tindakan dengan dampak yang dapat diukur.

4. Disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan usaha untuk mengurangi disonansi.

2.7 Kerangka Pemikiran

BPJS Keshatan adalah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang pelayanan masyarakat. Dalam melaksanakan fungsi sebagaimana tersebut diatas BPJS bertugas untuk melakukan atau menerima pendaftaran peserta, mengumpulkan iuran dari peserta dan pemberi kerja, menerima bantuan iuran dari pemerintah, mengelola dana jaminan sosial untuk kepentingan peserta, mengumpulkan dan mengelola data peserta program jaminan sosial, membayarkan manfaat dan/atau membiayai pelayanan kesehatan sesuai dengan

ketentuan program jaminan sosial, memberikan informasi mengenai penyelenggaraan program jaminan sosial kepada peserta dan masyarakat.

BPJS Kesehatan memiliki Kantor Layanan Operasional Kota/Kabupaten (KLOK) yang bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan daerah, salah satunya KLOK Pesisir Barat. BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat mempunyai salah satu unit yang bertugas dalam melakukan pemasaran ke masyarakat. Unit pemasaran BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat melakukan strategi komunikasi dalam rangka memperkenalkan layanan-layanan yang ada dalam BPJS Kesehatan. Kegiatan strategi komunikasi yang di lakukan adalah :

1. Strategi Implementasi
2. Strategi Dukungan
3. Strategi Integrasi

Strategi komunikasi yang dilakukan unit pemasaran BPJS Kesehatan Pesisir Barat tentunya memiliki tujuan, yaitu untuk mensosialisasikan layanan-layanan yang ada pada BPJS Kesehatan terutama pada masyarakat Pesisir Barat. Di harapkan dengan adanya strategi komunikasi tersebut masyarakat yang di Pesisir Barat dapat memanfaatkan layanan-layanan yang ada pada BPJS Kesehatan tersebut dengan optimal.

Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif menurut Moleong (2004:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya, perilaku, persepsi,motivasi,tindakan dan lain-lain. Penelitian ini juga bersifat deskriptif, yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada. Menurut Rakhmat (2005:25), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan , atau penghubungan dengan variabel yang lain. Deskripsi yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi komunikasi BPJS Kesehatan dalam mendorong pastisipasi masyarakat untuk menggunakan BPJS Kesehatan.

3.2. Fokus Penelitian

Pada dasarnya penelitian kualitatif tidak dimulai dengan sesuatu yang tanpa alasan, tetapi dilakukan berdasarkan persepsi peneliti terhadap adanya masalah.

Batasan masalah dalam penelitian kualitatif dinamakan fokus, yang berisi pokok yang diteliti. Adapun Fokus dalam diarahkan kepada :

Strategi komunikasi BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat dalam dalam mendorong partisipasi masyarakat untuk meggunakan program BPJS Kesehatan. Dengan menggunakan 3 aspek strategi yaitu strategi implementasi, strategi dukungan dan strategi integrasi.

3.3. Informan

Langkah awal untuk memperoleh informasi dalam penelitian ini adalah dengan menentukan terlebih dahulu informan penelitian. Sebelum menentukan informan penelitian, teknik pemilihan informan adalah dengan teknik *purposive* (disengaja). Menurut Singarimbun dan Effendi (2000: 155), teknik *purposive* bersifat tidak acak, subjek dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Pertimbangan yang digunakan dalam penentuan informan penelitian ini adalah:

1. Kepala Kabupaten yang berkedudukan di kantor cabang BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat yang secara langsung menangani kegiatan Pemasaran.
2. Tiga (3) staff yang berkedudukan di kantor BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat yang secara langsung menangani kegiatan Pemasaran.

Alasan pemilihan informan dalam penelitian ini adalah:

1. Informan merupakan orang yang berkaitan langsung dengan permasalahan.
2. Informan mempunyai cukup informasi terkait tentang permasalahan.

3.4. Sumber Data

Sutopo (2006: 56) mengemukakan bahwa jenis data dikelompokan berdasarkan jenis dan posisinya, mulai dari yang paling nyata sampai dengan yang paling samar-samar, dan mulai dari yang paling terlibat sampai dengan yang bersifat sekunder. Sumber data utama pada penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti sumber data tertulis. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

   Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara menggali dan mengumpulkan informasi dari informan yang dianggap mengetahui segala permasalahan yang akan diteliti.

2. Data Sekunder

   Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari studi literatur (buku, koran, majalah, artikel, dan lain-lain), dan internet.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suyanto dan Sutinah (2011: 19-25), bahwa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara :

1. Wawancara

   Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan melalui tanya jawab agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Dalam wawancara ini yang dijadikan narasumber adalah kepala kabupaten BPJS KLOK Pesisir

Barat dan staff BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat yang menangani langsung kegiatan sosiasilasi atau pemasaran.

2. Observasi

   Metode ini digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung keadaan di lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti. Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung tentang bagaimana stragetgi komunikasi yang dilakukan BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat dalam mendorong partisipasi masyarakat untuk menggunakan program BPJS Kesehatan

3. Dokumentasi

   Dokumentasi, Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berasal dari data tertulis, arsip, foto, dan lain-lain.

4. Studi Kepustakaan

   Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku, literatur yang ada hubungannya dengan penelitian.

3.6. Teknik Analisa Data

Analisis data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Patton (dalam Moleong, 2004;315) berpendapat bahwa tidak ada cara yang paling benar secara absolut untuk mengorganisasi, menganalisis, dan menginterpretasikan data kualitatif. Karena itu, maka prosedur analisis data dalam

penelitian ini didasarkan kepada sejumlah teori (Creswell, 1994; Patton, 1990; Bogdan & Taylor, 1984 dalam Lexy J. Moleong, 2004) dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik analisis data yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi data, dalam tahap ini yaitu dilakukan pemusatan perhatian atas apa yang akan diteliti dengan membuang data yang tidak penting melalui penyederhanan kemudian dipahami. Reduksi data merupakan bentuk analisa data yang menajam, menggolongkan, mengarahkan serta membuang data yang tidak perlu sehingga dapat diverifikasi agar memperoleh kesimpulan.
2. Display (Penyajian Data) Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang disesuaikan dan diklarifikasi untuk mempermudah peneliti dalam menguasai data dan tidak terbenam dalam setumpuk data.
3. Verifikasi (Menarik Kesimpulan) Kesimpulan selama penelitian berlangsung makna-makna yang di uji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokannya sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenaran dan kegunaannya.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan teknik Triangulasi. Pengertian triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moloeng, 2004: 330).

Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda (Nasution, 2003: 115) yaitu wawancara, observasi dan dokumen. Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data.

Denzin (dalam Moloeng, 2004; 330), membedakan empat macam triangulasi diantaranya dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini, dari keempat macam triangulasi tersebut, peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka ditempuh langkah sebagai berikut (Patton dalam Moleong 2005: 331) :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

BAB IV
GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Profil BPJS Kesehatan

Memperhatikan pada lokasi penelitan yaitu BPJS Kesehatan yang awalnya merupakan PT Askes Persero telah menerapkan strategi-strategi baru. Pasca perubahan tidak hanya terlihat hanya pada nama perusahaan melainkan perubahan terjadi pada sistem organisasi, struktur organisasi hingga strategi organisasi untuk membangun kesadaran masyarakat. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan kajian di perusahaan nirlaba milik negara secara mendalam dengan mengedepankan strategi komunikasi yang berfokus pada komunikasi pemasaran sosial yang dijadikan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program jaminan kesehatan.

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 45 pasal 28 H ayat 3 disebutkan setiap warga berhak atas jaminan sosial yang menugkinkan 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/atau 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/atau membiayai pelayanan kesehatan sesuai dengan ketentuan program jaminan sosial; dan (g) memberikan informasi mengenai penyelenggaraan program jaminan sosial kepada peserta dan masyarakat.

BPJS Kesehatan menyelenggarakan sistem jaminan sosial nasional berdasarkan prinsip (a) kegotongroyongan; (b) nirlaba; (c) keterbukaan; (d) kehati-hatian; (e) akuntabilitas; (f) portabilitas; (g) kepesetaan bersifat wajib; (h) dana amanah; dan (i) hasil pengelolaan dana jaminan sosial dipergunakan seluruhnya untuk pengembangan program dan untuk sebesar-besar kepentingan perserta. Peneliti lebih menitik beratkan pada strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan nirlaba yang menjadi salah satu prinsip dari BPJS Kesehatan. Dalam praktiknya, konsumen BPJS Kesehatan disebut sebagai peserta BPJS Kesehatan. Peserta BPJS Kesehatan merupakan setiap warga negara Indonesia, termasuk warga negara asing yang bekerja paling singkat 6 bulan di Indonesia, yang telah membayar iuran. Tercatat di website resmi BPJS Kesehatan pada tanggal 19 September 2014 peserta BPJS Kesehatan telah mencapai 128.336.985 jiwa dalam kurun waktu kurang dari 1 (satu) tahun. Jumlah ini sendiri diprediksi akan terus

bertambah, sesuai dengan target peserts BPJS Kesehatan pada 2019 mencapai 100 persen masyarakat Indonesia.

Untuk tercapainya tujuan tersebut, BPJS Kesehatan pada *top manager* telah membangun stuktur organisasi hingga unit kabupaten. Perubahan sistem organisasi yang terjadi pada BPJS Kesehatan yang sebelumnya PT Askes Persero menjadikan unit bisnis dan strategi kian berkembang dengan cakupan seluruh wilayah dan masyarakat Indonesia. Sehingga dibutuhkan unit kerja yang besar untuk membangun program kerja pemasaran yang efektif dan efisien dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran sosial.

Lokasi penelitian dilakukan pada salah satu kantor cabang BPJS Kesehatan di Provinsi Lampung. Provinsi Lampung merupakan salah satu struktur kerja yang pada regional 13. Regional 13 merupakan regional baru yang dibentuk pada bulan Agustus 2014. Sebelumnya Provinsi Lampung masuk pada regional 3 bersama Sumatera Selatan, Bengkulu, dan Jambi. Saat ini Provinsi Lampung di regional 13 bersama Provinsi Banten dan Provinsi Kalimantan Barat. Sehingga struktur organisasi kantor cabang yang ada di Provinsi Lampung bertanggung jawab langsung kepada regional 13 yang berpusat di Kota Serang.

Provinsi Lampung sendiri memiliki 3 kantor cabang yang terdiri dari 2 kantor cabang kelas A yang berada di Kota Bandar Lampung dan Kota Metro dan 1 kantor cabang kelas B yang berada di Kabupaten Lampung Utara. Masing-masing kantor cabang menjangkau 4 sampai 5 kabupaten/kota yang ada di Provinsi Lampung. Sedangkan kantor cabang yang berada di Kabupaten Lampung Utara

menjangkau 4 kabupaten yang tediri dari Kabupaten Lampung Utara sendiri, Kabupaten Lampung Barat, Kabupaten Way Kanan dan Kabupaten Pesisir Barat.

Lampung Utara menjadi satu-satunya kantor cabang BPJS Kesehatan di Provinsi Lampung yang berlokasi ditingkat kabupaten. Dari data yang ditemukan dari BPS Provinsi Lampung menjelaskan indeks pembangunan manusia di Kabupaten Lampung Utara (71.70) lebih sedikit dibandingkan dengan Kota Bandar Lampung (77.17) dan Kota Metro (77.53). Sedangkan angka harapan hidup penduduk Kabupaten Lampung Utara dari tahun ke tahun semakin meningkat. Pada tahun 2011 angka harapan hidup penduduk Lampung Utara 68,21 dan pada tahun 2012 naik menjadi 68,49.

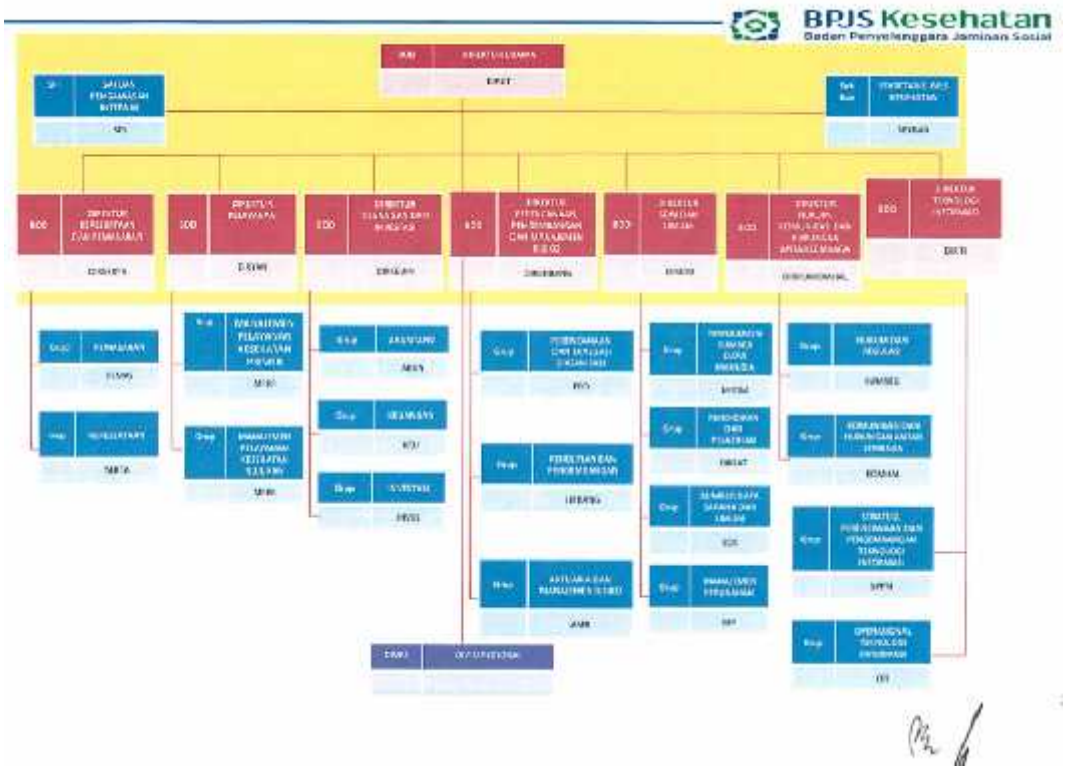
Pada tahun 2013 BPS Provinsi Lampung mencatat terdapat pasien yang terbagi dari puskesmas, rawat inap dan rawat jalan. Puskesmas terdapat 82.263 pasien, rawat inap terdapat 12.805 sedangkan rawat jalan 8.195. Jumlah pasien yang tersebar di 13 kabupaten dan kota yang ada di Provinsi Lampung belum tentu beranding lurus dengan fasilitas kesehatan yang ada provinsi ini. Tercatat tahun 2013 Provinsi Lampung hanya memiliki 51 unit rumah sakit dan 280 puskesmas. Masih terlampau jauh dengan jumlah pasien yang terus bertambah setiap harinya.

Saat ini Kantor Cabang BPJS Kesehatan Kota Bumi telah bekerja sama dengan fasilitas kesehatan yang ada di empat kabupaten yaitu Lampung Utara, Lampung Barat, Way Kanan, dan Pesisir Barat. Kabupaten Lampung Utara terdapat 3 rumah sakit dan 26 puskesmas yang bekerjasama dengan BPJS Kesehatan cabang Kota Bumi. Kabupaten Lampung Barat terdapat 1 rumah sakit dan 13 puskesmas.

Kabupaten Way Kanan terdapat 2 rumah sakit dan 19 puskesmas. Sedangkan Kabupaten Pesisir Barat hanya terdapat 9 puskesmas.

BPJS Kesehatan
Badan Penyelenggara Jaminan Sosial

Gambar 2. Logo BPJS Kesehatan



Gambar 3. Struktur Organisasi BPJS Kesehatan

4.2 Wilayah Kerja BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat

Wilayah kerja BPJS Kesehatan cabang Kota Bumi terdiri dari 4 kabupaten yaitu Lampung Utara, Lampung Barat, Way Kanan dan Pesisir Barat. Setiap kabupaten memiliki geografi dan demografi yang berbeda. Geografi dan demografi wilayah kerja dapat mempengaruhi strategi komunikasi pemasaraan.

4.2.1. Deskripsi Wilayah Kerja

1. Lampung Utara

Lampung Utara merupakan wilayah bagian utara Provinsi lampung. Kabupaten ini yang memiliki luas 2,725 Km^2 dengan kepadatan penduduk 214,38 jiwa/km^2. Di sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Way Kanan, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Lampung Tengah, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Tulang Bawang Barat, dan sebelah berbatasan dengan Kabupaten Lampung Barat. Berdasarkan peraturan daerah Kabupaten Lampung Utara terdiri dari 23 kecamatan dan 247 desa. Kabupaten ini memiliki jumlah penduduk sebesar 602.727 jiwa yang terdiri dari 306.501 laki-laki dan 296.226 perempuan.

Mata pencarian utama masyarakatnya mayoritas sebagai petani, buruh pabrik, pedagang, pegawai negeri sipil (PNS), pegawai swasta, TNI, dan Polri. Dalam persentase masyarakatnya yang bekerja di sektor *Agiculture* sebesar 56,04%, *Manufacture* sebesar 13,84%, dan *Service* sebesar 30,12%. Pemerintah daerah masih berfokus pada ketiga sektor ini. Upaya pemerintah daerah untuk menekan angka pengangguran yang ada pada

Kabupaten Lampung Utara. Pada tahun 2013 angka pengangguran di kabupaten ini menurun hingga 0,59% dibandingkan tahun sebelumnya.

Begitu juga dengan angka kemiskinan yang ada di kabupaten ini. Tercatat pada tahun 2012 penduduk miskin yang ada di Kabupaten Lampung Utara sebanyak 25,17% dan pada tahun berikutnya angka ini dapat ditekan menjadi 23,67% atau sebanyak 142,665 jiwa. Sedangkan pengeluaran per kapita masyarakat Lampung Utara sebesar Rp.617.670.

2. Lampung Barat

Kabupaten Lampung Barat merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung dan ibu kota kabupaten ini terletak di Liwa. Kabupaten Lampung Barat merupakan hasil dari pemekaran dari Lampung Utara pada tanggal 16 Agustus 1991. Secara topografi Kabupaten Lampung Barat terdiri dari dua yaitu daerah berbukitan dengan ketinggian 600-1000m serta pegunungan dengan ketinggian 1000-2000m dari permukaan laut. Kabupaten ini memiliki luas 3.368 Km^2 dengan tingkat kepadatan 124,41 jiwa/Km^2. Kabupaten ini berbatasan langsung dengan Provinsi Bengkulu dan Provinsi Sumatera Selatan di sebelah utara, sebelah selatan berbatasan Kabupaten Tanggamus, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Pesisir Barat dan sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Way Kanan dan Kabupaten Lampung Utara. Berdasarkan peraturan daerah kabupaten ini terdiri dari 15 kecamatan dan 136 kelurahan/desa. Kabupaten ini memiliki jumlah penduduk mencapai 290.388 jiwa yang terdiri dari laki-laki 152.979 jiwa dan perempuan 134.609 jiwa.

Mata pencarian utama dari kabupaten ini merupakan pertanian (162.856 jiwa), industri (6.660 jiwa) dan pelayanan (28.021 jiwa). Sedangkan komoditas unggulan Kabupaten Lampung Barat yaitu kopi robusta dan lada. Produksi kopi robusta mencapai kurang lebih 57.336,5 ton/tahun dan lada mencapai kurang lebih 3.660,2 ton/tahun.

3. Kabupaten Way Kanan

Kabupaten Way Kanan merupakan hasil dari pemekaran dari Kabupaten Lampung Utara pada tahun 1999. Ibu kota Kabupaten Way Kanan terletak di Blambangan Umpu. Daerah ini merupakan jalur transportasi dengan tujuan Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Bengkulu. Kabupaten Way Kanan memiliki luas wilayah 3.921 Km^2 dengan kepadatan penduduk mencapai 103,56 jiwa/Km^2. Di sebelah utara berbatasan dengan Provinsi Sumatera Selatan, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Lampung Utara, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Tulang Bawang. Dari tahun 1999 Kabupaten Way Kanan terdiri dari 14 kecamatan dan 210 kecamatan dan desa. Kabupaten ini memiliki jumlah penduduk sebesar 428.097 jiwa.

Mata pencarian utama masyarkatnya mayoritas sebagai petani, buruh pabrik, pedagang, pegawai negeri sipil (PNS), pegawai swasta, TNI, dan Polri. Hasil bumi utama yang dihasilkan oleh kabupaten ini berupa karet dan kelapa sawit. Tetapi kabupaten ini juga ditunjang oleh hasil bumi lainnya seperti kopi, lada, coklat, dan padi. Pemanfaatan sektor perkebunan dan sawah merupakan upaya pemerintah daerah untuk

menekan angka pengangguran. Pada tahun 2013 pengangguran yang ada di kabupaten ini hanya berkisar 8,67%.

4. Kabupaten Pesisir Barat

Kabupaten Pesisir Barat merupakan kabupaten yang terletak paling barat dari Provinsi Lampung. Kabupaten ini merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Lampung Barat yang disahkan pada tanggal 25 Oktober 2012. Ibu kota kabupaten ini terletak di Krui. Kabupaten yang berdiri tahun 2012 ini berbatasan langsung dengan Samudera India di sebalah barat, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Lampung Barat, sebelah utara berbatasan dengan Provinsi Bengkulu, sedangkan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus. Wilayah Kabupaten Pesisir Barat memiliki luas 2.907 Km^2 atau 8,39% dari luas wilayah Provinsi Lampung. Kabupaten Pesisir Barat memiliki jumlah penduduk 154.213 jiwa dengan jumlah kepadatan penduduk 48,67 jiwa/Km^2.

Secara tipografi Kabupaten Pesisir Barat dibagi menjadi 3 jenis, yakni :

a Daerah dataran rendah (ketinggian 0-600 meter dari permukaan laut)
b Daerah berbukit (ketinggian 600 sampai 1.000 meter dari permukaan laut)
c Daerah pegunungan (ketinggian 1.000 sampai 2.000 meter dari permukaan laut)

Berdasarkan penjelasan tipografi dapat digambarkan bahwa geografi Kabupaten Pesisir Barat lengkap dengan mata pencarian masyarakatnya.

Mata pencarian utama dari masyarakat kabupaten ini petani dan nelayan. Sehingga pertumbuhan ekonomi pada masyarakatnya belum merata.

Kondisi penduduk miskin dilihat dari jumlah Kepala Keluarga di Kabupaten Pesisir Barat berdsarkan data dari Dinas Kesehatan tahun 2014 terdapat 9.012 keluarga miskin dari total 34.106 keluarga yang ada di Kabupaten Pesisir Barat.

4.3 Visi Dan Misi BPJS KESEHATAN

4.3.1 VISI

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

4.3.2 MISI

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 kolektibiltas iuran, system 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 dengan SDM yang profesional, penelitian, perencanaan dan evaluasi, pengelolaan proses bisnis dan manajemen resiko yang efektif dan efisien serta infrastruktur dan teknologi informasi yang handal.

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitin dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan mengenai strategi komunikasi BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat dalam mendorong partisipasi masyarakat Kabupaten Pesisir Barat untuk menggunakan program BPJS Kesehatan sebagai berikut :

1. Pada strategi implementasi didapati kesimpulan bahwa BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat melakukan sosialisasi atau pemasaran berjalan dengan baik dan sesuai dengan peta jalan DJSN (Dewan Jaminan Sosial Nasional) dibuktikan dengan data peserta BPJS Kesehatan Kabupaten Pesisir Barat yang setiap bulannya semakin meningkat. BPJS Kesehatan berfokus utama atau *Wildly Important Goal* (WIG) pada visi dan misi BPJS Kesehatan, sebelum melakukan sosiaslisasi BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat melakukan dan membuat *Plan Of Action* (POA) yaitu *timeline* kegiatan sosialisasi setiap bulannya yang di adakan di Kabupaten Pesisir Barat. BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat menggunakan *leaflet* dan *website* sebagai media komunikasi agar masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi dengan mudah.

2. Pada strategi dukungan dapat ditarik kesimpulan bahwa BPSJ Kesehatan melakukan pengembangan mitra yang bernilai melalu kerja sama antara lembaga-lembaga dan komunitas yang berbadan hukum seperti KTNA, GAPOKTAN dan Kelompok Tani. Untuk mendukung misi cakupan semesta seluruh Indonesia BPJS Kesehatan melibakan pihak ke tiga yaitu kader JKN untuk mensosialisasikan program-program BPJS Kesehatan kepada masyarakat dengan teknis *door to door* dan bertugas untuk menagih iuran, pendaftaran, menerima keluhan dari peserta mandiri. Sebelum melakukan sosialisasi BPJS Kesehatan cabang Kota Bumi melatih para komunikator dengan mengadakan diklat pelayanan prima dan *best practice sharing* agar komunikator terlatih untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat.
3. Pada aspek strategi Integrasi di dapati kesimpulan bahwa BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat melengkapi sumber daya masyarakat yang kurang dengan menggunakan 5 orang sebagai kader JKN untuk di sebar keberbagai kecamatan di Kabupaten Pesisir Barat untuk turun langsung menangai peserta mandiri seperti managih iuran, pendaftaran peserta, keluhan perserta dan sosiaslisasi kepada masyarakat yang akan menjadi peserta mandiri. Kepala kabupaten BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat bersifat terbuka dengan para staf sehingga staf BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat bekerja dengan tidak terbebani rasa tenggang atau takut. Pada struktur organisasi BPJS Kesehatan berkesinambungan, sehingga strukur BPJS Kesehatan berjalan dengan baik.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, makan penulis ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Meskiun sudah ada program kader JKN, pegawai BPJS Kesehatan KLOK Peisisir Barat lebih diperbanyak, setidaknya pegawai BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat membuat staff BPJS Kesehatan KLOK Pesisir Barat tidak merangkap dalam menjalankan pekerjaan sehingga waktu bekerja mereka tidak efesien.
2. Wawancara yang dilakukan peneliti mungkin kurang dalam, diharapkan pada peneliti selanjutnya yang akan mengkaji tentang strategi komunikasi wawancara lebih mendalam agar data yang didapatkan tidak kurang.
3. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu peneliti menghimbau agar penelitian yang penulis susun dapat dilanjutkan dengan objek dan kajian yang lebih luas serta ditinjau menggunakan teori yang tepat.

Daftar Pustaka

Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Armico, Bandung

Astrid. S Susanto.1997. Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial. Bina Cipta. Jakarta.

Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

_____ .2013 *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti

_____. 2007.*Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Prakris Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana

Alo liliweri, 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna, Prenada Media Group, Jakarta

Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong , 2005. Metodologi Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Morissan. (2008). Manajemen Public Relations : Strategi Menjadi Humas Profesional. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group)

Nasution. 2003. Metode Research, Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Rackmat, Jalaludin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Ritcher Jr. 1987. An Econometrics Analysis of Income Tax Evasion and Its Detection. RAND Journal of Economics. Vol. 22 No. 1, p. 14 – 35

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 2000. *Metode Penelitian Survay*. Jakarta. LP3ES.

Slameto. *2003. Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta

Stephen W. Littlejohn, Karen A.Foss. 2009 *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication.*Edisi 9 Jakarta. Salemba Humanika.

Sutopo. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: UNS.

Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2011. *Metode Penelitian Sosial.* Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikas*i, Buku 1 (Edisi 3). Jakarta: Salemba Humanika

Refrensi lain

Masrih Robiansyah Putra, 2010. Analisis bauran komunikasi pemasaran instalasi layanan kebidanan Rumah Sakit Umum Bhakti Yudbha Depok Marketing communicate mix analysis of Bhakti Yudha Hospital obsrectry. (*Tesis*). Universitas Indonesia

Raden Dendy Yudha Prawira, 2015. Strategi badan penyelenggara jaminan sosial ketenagakerjaan untuk meningkatkan kesejahteraan buruh di kota tangerang. (*Skripsi*). Universitas Sulatan Ageng Tirtayasa

T. Rendra Tirsyah, 2011. Komunikasi pemasaran jasa layanan kesehatan (studi kasus : Eka Hospital Pekanbaru) Marketing communication health service (Case study: Eka Hospital Pekanbaru) (*Tesis*). Universitas Indonesia

Website

http://www.bumn.go.id/ (di akses pada tanggal 15 Februari 2017, pukul 00.06)

(https://lampung.bps.go.id) (di akses pada tanggal 15 Februari 2017, pukul 01.17 am)

https://bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/ (di akses pada tanggal 15 Februari 2017, pukul 00.43)

https://www.bappeda.pesisirbaratkab.go.id (di akses pada tanggal 15 Februari 2017, pukul 01.17)

https://www.translampung.com/ (di akses pada tanggal 21 Februari 2017, pukul 17.26)