

**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* PT JASA RAHARJA
PERWAKILAN MEDAN DALAM MENYOSIALISASIKAN
LAYANAN ASURANSI KECELAKAAN LALU LINTAS
JALAN DAN PENUMPANG UMUM KEPADA
MASYARAKAT KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH

NURFIKRI TASA

208530003



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAM ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* PT JASA RAHARJA
PERWAKILAN MEDAN DALAM MENYOSIALISASIKAN
LAYANAN ASURANSI KECELAKAAN LALU LINTAS
JALAN DAN PENUMPANG UMUM KEPADA
MASYARAKAT KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area



Oleh :

NURFIKRI TASA

208530003

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAM ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repositorv.uma.ac.id)11/11/24

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peranan *Public Relations* PT Jasa Raharja Perwakilan Medan
Dalam Menyosialisasikan Layanan Asuransi Kecelakaan
Lalu Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Kepada
Masyarakat Kota Medan
Nama : Nurfikri Tasa
NPM : 208530003
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui oleh,
Komisi Pembimbing

Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.KOM
Pembimbing



Dr. Walid Musthafa Sembiring, S.Sos, M.IP
Dekan



Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP
KA Prodi

Tanggal Lulus : 07 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksisanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 07 September 2024



Nurfikri Tasa

208530003

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfikri Tasa
NPM : 208530003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Peranan *Public Relations* Pt Jasa Raharja Perwakilan Medan Dalam Menyosialisasikan Layanan Asuransi Kecelakaan Lalu Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Kepada Masyarakat Kota Medan beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 07 September 2024



Nurfikri Tasa 208530003

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

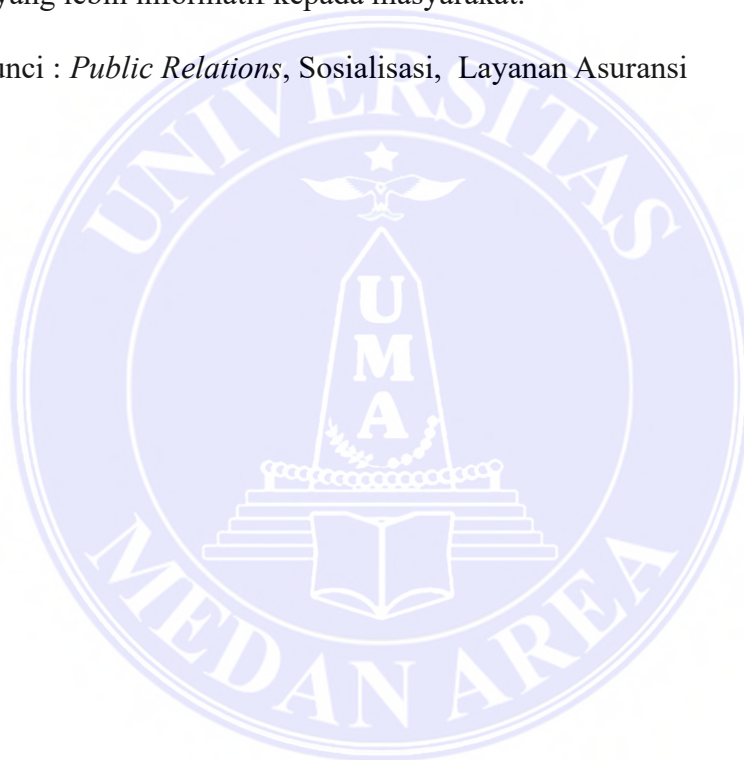
Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh latar belakang mengenai Peranan *Public Relations* PT. Jasa Raharja Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat tentang dana santunan sebagai jasa asuransi bagi korban kecelakaan lalu lintas dan penumpang umum. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi cara *Public Relations* dalam memperkenalkan Dana Santunan kepada korban kecelakaan lalu lintas dan penumpang umum di Kota Medan. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif, meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian yaitu masih terdapat kekurangan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat, serta belum mampu memobilisasi keterlibatan dan partisipasi aktif warga untuk mendukung inisiatif Jasa Raharja. Diperlukan peningkatan dalam penyebaran informasi, pemanfaatan beragam metode komunikasi, dan penyediaan konten yang lebih informatif kepada masyarakat.

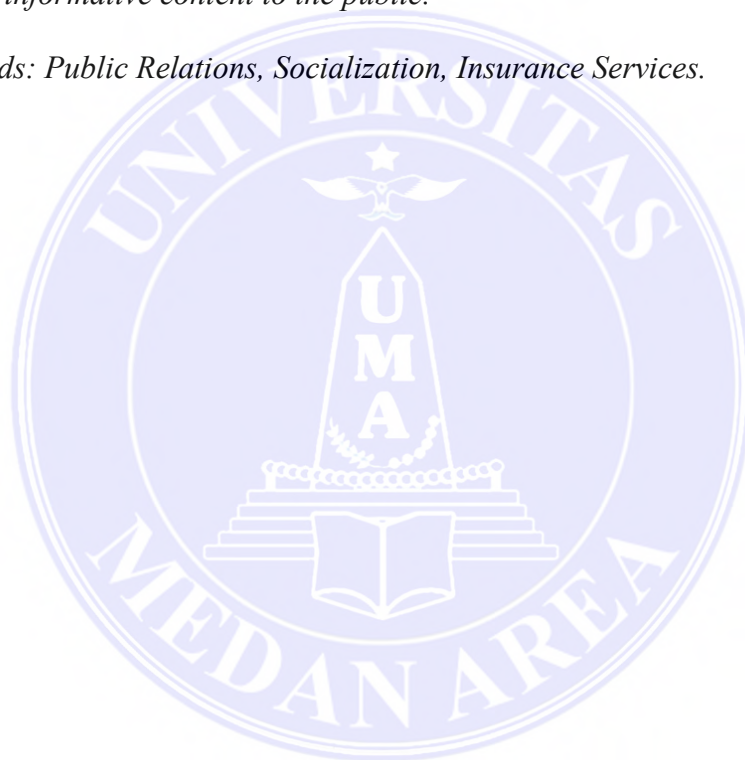
Kata Kunci : *Public Relations*, Sosialisasi, Layanan Asuransi



ABSTRACT

This research is based on the role of Public Relations at PT. Jasa Raharja Kota Medan City in educating the public about compensation funds as insurance services for traffic accident victims and general passengers. The purpose of this research was to identify the methods used by Public Relations to introduce the Compensation Fund to traffic accident victims and general passengers in Medan City. This research employed a qualitative descriptive method, including observation, interviews, and documentation. The results indicated that there were still shortcomings in enhancing public understanding and awareness, as well as challenges in mobilizing active involvement and participation from the community to support Jasa Raharja's initiatives. Improvements were needed in information dissemination, the utilization of diverse communication methods, and the provision of more informative content to the public.

Keywords: Public Relations, Socialization, Insurance Services.



ABSTRACT

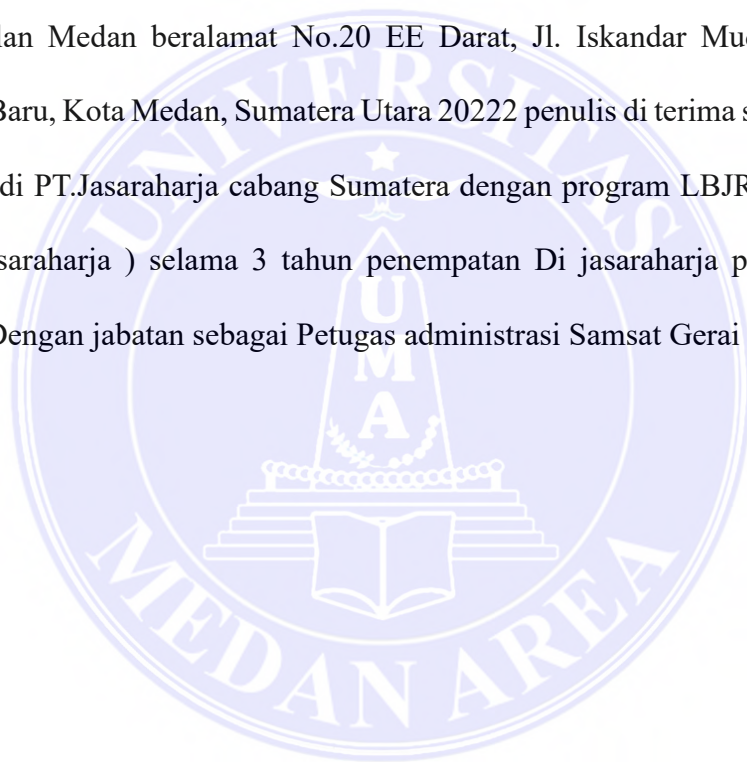
This research is based on the role of Public Relations at PT. Jasa Raharja Kota Medan City in educating the public about compensation funds as insurance services for traffic accident victims and general passengers. The purpose of this research was to identify the methods used by Public Relations to introduce the Compensation Fund to traffic accident victims and general passengers in Medan City. This research employed a qualitative descriptive method, including observation, interviews, and documentation. The results indicated that there were still shortcomings in enhancing public understanding and awareness, as well as challenges in mobilizing active involvement and participation from the community to support Jasa Raharja's initiatives. Improvements were needed in information dissemination, the utilization of diverse communication methods, and the provision of more informative content to the public.

Keywords: *Public Relations, Socialization, Insurance Services.*



RIWAYAT HIDUP

Lahir pada tanggal 24 Juni 2000 Di Kutacane Aceh tenggara anak dari bapak Tarmizi, SP, MM dan ibu dari Salmawaty S . penulis adalah salah satu dari empat bersaudara. Penulis menyelesaikan studinya di SMA Negeri 1 Kutacane Aceh 2018 tenggara dan terdaftar sebagai mahasiswa di program studi ilmukomunikasi Fakultas Ilmu sosial dan politik Universitas Medan Area pada tahun 2020. saat di perkuliahan penulis Melakukan kuliah kerja lapangan (KKL) di PT.jasaraharja perwakilan Medan beralamat No.20 EE Darat, Jl. Iskandar Muda, Darat, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20222 penulis di terima sebagai pegawai kontrak di PT.Jasaraharja cabang Sumatera dengan program LBJR (langkah bakti kerja Jasaraharja) selama 3 tahun penempatan Di jasaraharja perwakilan Kota medan Dengan jabatan sebagai Petugas administrasi Samsat Gerai marelان



KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi dengan judul “Peranan Public Relations Pt Jasa Raharja Perwakilan Medan Dalam Menyosialisasikan Layanan Asuransi Kecelakaan Lalu Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Kepada Masyarakat Kota Medan” ini dirancang sebagai persyaratan untuk melanjutkan penulisan skripsi guna menyelesaikan program studi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Dalam penyusunannya, penulis tentu menghadapi banyak hambatan. Tetapi semua hambatan dapat dilewati dan diatasi berkat adanya arahan, masukan, dan bimbingan dari orang-orang terdekat dan dosen pembimbing. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Sosok yang sangat istimewa, orang tua saya **Bapak Tarmizi, SP. MM, Ibu Salmawaty S**, yang selalu memberi dukungan, semangat, motivasi, perhatian dan kasih sayang serta doa kepada penulis terutama selama penulisan skripsi.
2. Bapak **Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc**, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak **Dr. Walid Mustafa Sembiring, S.Sos, M.IP**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

4. Bapak **Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Bapak **Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.KOM**, selaku Dosen Pembimbing.
6. Ibu **Rehia K. Isabela Barus, S.Sos, M.SP**, selaku Sekretaris Pembimbing.
7. Bapak **Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.KOM**, selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan masalah serta memberi saya semangat dalam pengerjaan skripsi.
8. **Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Staf Administrasi FISIP UMA** yang telah membantu dalam keperluan administrasi selama perkuliahan.
9. Kepada teman saya yang baik mau membantu saya selama pengerjaan skripsi ini sampai selesai **Amanda Khairunnisa**.
10. **Untuk diri sendiri**, saya sangat bersyukur bertahan sampai sejauh ini sehingga saya dapat menulis penelitian ini.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan penulisan selanjutnya. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT.

Medan, 07 September 2024

NurFikri Tasa

208530003

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
ABSTRACT	
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi	8
2.2 Komunikasi Organisasi	11
2.3 <i>Public Relation</i>	12
2.4 Teori Sistem	20
2.5 Sosialisasi.....	21
2.6 Layanan Asuransi	23
2.7 PT. Jasa Raharja	24
2.8 Kerangka Berpikir.....	28
2.9 Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Metode Penelitian	36
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	36
3.3 Informan Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Observasi.....	37
3.4.2 Wawancara	38
3.4.3 Dokumentasi	38
3.4.4 Studi Pustaka.....	38
3.5 Teknik Analisis data	39
3.6 Uji Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42

4.1.1 Sejarah Pt. Jasa Raharja.....	42
4.1.2 Visi Dan Misi PT. Jasa Raharja	44
4.1.3 Struktur Organisasi Pt. Jasa Raharja Cabang Sumatera Utara	45
4.2 Profil Informan.....	48
4.3 Hasil Penelitian	49
4.3.1 Peran <i>Public Relations</i> Pt. Jasa Raharja.....	49
4.4 Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data angka kecelakaan lalu lintas dan penumpang umum Kota Medan dari tahun 2021-2023	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	36
Tabel 4. 1 Profil Informan	48



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4. 1 PT. Jasa Raharja Perwakilan TK I Medan, Jl. Iskandar Muda No.20
EE Darat, Darat, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 2022.....44



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini, perubahan yang tak terhindarkan dialami oleh setiap lapisan masyarakat di dunia yang sedang berkembang pesat. Banyak hal yang manusia alami secara tidak sadar turut berubah. Setiap bagian dari organisasi atau perusahaan harus lebih variatif untuk memenuhi tuntutan masyarakat umum karena perubahan yang terjadi. Pada era keterbukaan informasi publik, Hubungan Masyarakat, atau Humas, melakukan pekerjaan yang tepat. Sebagaimana diketahui, fungsi humas kini sangat krusial dalam menyampaikan informasi dan membangun citra, khususnya bagi organisasi dan perusahaan.

Menurut Thoha (2002), peran merupakan kumpulan perilaku yang dilakukan seseorang sesuai dengan karakternya. Psikologi individu bisa mempengaruhi tindakan yang diinginkan, sejalan dengan kata hatinya. (ananda,2020)

Usaha yang dirancang dengan cermat untuk mempengaruhi pandangan masyarakat melalui tanggung jawab sosial dan dapat diterima, didasarkan pada komunikasi dua arah yang saling memuaskan, dikenal dengan istilah *Public Relations*. *Public Relations* digunakan untuk menjalin hubungan dengan berbagai pihak seperti karyawan, pelanggan, investor, pemilih, atau masyarakat secara umum. Publik berperan sebagai jembatan antara perusahaan dan media. Selain itu, *Public Relations* mencakup cara organisasi mengelola komunikasi dengan audiensnya. *Public Relations*

memainkan peran krusial dalam perusahaan atau lembaga pemerintah untuk memelihara reputasi dan memastikan citra yang dibangun terlihat positif di mata masyarakat. Oleh karena itu, usaha yang dilakukan oleh humas tidak akan sia-sia.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam ananda (2020, 2011:481487), *Public Relations* berfungsi sebagai bagian dari manajemen yang memungkinkan pembentukan dan pemeliharaan hubungan yang dapat memengaruhi kesuksesan sebuah organisasi. Salah satu bagian organisasi, humas atau hubungan masyarakat, memiliki tanggung jawab untuk membangun hubungan, interaksi, dan kerja sama antara organisasi dan individu yang memiliki keterkaitan dengan organisasi tersebut di masyarakat.

J.C. Seidel, sebagaimana dikutip oleh Abdurrachman Oemi dalam buku **Basics of Public Relations** (2014:24-25), menyatakan bahwa humas dapat diartikan sebagai proses yang berkelanjutan dari usaha manajemen untuk meraih goodwill dan pemahaman dari pelanggan, karyawan, serta publik. Dalam konteks internal, penting untuk berpikir kritis dan melakukan perbaikan diri; sedangkan dalam konteks eksternal, penting untuk terus bertanya dan mencari pemahaman. Selain itu, tujuan utama dari public relations adalah mempengaruhi perilaku individu dan kelompok selama interaksi mereka dengan orang lain melalui dialog dengan berbagai kelompok, di mana persepsi, sikap, dan opini mereka sangat berperan dalam keberhasilan bisnis (Davis, 2016:4).

Peranan *Public Relations* PT. Jasa Raharja Kota Medan, dalam upayanya menyosialisasikan dana santunan untuk korban kecelakaan lalu lintas dan penumpang umum sebagai bagian dari jasa asuransi, harus terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka kepada masyarakat setiap tahunnya. Dalam pandangan penulis, *Public Relations* di PT. Jasa Raharja Kota Medan memiliki peran penting dalam menyebarluaskan informasi tentang dana santunan untuk korban kecelakaan lalu lintas serta penumpang umum.

Saat ini, di dunia modern, sarana transportasi sangat penting untuk kehidupan sehari-hari manusia agar mereka dapat melakukan apa yang mereka butuhkan. Kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya di sektor lalu lintas dan transportasi, belum memberikan manfaat yang signifikan. Mereka yang menjadi korban kecelakaan lalu lintas, baik yang mengalami cedera ringan maupun berat, serta keluarga dari mereka yang meninggal, sangat memerlukan biaya untuk perawatan medis serta pemakaman.

Pada prinsipnya, semua warga negara berhak mendapatkan perlindungan dari kerugian akibat risiko yang ditanggung negara. Oleh karena itu, PT. Jasa Raharja Kota Medan diangkat sebagai BUMN oleh pemerintah untuk memberikan santunan kepada penumpang umum dan korban kecelakaan lalu lintas.

PT. Jasa Raharja adalah sebuah perusahaan milik negara yang berada di bawah pengawasan Kementerian Keuangan Republik Indonesia, dengan fokus utama pada sektor asuransi. Pemerintah telah memberikan

kepercayaan kepada perusahaan ini untuk mengelola dana pertanggung jawaban wajib kecelakaan penumpang dan menyelenggarakan layanan asuransi, serta memberikan kompensasi kepada korban kecelakaan lalu lintas. Menurut Undang-Undang No. 19/Prp/1960 mengenai Perusahaan Negara yang telah diperbarui dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN), pengelolaan asuransi sosial yang fokus pada pelayanan masyarakat, khususnya untuk korban kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang umum lintas, diatur dalam ketentuan tersebut.

Tabel 1. 1 Data angka kecelakaan lalu lintas dan penumpang umum Kota Medan dari tahun 2021-2023

Tahun	Jumlah Kecelakaan Korban Luka luka	Jumlah Kecelakaan Korban Luka luka Tidak Terjamin	Jumlah kecelakaan Korban Meninggal Dunia	Jumlah kecelakaan Korban Meninggal Dunia Tidak Terjamin	Tidak mengajukan Klaim
2021	1052	328	229	4	265
2022	1501	444	268	15	370
2023	1480	97	214	2	251
Jumlah	4.033	869	711	21	886

Sumber: PT. Jasa Raharja

Dari tabel diatas terlihat bahwa total kasus kecelakaan dari tahun 2021 hingga 2023 mencapai 4.033 korban laka lantas luka-luka yang dijamin oleh Jasaraharja, sedangkan korban luka luka yang tidak terjamin jasaraharja berjumlah 869 korban. Laka lantas yang meninggal dunia di jamin jasaraharja berjumlah 711 sedangkan korban yang meninggal dunia tidak terjamin jasaraharja berjumlah 21 orang dan yang tidak mengajukan klaim berjumlah

886 orang. Berdasarkan data yang tersedia, tampak bahwa ada ketidakseimbangan antara jumlah klaim yang diajukan nasabah dan jumlah kasus kecelakaan yang tercatat. Penyebabnya adalah kurangnya pemahaman masyarakat, khususnya di Kota Medan, tentang asuransi kecelakaan yang berlaku untuk semua orang, serta minimnya sosialisasi dari PT. Jasa Raharja kepada calon nasabahnya.

PT. Jasa Raharja, berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan RI No. 15 dan 16 /PMK.10/2017 tanggal 13 Februari 2017, memberikan jaminan perlindungan berupa santunan asuransi kepada korban atau ahli waris yang mengalami kecelakaan lalu lintas, baik yang berakibat kematian, luka-luka, atau cacat tetap. Negara melalui PT. Jasa Raharja (Persero) menyediakan dana santunan untuk situasi tersebut. Masih ada masyarakat yang hanya menyadari bahwa mereka dapat menerima santunan asuransi apabila mereka bergabung atau mendaftar di perusahaan asuransi dalam hal pemberian santunan terhadap korban kecelakaan. Banyak dari masyarakat juga enggan mengajukan klaim ke PT. Jasa Raharja karena kurangnya pemahaman dalam prosedur pengajuan santunan. Dari hasil observasi awal diketahui bahwa, banyaknya komplain masyarakat terhadap kurangnya pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Jasa Raharja. Dalam melayani pengajuan santunan kecelakaan tentu ada yang memuaskan ataupun tidak.

PT.Jasaraharja Telah Melakukan Sosialisasi di wilayah kota medan yang di lakukan di oleh PR Jasaraharja Secara Berkala Sesuai Petunjuk Dari PT. Jasaraharja kegiatan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu program (PPKL)Program Pengajar Peduli Keselamatan Lalu Lintas di kalangan kepala sekolah

SMAN dan SMKN se kota madya Medan sebanyak 12 kali di tahun 2023 selanjutnya kegiatan juga di lakukan sosialisasi ke sekolah sekolah dengan Program FKLL (Forum keselamatan lalu lintas) yang di laksanakan di PR Jasaraharja di laksanakan 12 kali dalam satu tahun sesuai dengan pernyataan PR jasaraharja. dengan di lakukannya kegiatan ini agar korban kecelakaan lalu lintas semakin sadar akan pentingnya keselamatan dalam berkendara.

Berdasarkan latar belakang di atas, perlu dilakukan penelitian tentang “Peranan *Public Relations* PT. Jasa Raharja Perwakilan Medan Dalam Mensosialisasikan Layanan Asuransi Kecelakaan Lalu - Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Kepada Masyarakat Kota Medan.

1.2 Fokus Penelitian

Menyosialisasikan layanan asuransi kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang umum kepada masyarakat Kota Medan

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas yaitu:

1. Bagaimana Peran *Public Relations* PT. Jasa raharja Kota Medan menyosialisasikan Dana Santunan Bagi Korban Kecelakaan Lalu Lintas dan Penumpang Umum pada masyarakat Kota Medan?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana Peran *Public Relations* menyosialisasikan Dana Santunan Bagi Korban Kecelakaan Lalu Lintas dan Penumpang Umum pada masyarakat Kota Medan .

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru bagi peneliti dalam bidang asuransi, khususnya terkait Asuransi PT. Jasa Raharja, dan menjadi peluang ilmiah untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik nyata.
2. Bagi PT. Jasa Raharja, penelitian ini dapat memberikan PT. Jasa Raharja manfaat berupa rekomendasi dan pertimbangan bagi karyawan dalam merumuskan kebijakan terkait strategi komunikasi, dengan tujuan meningkatkan kepuasan nasabah dan mencapai sasaran perusahaan serta pihak-pihak terkait.
3. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi akademisi dengan menyediakan informasi dan referensi yang berguna, serta mendukung kajian untuk memperluas pengetahuan di sektor industri asuransi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Latin, yaitu "*communis*," yang diterjemahkan sebagai "sama" atau "*common*" dalam bahasa Inggris. Menciptakan kesamaan pikiran antara pengirim dan penerima disebut komunikasi. Komunikasi didefinisikan Hovland sebagai "Proses di mana seseorang (komunikator) mengirimkan rangsangan (biasanya berupa simbol dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan/komunikati)." Dia percaya bahwa komunikasi bertujuan untuk mengubah tingkah lakunya daripada hanya memberikan informasi atau pesan kepada orang lain (ahmadi,2021)

Komunikasi melibatkan transfer konsep dari satu sumber ke satu atau lebih orang dengan maksud untuk mengubah perilaku mereka. Lawrence S. Kincaid (1987) memperluas definisi ini dengan mengatakan: "Pertukaran informasi antara dua orang atau lebih dalam suatu proses yang mengarah pada saling pemahaman yang mendalam adalah yang dimaksud dengan komunikasi."

Jika unsur-unsur komunikasi disusun dalam proses komunikasi di atas, maka proses tersebut dapat dipahami sebagai berikut:

a. Sumber

Seseorang yang mengirimkan pesan kepada penerima disebut sebagai sumber. Dalam bahasa Inggris, sumber ini dapat disebut dengan berbagai nama atau istilah, seperti *encoder*, *sender*, atau *source*.

b. Pesan

"Pesan" merujuk pada pernyataan yang dikirimkan oleh pengirim kepada penerima. Bentuk pernyataan bisa berupa verbal (lisan atau tertulis) atau non-verbal (isyarat), yang dapat dipahami oleh penerima.

c. Saluran alat yang dipergunakan untuk mengalihkan pesan dari sumber ke penerima. Media dalam konteks ini mencakup media massa seperti surat kabar, radio, film televisi, dan internet.

d. Penerima

Pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima ditujukan kepada pihak yang menjadi sasaran pesan, yaitu penerima.

e. Efek

Perubahan dalam pikiran, perasaan, dan tindakan penerima pesan sebelum dan setelahnya dikenal sebagai efek atau dampak.

Efek tersebut memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang.

f. Umpan balik

Respon yang diberikan oleh penerima setelah menerima pesan dari sumber disebut sebagai umpan balik. Lingkungan merupakan faktor yang memengaruhi cara komunikasi terjadi, dengan berbagai aspek seperti dimensi sosial budaya, dimensi fisik, dan dimensi waktu (Cangara, 2017: 35-38).

Menurut Harold D. Lasswell, dalam ahmadi (2021), komunikasi berfungsi sebagai cara bagi manusia untuk mengendalikan lingkungannya, beradaptasi dengan lingkungannya, dan mentransfer warisan sosial ke generasi berikutnya. Komunikasi tidak hanya tentang menyebarkan pesan atau informasi secara luas, tetapi juga melibatkan individu atau kelompok dalam pertukaran ide, fakta, atau data. Fungsi setiap sosial mencakup kegiatan mengumpulkan, menyimpan, memproses, dan menyebarkan berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang diperlukan untuk memahami dan merespons lingkungan dan situasi eksternal.

Komunikasi bertujuan untuk memperluas pemahaman atau perubahan persepsi atau perilaku, menurut Riant Nugroho. Katz dan Robert Kahn menyatakan bahwa esensi komunikasi adalah menghantarkan makna dan bertukar informasi dalam kerangka sosial atau organisasi. Komunikasi bukan sekadar menyampaikan pesan atau informasi, melainkan merupakan interaksi antara individu untuk menciptakan makna dan memenuhi ekspektasi.

2.2 Komunikasi Organisasi

Proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal dan informal organisasi merupakan yang dimaksud dengan komunikasi organisasi (Safaria, 2004: 133). Goldhaber (Muhammad, 2009: 67) menyatakan bahwa komunikasi organisasi melibatkan proses menciptakan dan bertukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung guna menghadapi ketidakpastian lingkungan (Zahara,2018)

Komunikasi organisasi didefinisikan sebagai pertunjukan dan interpretasi pesan di antara unit komunikasi yang tergabung dalam suatu organisasi. Proses menciptakan makna dalam hubungan yang membentuk, mempertahankan, serta mengubah organisasi disebut sebagai komunikasi organisasi. Komunikasi dipengaruhi oleh struktur organisasi, jadi komunikasi antara bawahan dan pimpinan sangat berbeda dari antara satu sama lain.

Keputusan yang membentuk strategi suatu organisasi dihasilkan dari proses komunikasinya. Organisasi berada di bawah satu komando, yang berarti bahwa seorang anggota menerima perintah dari atasannya, dan seorang pemimpin memberikan otoritas kepada bawahannya, sehingga organisasi beroperasi secara hierarkis dengan rantai sebagai jalur komunikasi untuk memberikan perintah, menetapkan tanggung jawab dan wewenang, serta membuat keputusan. Dengan demikian,

orang yang memiliki otoritas untuk memberi perintah dan aturan harus diperhatikan (Syahputra.2020)

Semua orang dalam organisasi dapat berkomunikasi satu sama lain. Anggota organisasi dapat berkomunikasi dengan pemimpin mereka untuk Memberikan masukan atau pendapat tentang bagaimana mencapai tujuan organisasi, serta komunikasi ini dapat dilakukan dari pemimpin ke bawahan mereka berdasarkan wewenang yang diberikan sesuai dengan tanggung jawab mereka di jabatan mereka. Ini harus dilakukan dengan cara yang seimbang dan tidak memberatkan anggota organisasi.

Semua orang dalam suatu organisasi harus menyadari pentingnya komunikasi kelompok untuk komunikasi yang efektif. Untuk mendapatkan kredibilitas yang baik, para pemimpin organisasi juga harus menyeimbangkan kata dan perbuatan mereka. Komunikasi dalam kelompok dapat berlangsung dua arah maupun satu arah; anggota memiliki hak untuk memberikan masukan atau keluhan, dan pemimpin harus mengambil keputusan. agar komunikasi antara atasan dan bawahan tidak terganggu.

2.3 Public Relation

Public relations berfungsi sebagai mediator antara publik dan pemimpin organisasi guna meningkatkan hubungan antara anggota masyarakat di dalam dan di luar organisasi. Sebagai masyarakat umum,

mereka memiliki hak untuk mengetahui rencana tindakan kebijakan, program kerja, dan rencana bisnis organisasi atau perusahaan yang disesuaikan dengan keadaan, harapan, dan keinginan publik yang menjadi sasarannya. Komunikasi dua arah mencerminkan tingkat manajemen tinggi dalam organisasi dan merupakan ciri utama dari *public relation*. Ini disebabkan oleh peran hubungan masyarakat yang berfungsi sebagai sumber informasi dan saluran komunikasi. berita public relations menjelaskan bahwa public relations merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyampaikan kebijakan dan prosedur organisasi atau individu sesuai kepentingan publik, serta melaksanakan program untuk memperoleh pemahaman dan pengakuan publik (Imad, 2019). Sementara itu menurut Howard Bonham mendefinisikan public relations sebagai seni yang bertujuan meningkatkan pemahaman publik guna memperkuat kepercayaan terhadap organisasi atau individu.

Definisi tersebut menunjukkan bahwa public relations menekankan aspek "seni," yang berarti bahwa public relations sangat terkait dengan elemen seni. Dalam konteks komunikasi, seni ini merujuk pada kemampuan seorang PR untuk menampilkan keterampilan dengan cara yang efektif, sehingga dapat memperbaiki reputasi perusahaan.

Pada dasarnya, *public relations* merupakan aktivitas yang dilakukan oleh organisasi, perusahaan, atau lembaga untuk menciptakan dan menjaga citra publik yang positif di mata target audiensnya. Public relations bertujuan untuk membangun hubungan dengan publik guna meningkatkan rasa percaya diri. Internal public relations dan external public relations memiliki perbedaan. Fungsi dari internal public relations adalah untuk memastikan bahwa manajemen tahu apa yang dipikirkan oleh karyawan mereka dan memastikan bahwa manajemen tahu apa yang dipikirkan oleh mereka. Sedangkan tujuan dari external public relations adalah untuk berkomunikasi dengan pihak-pihak di luar perusahaan, seperti pemerintah, pelanggan, dan media.

Strategi *Public Relations* adalah opsi terbaik untuk meraih tujuan *public relations* dalam konteks rencana *public relations*. Tahapan kegiatan strategi *public relations* mencakup beberapa langkah:

- a. Biasanya, komponen sasaran melibatkan pihak-pihak dengan kepentingan serupa dan masyarakat umum. Sasaran umum ini kemudian dipersempit secara struktural dan formal melalui proses segmentasi, di mana sasaran publik dianggap berdasarkan "seberapa besar kesepakatan opini, potensi polemik, dan dampaknya terhadap masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan, dan produk yang menjadi fokus sasaran khusus."

b. Komponen sarana dalam strategi hubungan masyarakat berperan untuk memposisikan ketiga kemungkinan tersebut ke dimensi atau posisi yang menguntungkan (Adnanputra, 1990). Untuk melaksanakannya, digunakan pola dasar "The 3-C Option" yang mencakup konservasi, perubahan, dan kristalisasi. *Stakeholder* dibagi menjadi kelompok target publik. *Public relations* bekerja untuk menghasilkan iklan yang efektif yang mengajak keterlibatan dan tanggung jawab antara petugas public relations (PRO) dan masyarakat (sebagai target audiens) untuk mencapai tujuan bersama. Tujuan ini dapat dicapai melalui beragam aspek dari pendekatan atau strategi *public relations*, seperti yang berikut ini.:

1. Strategi Operasional

Dengan menggunakan pendekatan kemasyarakatan (*sociological approach*), program *public relation* menggunakan mekanisme budaya sosial dan nilai-nilai yang diterapkan dalam masyarakat. Opini publik dan keinginan masyarakat tercermin dalam berita, surat kabar, dan konten lain yang disajikan melalui berbagai media massa.

2. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Public relation berfungsi sebagai memudahkan komunikasi dua arah, yang artinya komunikasi yang saling

berinteraksi. Dengan memanfaatkan pendekatan persuasif, tujuan dari penyebaran informasi dari organisasi kepada masyarakat umum adalah untuk memupuk nilai-nilai seperti definisi, apresiasi, pemahaman, toleransi, dan hal-hal sejenisnya.

3. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial

Pers mengajarkan pentingnya sikap tanggung jawab sosial dengan menekankan bahwa tujuan dan sasaran harus dicapai demi kepentingan bersama, bukan semata-mata untuk keuntungan individu atau masyarakat.

4. Strategi Kerja Sama

Untuk meningkatkan kerja sama, organisasi berusaha untuk membangun hubungan yang harmonis dengan berbagai kelompok, baik yang berasal dari dalam maupun luar organisasi.

Public relations memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan tujuan instansi yang diwakilinya agar diterima dan didukung oleh masyarakat. Tindakan ini dilakukan untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat (*community relations*) dan mendapatkan pandangan serta perubahan sikap yang positif dari kedua belah pihak (*mutual understanding*).

c. Pendekatan Koordinatif dan Integratif, Fungsi *public relations* hanya mewakili lembaga atau institusi, meningkatkan peran mereka di masyarakat. Namun, dia memiliki tanggung jawab yang lebih besar, yaitu untuk mendukung program pembangunan nasional dan mewujudkan Ketahanan Nasional dalam bidang Pertahanan Keamanan Negara, politik, ekonomi, serta sosial budaya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Harwood Childs, yang dikutip oleh Rosadi Ruslan. Terdapat berbagai pendekatan PR untuk membuat pesan informasi atau berita adalah sebagai berikut:

1. Strategi Publikasi,

Menjalankan kampanye untuk menyebarluaskan pesan melalui penerbitan berita dan bekerja sama dengan berbagai media massa. Selain itu, memanfaatkan strategi manipulasi berita dapat menarik perhatian penonton, yang akan menghasilkan eksposur yang menguntungkan.

2. Strategi Persuasi

Strategi persuasi memanfaatkan aspek emosional dari cerita, artikel, atau fitur yang berpusat pada kepentingan manusia untuk mendorong opini publik untuk berubah.

3. Strategi Argumen

Strategi persatuan mengantisipasi berita negatif, atau berita negatif, selanjutnya, menciptakan berita yang menyajikan argumen yang masuk akal untuk merubah pandangan publik. Komunikator public relations yang handal harus dapat menjelaskan dengan jelas dan logis bagaimana berita atau statemen dapat mempengaruhi pendapat publik.

4. *Strategy of Image*

Strategi komunikasi publik menggunakan kepedulian lingkungan dan sosial (hubungan manusia dan marketing sosial) untuk menciptakan publikasi non-komersial yang menguntungkan citra perusahaan atau lembaga secara keseluruhan.

Public relations bertujuan sebagai menciptakan, menjaga, serta meningkatkan reputasi positif suatu organisasi di mata masyarakat umum, bukan hanya individu yang terlibat, serta memperbaikinya jika reputasi tersebut mengalami kerusakan atau kehilangan.

Untuk mencapai tujuan ini, ada empat hal yang prinsip:

- a. Menjadikan reputasi yang positif.
- b. Merawat reputasi yang baik.
- c. Menyempurnakan reputasi yang baik.
- d. Memulihkan reputasi yang tercemar.

Untuk mencapai tujuan dan membangun citra yang baik, *public relations* berfungsi untuk membangun hubungan yang baik antara pihak internal dan eksternal.

Menurut Ruslan dalam Fatimah (2018) mengemukakan peran humas dalam manajemen perusahaan, sebagaimana berikut yaitu :

- a. Komunikator, Kemampuan untuk berkomunikasi melalui berbagai cara, seperti secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak, elektronik, dan lisan, serta berperan sebagai perantara dan persuader. Komunikasi manajemen adalah vertikal, horizontal, dan eksternal.
- b. Hubungan, Kemampuan peran humas memungkinkan lembaga yang diwakilinya dalam rangka menciptakan hubungan yang baik dengan publik di dalam dan di luar, tujuan hubungan ini yaitu untuk memperkuat pemahaman, kepercayaan, dukungan, kerjasama, dan toleransi antara kedua pihak.
- c. Manajemen dukungan membantu atau mendukung kegiatan lain seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan sebagainya, untuk mencapai tujuan kolektif yang sesuai dengan visi utama organisasi atau perusahaan.

- d. Pembuat gambar yang baik, menciptakan karya seni atau publikasi yang berkualitas merupakan pencapaian yang penting, reputasi, dan esensial bagi praktisi humas dalam menjalankan tugas manajemen kehumasan.

2.4 Teori Sistem

Menurut Karl Weick , teori sistem menyatakan bahwa suatu organisasi terdiri dari bagian-bagian yang saling terkait dan bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama. Koordinasi penting dalam teori ini karena setiap bagian memiliki fungsi unik dan berhubungan satu sama lain.

Teori sistem adalah sekumpulan prinsip yang tersusun secara longgar dan sangat abstrak yang digunakan untuk membimbing pemikiran kita, namun dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara. Interdependensi, menurut Fisher (1987), adalah ketika komponen dan satuan sistem saling bergantung satu sama lain. Ini berarti bahwa perubahan pada satu komponen akan memengaruhi semua komponen lainnya..

Teori sistem mengatasi kompleksitas hubungan antara organisasi manusia dan menjelaskan perkembangan serta pertumbuhan organisasi. Ini mempunyai berbagai konsekuensi dan telah digunakan untuk menjelaskan fenomena organisasi dalam kerangka konteksnya sendiri. Komunikasi horizontal adalah jenis komunikasi yang paling

sering terjadi dalam organisasi menurut teori ini, baik di dalam organisasi itu sendiri maupun antara berbagai organisasi.

Terdapat tiga tahap dalam proses pengorganisasian menurut Weick, sebagai berikut:

- a. Tahap pemeranan (enactment) melibatkan pengumpulan sebagian pengalaman untuk perhatian lebih lanjut, dengan cara menentukan dan membahas makna khusus dari suatu peristiwa, anggota kelompok menciptakan ulang lingkungan mereka.
- b. Tahap pengambilan keputusan: Memasukkan berbagai penafsiran ke dalam bagian yang dikumpulkan. Pengurangan yang sesuai dalam ketidakjelasan ditentukan melalui siklus komunikasi dan aturan.
- c. Tahap retensi: Menyimpan komponen yang sudah ditafsirkan untuk digunakan di masa mendatang. Organisasi menyimpan data tentang cara organisasi menanggapi dan membagikan situasi.

2.5 Sosialisasi

Proses di mana anggota masyarakat suatu kelompok budaya mempelajari prinsip-prinsip sosial yang berlaku dalam kelompok tersebut dikenal sebagai sosialisasi. Proses ini memastikan keberlangsungan hidup kelompok budaya tersebut. Dalam pandangan psikologi sosial, sosialisasi adalah proses yang memungkinkan individu mengembangkan pola pikir, perasaan, dan perilaku yang memudahkan

mereka beradaptasi dengan masyarakat tempat mereka tinggal. Proses sosialisasi terjadi sepanjang kehidupan sosial seseorang, mulai dari masa anak-anak sampai usia tua. Melalui sosialisasi, nilai-nilai budaya disampaikan dari generasi yang lebih tua kepada generasi yang lebih muda dalam pertumbuhan budaya.

Dalam konteks Sosialisasi Pasar Modal tahun 2006, proses penyebaran informasi adalah sebagai berikut:

1. Edukasi

Edukasi merupakan proses belajar dengan tujuan agar meningkatkan proses pembelajaran serta meningkatkan potensi diri.

Edukasi bertujuan untuk meningkatkan kecerdasan, kepribadian, pengendalian diri, dan keterampilan.

2. Promosi

Promosi merupakan usaha untuk mengedarkan produk atau jasa dengan maksud menarik minat konsumen untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Bentuk promosi bisa berupa poster, brosur, atau pun promosi secara langsung melalui komunikasi personal.

Salah satu tujuan dari proses sosialisasi adalah untuk mengedukasi generasi muda tentang cara memenuhi kebutuhan biologis dan sosial budaya dasar agar dapat bertahan hidup.. Dalam konteks lingkungan fisik, proses sosialisasi harus mengajarkan generasi muda

cara memenuhi kebutuhan biologis dasar mereka. Beberapa saluran seperti keluarga, sekolah, kelompok sebaya, dan media massa dapat digunakan untuk memastikan sosialisasi berjalan dengan baik.

2.6 Layanan Asuransi

Gronroos dalam Irwana (2017) menggambarkan pelayanan merupakan suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang bersifat abstrak yang terjadi karena adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau elemen-elemen lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan, dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah konsumen atau pelanggan."

Untuk bisnis dalam bidang jasa, pelayanan sangat penting. Pada kasus ini, produk fisik sering kali disertai dengan berbagai jenis produk tambahan, di mana inti produk biasanya adalah layanan khusus. Oleh karena itu, penting untuk memahami secara teoritis batasan, definisi, dan faktor-faktor yang memengaruhi layanan tersebut.

Dalam menginformasikan layanan asuransi kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang umum kepada penduduk Kota Medan, yaitu:

1. Dilakukan penyebaran informasi layanan asuransi melalui media massa, baik elektronik maupun cetak.

2. Upaya untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat (nasabah) dilakukan sebaik mungkin.
3. *Public Relation* Perwakilan Kota Medan yaitu PT. Jasa Raharja (Persero) memiliki tanggung jawab penuh dalam memberikan layanan asuransi dengan memperhatikan waktu, keamanan, dan tempat.
4. *Public Relation* Perwakilan Kota Medan yaitu PT. Jasa Raharja (Persero) memiliki kemampuan untuk memberikan komunikasi yang efektif, baik secara internal maupun eksternal, dalam mempromosikan layanan asuransi sosial yang melayani masyarakat/nasabah.

2.7 PT. Jasa Raharja

Pada tanggal 1 Januari 1960, PT Jasa Raharja, yang juga dikenal sebagai Jasa Raharja atau Perseroan, didirikan bersamaan dengan pengesahan Undang-Undang No. 19 PRP Tahun 1960 tentang Perusahaan Negara, di mana seluruh modalnya berasal dari kekayaan Negara Republik Indonesia. Undang-undang No. 86 tahun 1958 tentang Nasionalisasi Perusahaan Belanda mencatat bahwa sejarah berdirinya Jasa Raharja tidak terlepas dari kebijakan Pemerintah untuk melakukan nasionalisasi terhadap perusahaan-perusahaan milik Belanda. Dengan diundangkannya Undang-Undang No.86 tahun 1958 tentang Nasionalisasi Perusahaan, sejarah berdirinya Jasa Raharja tidak terlepas

dari kebijakan pemerintah untuk melakukan nasionalisasi terhadap Perusahaan-Perusahaan milik Belanda.

Dengan mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 6 tahun 1960 mengenai Penetapan Perusahaan Asuransi Kerugian Belanda yang akan dinasionalisasi, pemerintah menjalankan proses nasionalisasi perusahaan asuransi kerugian Belanda di sektor asuransi kerugian.

Berikut adalah perusahaan-perusahaan yang disebutkan dalam proses nasionalisasi:

1. Firma Bekouw & Mijnsen adalah perusahaan yang berlokasi di Jakarta
2. Firma Blom & van Der Aa merupakan perusahaan yang beroperasi di Jakarta
3. Sluyters adalah perusahaan yang berlokasi di Jakarta

Pada tanggal 16 Januari 1960, Peraturan Pemerintah tersebut ditetapkan, namun berlaku surut hingga tanggal 3 Desember 1957. Kemudian, beberapa perusahaan yang telah dinasionalisasi tersebut kemudian diatur sebagai badan hukum Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) sesuai dengan Undang-Undang Nomor 19 Prp Tahun 1960 tentang Perusahaan Negara yang seluruh modalnya berasal dari kekayaan Negara Republik Indonesia. Berdasarkan Pengumuman Keputusan Menteri Urusan Pendapatan, Pembiayaan, dan Pengawasan

RI No.12631/B.U.M. II tanggal 9 Februari 1960, sebagai perusahaan negara, nama-nama perusahaan tersebut diubah sebagai berikut:

NO	NAMA LAMA	NAMA BARU
1	1. Firma Blom & Van Der Aa di Jakarta 2. Firma Bekouw & Mijnsen di Jakarta 3. Firma Sluyters & Co 4. N.V. Assurantie Maatschappij Jakarta di Jakarta	Perusahaan Asuransi Kerugian Negara "IKA BHARTI"
2	N.V. Assurantie Kantoor Langveldt-Schroder di Jakarta	Perusahaan Asuransi Kerugian Negara "IKA DHARMA"

Gambar 2. 1 Nama Perusahaan

Pasal 3 ayat 1 dan 2 dalam Anggaran Dasar PT Jasa Raharja menegaskan bahwa Perusahaan bergerak dalam bidang Asuransi Sosial. Tujuan Perusahaan adalah mendukung kebijakan pemerintah di sektor ekonomi, jaminan sosial, dan pembangunan nasional dengan menyelenggarakan program asuransi sosial. Perusahaan juga berupaya mengoptimalkan sumber daya untuk menghasilkan layanan berkualitas tinggi serta meningkatkan nilai perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

1. Menjalankan asuransi kecelakaan penumpang alat angkutan umum sesuai dengan Undang-Undang No.33 Tahun 1964 beserta peraturan pelaksanaannya, serta melakukan asuransi tanggung jawab terhadap pihak ketiga sesuai dengan

Undang-Undang No.34 Tahun 1964 beserta peraturan pelaksanaannya.

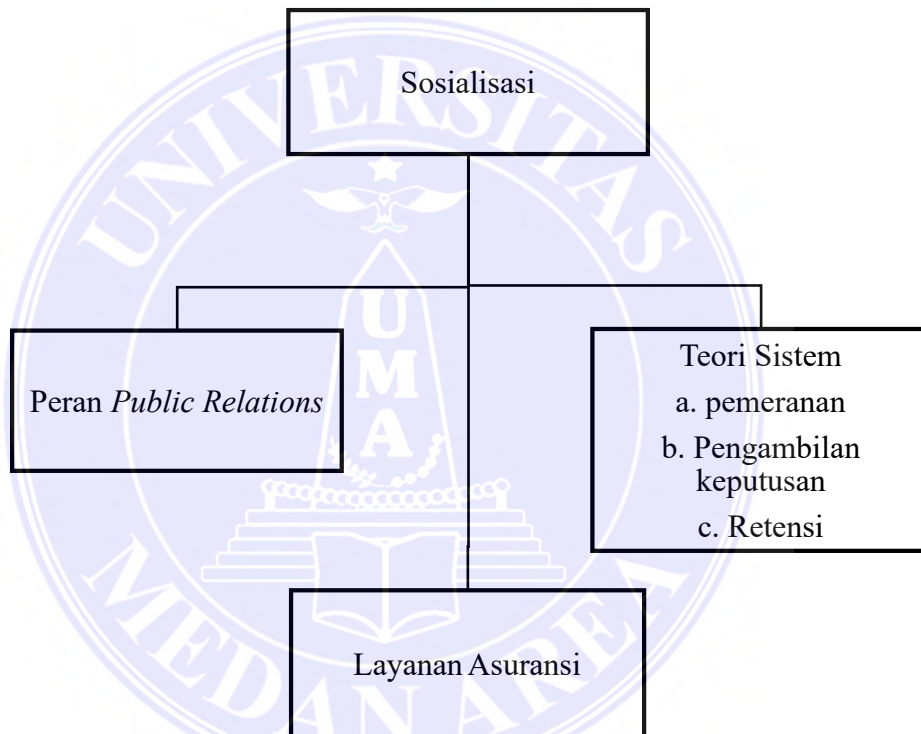
2. Menyusun dan mengakhiri kontrak asuransi kendaraan bermotor serta asuransi tanggung jawab hukum terhadap pihak ketiga dalam kasus kecelakaan kendaraan.
3. Menerima pertanggunggaan tidak langsung yang akan ditahan sendiri oleh Perseroan.
4. Investasi dilakukan dengan mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku. Selain kegiatan utama, Perseroan dapat melakukan usaha lain untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dengan mematuhi ketentuan hukum yang berlaku.

Tetapi, dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 73 Tahun 1992 tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian, terutama pasal 33 yang menyatakan bahwa Perusahaan Asuransi yang menawarkan Asuransi Sosial tidak boleh menawarkan program asuransi lain selain Program Asuransi Sosial serta pasal 34 yang berbunyi: Perusahaan Asuransi yang melaksanakan Program Asuransi Sosial harus mematuhi Peraturan Pemerintah ini dan peraturan pelaksanaannya, sehingga perusahaan tersebut fokus pada bidang Asuransi Sosial.

2.8 Kerangka Berpikir

Dalam kerangka berpikir ini peneliti membuat suatu hal yang ingin dicapai melalui PT. Jasa Raharja agar mensosialisasikan tentang layanan masyarakat berupa asuransi yang dapat diklaim apabila terjadi laka lantas terhadap masyarakat Kota Medan

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Berpikir



Sumber : Peneliti,2024

Dalam kerangka berpikir penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik komunikasi organisasi yang menunjukkan bahwa proses komunikasi yang di lakukan oleh PT.jasaraharja kota medan sebagai berikut

1. Sosialisasi dilakukan oleh PT. Jasaraharja divisi Humas PT.Jasaraharja berdasarkan Dari penetapan anggaran dan pelaksanaan dari divisi Humas PT. jasaraharja wilayah Kota Medan adapun pelaksanaan,tersebut didasari oleh cakupan dari program kerja.
2. Peran Public Relation pada pelaksanaan nya memberikan dampak positif dari Sosialisasi yang di laksanakan oleh Public Relation PT.jasarharja
3. Dalam Teori Sistem mengedepankan Tiga hal utama yaitu .
 - a. Pemeranan :pemeranan dalam hal ini di PT.jasaraharja untuk meningkatkan ruang lingkup pemahaman terkait tentang asuransi PT.jasaraharja dan syarat pengajuan klaim yang di lakukan bagian humas PT.jasarharja kota Medan
 - b. Pengambilan keputusan: dalam teori ini bertujuan untuk mengurangi ketidak jelasan informasi serta siklus dalam komunikasi serta aturan aturan yang ada di PT.jasaraharja
 - c. Retensi:teori ini merupakan komponen di tafsirkan untuk di gunakan di masa yang akan datang hal tersebut menjadikan sebuah catatan dan masukan bagi divisi humas PT.Jasaraharja dalam menanggapi situasi di masyarkat
4. Layanan Asuransi :Layanan asuransi yang di maksud dalam kerangka berpikir ini adalah merupakan tujuan PT.Jasaraharja divisi Humas untuk memberikan layanan asuransi secara maksimal yang mengarah kepada *GOOD Governmant* (pelayanan prima)

2.9 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama	Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Strategi Komunikasi PT. Jasa Raharja (Persero) Perwakilan Tk Ii Kota Padangsidimpuan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah	Marianun	2021	Dari hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa PT. Jasa Raharja telah mengembangkan dua strategi komunikasi untuk meningkatkan kepuasan nasabah, yaitu strategi jemput bola dan strategi PRIME (Proaktif, Ramah, Ikhlas, Mudah, Empati). Analisis SWOT dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta faktor eksternal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan skor IFAS sebesar 3.170748 dan skor EFAS sebesar 2.703528. PT. Jasa Raharja berada dalam sel IV (stabilitas), di mana strategi diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang sudah ada.	Penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai strategi komunikasi Pt. jasa Raharja

				Berdasarkan diagram Cartesius, PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Kota Padangsidimpun berada di kuadran I (agresif). Dari analisis SWOT menggunakan matriks, diketahui bahwa PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Kota Padangsidimpun sedang menerapkan strategi SO (Strengths Opportunity).	
2.	Strategi Komunikasi PT. Jasa Raharja Dalam Menyosialisasikan Asuransi Kecelakaan Terhadap Masyarakat Di Surabaya (Studi Pada PT. Jasa Raharja Surabaya Cabang Jawa Timur)	Mohammad Saifur	2019	Penelitian ini menyatakan bahwa strategi yang diterapkan oleh Jasa Raharja adalah To Secure Understanding, di mana komunikator memastikan pemahaman terjadi dalam komunikasi. (1) Pelayanan yang ramah dan berkualitas tinggi kepada masyarakat dilakukan oleh Jasa Raharja melalui pendekatan PRIME, dengan fokus strategisnya pada masyarakat.	Penelitian ini dilakukan di Surabaya cabang jawa timur

				<p>Surabaya. (2) Pentingnya memberikan pemahaman tentang asuransi kecelakaan dan peningkatan nilai santunan menjadi krusial di Surabaya. Hal ini disebabkan oleh perubahan faktor kebutuhan hidup akibat inflasi, seperti kenaikan biaya rumah sakit, obat-obatan, dan biaya penguburan. (3) Kolaborasi antara PT. Jasa Raharja, Polri, dan pihak Rumah Sakit juga menjadi fokus, (4) PT Jasa Raharja memiliki pendekatan unik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan seperti Police & Jasa Raharja Go To Campus, Safety Riding, acara Millennial Safety Road, serta menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Radio.</p>	
3.	Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Pasien (Studi Deskriptif	Aulia Amana Putri	2020	Menurut hasil penelitian, strategi public relations RSUD Muslimat Ponorogo telah terbukti sesuai dengan teori yang dijelaskan peneliti dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien	Penelitian ini berfokus terhadap meningkatkan

	<p>Kualitatif Di Rsu Muslimat Ponorogo)</p>			<p>Pertama, strategi human relations dilakukan dengan menjaga hubungan yang baik dengan karyawan dan pelanggan atau pasien. Kedua, strategi community relations adalah mempertahankan hubungan yang baik dengan komunitas dan masyarakat di sekitar rumah sakit. Ketiga, strategi media relations menggunakan berbagai jenis media massa seperti media cetak, elektronik, dan internet. Keempat, terdapat hambatan yang dihadapi oleh public relations dalam meningkatkan kualitas layanan, seperti masalah antrian pendaftaran, kurangnya area parkir, dan kekurangan SDM. Di sisi lain, terdapat faktor pendukung seperti penggunaan media konvensional seperti radio dan televisi, media luar ruang seperti baliho, dan media</p>	<p>pelayanan kepada pasien</p>
				<p>baru seperti internet, media sosial, website, facebook, instagram, dan youtube.</p>	

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

4.	Strategi Komunikasi PT. Jasa Raharja Banten Dalam Membangun Pemahaman Masyarakat Tentang Jaminan Keselamatan	Novi	2016	Hasil penelitian ini mencakup (1) PT. Jasa Raharja Banten mengidentifikasi audiens berdasarkan karakteristik dan jenis audiens yang dituju. (2) PT. Jasa Raharja Banten merancang pesan dengan memperhatikan bahasa yang digunakan serta unsur-unsur lainnya seperti warna dan gambar agar lebih menarik. (3) PT. Jasa Raharja Banten menyampaikan pesan komunikasi melalui metode informatif dan edukatif. (4) PT. Jasa Raharja Banten memilih dan menggunakan media yang sesuai, termasuk media resmi seperti media cetak, elektronik, dan internet.	Peneliti ini memfokuskan terhadap strategi komunikasi dalam membuat masyarakat paham tentang jaminan keselamatan
5.	Analisis Kualitas Pelayanan Pemberian Santunan Bagi	Septian	2019	Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa mutu layanan asuransi kecelakaan	Peneliti ini menganalisis

	<p>Korban Kecelakaan Lalu Lintas Jalan Raya Pada Kantor Pelayanan PT. Jasa Raharja (Persero) Gunung Sitoli</p>		<p>Lalu lintas di PT. Jasa Raharja Persero Gunungsitoli telah berjalan dengan baik secara umum sesuai dengan ketentuan dan standar pelayanan yang berlaku, dilihat dari enam dimensi yaitu Transparansi, Akuntabilitas, Kondisional, Partisipasi, Kesamaan Hak, dan Keseimbangan Hak dan Kewajiban. Hanya dimensi kesamaan hak dan kewajiban yang dinilai masih kurang baik, terlihat dari prioritas pelayanan yang diberikan kepada kecelakaan besar daripada kecelakaan individu.</p>	<p>terhadap kualitas pelayanan</p>
--	--	--	---	------------------------------------

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang menghasilkan penelitian berdasarkan kata-kata dan data lapangan. Dengan metode ini, diharapkan penulis dapat memperoleh hasil penelitian yang objektif.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh penulis di PT. Jasa Raharja Perwakilan Kota Medan, yang beralamat di Jl. Iskandar Muda No.20 EE Darat, Darat, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20222.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1.	Penyusunan Proposal										
2.	Seminar Proposal										
3.	Perbaikan Proposal										
4.	Pelaksanaan Penelitian										
5.	Seminar Hasil										
6.	Revisi Skripsi										
7.	Sidang Meja Hijau										

Sumber : Peneliti, 2024

3.3 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian kualitatif dipertimbangkan sebagai hal utama dalam pengumpulan data. Mereka yang menjadi informan adalah orang-orang yang memiliki pengetahuan mendalam tentang subjek yang akan diteliti oleh peneliti. Informan dipilih oleh peneliti dengan tujuan mendukung hasil data primer yang akan diperoleh oleh peneliti dari informan. Seseorang yang dianggap memiliki informasi penting tentang suatu objek disebut informan.

Informan dalam penelitian ini adalah Kehumasan di PT. Jasa Raharja di Sumatera utara.

- a Noveda Mulya Wibowo, S.Si, RSA,RTA : sub bagian sumbangan wajib dan Humas,
- b Gita puspita sumirat,S.H : Staf administrasi TK I sub bagian sumbangan wajib dan humas, dan
- c Kepala sekolah.
- d Kepala Jasaraharja TK I medan

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Metode instrumen untuk mengumpulkan data atau informasi guna memahami suatu peristiwa atau melakukan penelitian langsung di lapangan adalah observasi. Observasi digunakan oleh peneliti untuk memahami peristiwa atau melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Dengan metode ini, peneliti dapat

menyelidiki objek penelitiannya secara teliti, mengamati dan memahami kejadian yang terjadi di lapangan, serta mencatat informasi yang diperoleh.

Peneliti melakukan observasi di PT. Jasa Raharja Kota Medan, peneliti melakukan pengamatan Proses Sosialisasi divisi Humas dalam Mencari Informasi yang kepada Masyarakat Kota Medan. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi peneliti untuk di wawancarai dari divisi humas, kepala sekolah SMAN dan SMKN negeri medan dan masyarakat penerima manfaat dari sosialisasi.

3.4.2 Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung dengan informan melalui wawancara. Tujuannya untuk memahami secara menyeluruh tentang peristiwa yang terjadi di lapangan.

3.4.3 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015: 329), proses pengumpulan informasi dalam berbagai bentuk seperti buku, arsip, dokumen, tulisan angka, gambar, laporan, dan keterangan yang mendukung penelitian disebut dokumentasi. Dalam penelitian ini, dokumen yang digunakan sebagai sumber data dikumpulkan dan kemudian dianalisis. Profil sekolah, silabus, dan RPP adalah jenis dokumen yang dimanfaatkan.

3.4.4 Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara membaca literatur seperti buku, jurnal, dan pemberitaan media massa terkait masalah penelitian.

3.5 Teknik Analisis data

Menurut Bogdan dalam Sugiono (2012:88), analisis data merupakan rangkaian proses untuk mencari dan mengatur data secara sistematis yang berasal dari catatan lapangan, wawancara, dan sumber lainnya agar dapat dipahami dengan mudah dan hasilnya dapat dibagikan. Proses analisis data melibatkan pengorganisasian data, penjabaran ke dalam unit-unit, sintesis, pengelompokan dalam pola, serta pemilihan data yang penting untuk dipelajari.

Menurut Miles dan Huberman (1984), proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga data mencapai kejenuhan. Proses analisis data melibatkan pengurangan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang dikumpulkan dari lapangan memiliki jumlah yang signifikan, oleh karena itu penting untuk mencatatnya dengan cermat dan terperinci. Semakin lama peneliti berada di lapangan, semakin banyak, kompleks, dan rumitnya data yang terkumpul. Oleh karena itu, penting untuk segera menganalisis data dengan melakukan reduksi data. Reduksi data melibatkan rangkuman, pemilihan informasi kunci, fokus pada hal-hal penting, serta identifikasi tema dan pola. Dengan mereduksi data, akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah proses pengumpulan data selanjutnya serta pencarian data jika diperlukan.

b. *Data Display* (penyajian data)

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kuantitatif, presentasi data ini bisa dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, dan sejenisnya. Dengan cara ini, data akan terorganisir, disusun dalam pola hubungan, sehingga akan lebih mudah dipahami.

c. *Conclusion Drawing/Verification*

Menurut Miles and Huberman, tahapan ketiga dalam analisis data kualitatif melibatkan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dihasilkan pada awalnya hanya bersifat sementara, dan dapat berubah jika tidak ada bukti yang kuat yang mendukungnya selama proses pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang diajukan pada awalnya didukung oleh bukti yang sah dan konsisten saat peneliti melakukan pengumpulan data ulang di lapangan, maka kesimpulan tersebut dianggap kredibel.

3.6 Uji Keabsahan Data

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Harahap (2019), triangulasi dalam menguji kredibilitas mengacu pada evaluasi data dari berbagai sumber dengan pendekatan dan waktu yang berbeda. Artinya, ada penggunaan triangulasi sumber, dan dalam studi ini, triangulasi yang diterapkan adalah triangulasi sumber, dimana melakukan wawancara dengan informan pada saat yang sesuai untuk memastikan keabsahan dan kepercayaan data yang diberikan. Peneliti mengumpulkan data dari

berbagai sumber, termasuk melalui wawancara dengan Kepala Jasa Raharja Perwakilan Tk. I Medan, Bapak Ayudhi Darmawan, SE, MM. Setelah itu, peneliti menggunakan teknik data triangulasi untuk memastikan keabsahan data yang telah dikumpulkan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan, penulis menemukan bahwa masih terdapat tingkat kesadaran yang rendah di kalangan masyarakat Kota Medan mengenai peran dan manfaat Jasa Raharja dalam menyosialisasikan layanan asuransi kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang umum. Penelitian ini menunjukkan upaya sosialisasi yang dilakukan belum terpenuhi dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat. Peran PR Jasa Raharja memberikan sosialisasi di sekolah dan masyarakat. Tentang pentingnya keselamatan dalam berlalu lintas serta manfaat dari layanan yang mereka tawarkan. Sosialisasi ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran akan perlindungan asuransi yang disediakan oleh Jasa Raharja.

Tetapi Masyarakat masih kurang mendapatkan keterbatasan dalam akses informasi, yang dilakukan. Ditemukan keterlibatan masyarakat sosialisasi yang dilakukan Jasaraharja belum mampu membangun keterlibatan serta keterlibatan aktif masyarakat dalam mendukung program Jasa Raharja. Terlihat bahwa ada kebutuhan untuk meningkatkan komunikasi dan promosi yang dilakukan oleh PR Jasa Raharja.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran, yaitu:

1. Bagi *Public Relations* PT. Jasa Raharja Perwakilan Kota Medan Iskandar Muda perlu meningkatkan frekuensi dan intensitas dalam melakukan kegiatan sosialisasi baik di lingkungan sekolah maupun kepada masyarakat luas serta meningkatkan akses informasi dan promosi yang dilakukan oleh *Public Relations* PT. Jasa Raharja, berbagai saluran komunikasi, dan pengembangan pesan yang lebih menarik dan informatif bagi masyarakat.
2. Bagi Masyarakat sebaiknya menjadi lebih skeptis terhadap lingkungan, contohnya dengan menanyakan mengenai apa yang mereka bayar setiap tahun dengan pembayaran pajak kendaraan mereka tersebut agar mengetahui manfaat yang didapatkan ketika membayar pajak kendaraan bermotor.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih lanjut mengenai pengembangan dalam penyosialisasian layanan asuransi terhadap masyarakat oleh PT. Jasa Raharja Perwakilan Kota Medan

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Amana Putri. (2020). Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Pasien.
- Angelica, & Alicia. (2021). Pola Komunikasi Organisasi Atasan Dan Bawahan Pada PT. Aplikasi Inovasi Bangsa – DOTX (Digital Onboarding Tools) Di Era WFH (Work From Home).
- Ahmadi. (2021). Optimalisasi Motivasi & Kinerja Pegawai Memahami Faktor-faktor yang Mempengaruhinya: Bintang Pustaka. (Nurrahmawati, Ed.) (Edisi Pert). Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
<http://repository.unpas.ac.id/27733/5/8%20BAB%20II.pdf>
- Evi Zahara. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi. Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi, 1829 7463(April), 8.
- Fatimah, R., Hasibuan, E. J., & Novri, N. (2018). Peran Public Relations dalam Mengelola Publikasi Program Kemitraan di PT. Telkom Regional I Medan. Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), 2(2), 104–109. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i2.339>
- Harahap, M., Siregar, N. S. S., & Novri, N. (2020). Peranan Pesan Dakwah di Instagram Terhadap Meningkatnya Minat Keagamaan Mahasiswa Psikologi UMA. Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), 2(2), 137–143. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i2.352>
- Mudjiono, Y. (2015). Strategi Komunikasi PT Jasa Raharja Dalam Menyosialisasikan Asuransi Kecelakaan Terhadap Masyarakat Di Surabaya. Ilmu Komunikasi, 2.
- Marianun Harahap. (2021). Strategi Komunikasi Pt. Jasa Raharja (Persero) Perwakilan Tk Ii Kota Padangsidempuan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah <https://www.jasaraharja.co.id/profile/tentangkami/1000>
- Menteri Keuangan Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia. [Www.Jdih.Kemenkeu.Go.Id](http://www.jdih.kemenkeu.go.id)
- Marianun Harahap. (2021). Strategi Komunikasi Pt. Jasa Raharja (Persero) Perwakilan Tk Ii Kota Padang Sidempuan Dalam Meningkatkan Kepuasan nasabah.
- Mubarok F. (2018). Peran sosialisasi dan edukasi dalam menumbuhkan minat investasi di pasar modal syariah. INOVASI, 14(2), 113–122.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>

- OWA, Heribertus Y, & Lobo. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tidak Tercapainya Standar Pelayanan Minimal Pada Rsud Prof Dr. W. Z Johannes Kupang.
- Purnamasari Sri, N. (2012). Strategi Komunikasi Pt. Jasa Raharja Banten Dalam membangun Pemahaman Masyarakat Tentang Jaminan Keselamatan. 13–14.
- Purnamasari S. (2016). Strategi Komunikasi Pt. Jasa Raharja Banten Dalam Membangun Pemahaman Masyarakat Tentang Jaminan Keselamatan
- Renggo. (2023). Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Fositif Pondok Pesantren Al-Furqon Desa Pampangan Kecamatan Pampangan
- SATRIA, A. R., Alfitri, A., & Meilinda, N. (2019). Peranan Humas Pt. Jasa Raharja (Persero) Kota Palembang Dalam Mengsosialisasikan Dana Santunan Bagi Korban Kecelakaan Lalu
https://Repository.Unsri.Ac.Id/27827/%0Ahttps://Repository.Unsri.Ac.Id/27827/62/RAMA_70201_07031381419117_0022016601_0014059002_01_FRONT_REF.Pdf
- Septian J, Abdul K, & Nina S. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Pemberian Santunan Bagi Korban Kecelakaan Lalu Lintas Jalan Raya Pada Kantor PT. Jasa Raharja (Persero) Gunungsitoli (Vol. 2, Issue 1). Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik. <http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/strukturasi>
- Sitoli, G. (2019). Bagi Korban Kecelakaan Lalu Lintas Jalan Raya Septian Jonatan Program Magister Ilmu Administrasi Publik Universitas Medan Area Medan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Administrasi Publik Pada Program Magister Ilmu Administrasi Publ.
- Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Syahputra, T. A. (2020). Model Komunikasi Organisasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Bidang Kesehatan Di Puskesmas Medan Marelan. 2, 8–10.

www.jasaraharja.co.id

LAMPIRAN

Lampiran : Pedoman Wawancara

Peranan *Public Relations* Pt Jasa Raharja Perwakilan Medan Dalam Menyosialisasikan Layanan Asuransi Kecelakaan Lalu Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Kepada Masyarakat Kota Medan

Nama Narasumber :

Jabatan :

Waktu Wawancara :

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana menurut bapak selaku PR PT Jasa Raharja dalam melakukan sosialisasi tentang layanan asuransi jasa raharja sejauh ini?
2. Apakah humas jasa raharja pernah melakukan kegiatan tentang layanan asuransi , jika pernah berapa bulan sekali,minggu,tahun?
3. apakah masyarakat dapat memahami apa yang di sosialisasikan oleh humas jasa raharja?
4. Apa saja kendala atau hambatan saat menyosialisasikan tentang layanan asuransi jasa raharja?
5. Kegiatan apa saja yang telah di lakukan oleh humas jasa raharja?
6. Media apa yang di gunakan untuk mendukung berjalannya sosialisasi layanan asuransi terhadap masyarakat?

Lampiran Wawancara

Narasumber 1 : Noveda Mulya Wibowo, S.Si, RSA,RTA

Jabatan : Sub Bagian Sumbangan Wajib Dan Humas

Waktu Wawancara : Jum'at, 07 Juni 2024

1. Bagaimana menurut bapak selaku PR PT Jasa Raharja dalam melakukan sosialisasi tentang layanan asuransi jasa raharja sejauh ini?

“Jasa Raharja telah melakukan sosialisasi baik secara online maupun offline. Sosialisasi dilakukan secara langsung melalui zoom maupun melalui media online dan media sosial seperti instagram,youtube dan tiktok..sosialisasi yg dilakukan meliputi hal tentang pentingnya berkeselamatan lalu lintas baik ke sekolah dan tempat umum, terbukti, setelah dilakukan sosialisasi jumlah santunan yg diberikan selama tahun 2024 mengalami penurunan bila dibandingkan dgn tahun 2023”.

2. Apakah humas jasa raharja pernah melakukan kegiatan tentang layanan asuransi , jika pernah berapa bulan sekali,minggu,tahun?

“Sebulan ada 3/4 sekolah dgn petugas sdh terjadwal dan bergantian dengan sekolah yang bergantian”.

3. apakah masyarakat dapat memahami apa yang di sosialisasikan oleh humas jasa raharja?

“Setelah dilakukan sosialisasi jumlah santunan yg diberikan selama tahun 2024 mengalami penurunan bila dibandingkan dgn tahun 2023”.

4. Apa saja kendala atau hambatan saat menyosialisasikan tentang layanan asuransi jasa raharja?

“Hambatan yang terjadi yaitu saat melakukan sosialisasi produk di jasa raharja kurang diminati oleh masyarakat yang belum pernah mengalami kecelakaan”

5. Kegiatan apa saja yang telah di lakukan oleh humas jasa raharja?

“Jasa Raharja melakukan Program PPKL (Program Pengajar Peduli Keselamatan Lalulintas) kepada pengajar/guru di sekolah”.

6. Media apa yang di gunakan untuk mendukung berjalannya sosialisasi layanan asuransi terhadap masyarakat?

“Jasa raharja melakukan sosialisasi menggunakan media sosial yang berbentuk video maupun gambar”

Narasumber 2 : Gita Puspita Sumirat,S.H

Jabatan : Staf Administrasi TK I Sub Bagian Sumbangan Wajib Dan Humas

Waktu Wawancara : Selasa, 11 Juni 2024

1. Bagaimana menurut kakak selaku humas pt jasa raharja dalam melakukan sosialisasi tentang layanan asuransi jasa raharja sejauh ini?

“Di era digitalisasi seperti sekarang ini sosialisasi semakin massive dan mudah dilakukan. Sekarang sosialisasi jasa raharja tidak melulu dengan "gaya lama" tapi mulai mengikuti perkembangan zaman dengan mengandalkan media sosial. Untuk itu Humas dituntut untuk menampilkan konten konten menarik sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima oleh masyarakat yang saat

ini sebagian besar bermain sosial media. Sejauh ini sosial media memiliki peran penting dalam memberikan informasi mengenai peran dan fungsi serta layanan jasa raharja.”

2. Apakah humas jasa raharja pernah melakukan kegiatan tentang layanan asuransi , jika pernah berapa bulan sekali,minggu,tahun?

“Humas jasa raharja dan bidang pelayanan bekerja sama dengan kepolisian, dishub, melakukan sosialisasi peran dan fungsi jasa raharja sebulan kurang lebih 4-5 kali melalui program fklI dan ppkl ke sekolah² di Sumatera Utara.

Selain itu, Humas dengan bidang asuransi juga melakukan sosialisasi peran dan fungsi jasa raharja sekaligus sosialisasi kemudahan pembayaran pajak ke rumah sakit² atau bersama dispenda dan kepolisian sosialisasi ke kecamatan² di Sumut (kota medan khususnya) sekitar satu bulan sekali”

3. Apakah masyarakat dapat memahami apa yang di sosialisasikan oleh humas jasa raharja?

“Apabila humas melakukan sosialisasi baik offline maupun online ke pelajar di sekolah sekolah maupun ke masyarakat awam, antusiasme audience dalam mengajukan pertanyaan ke jasa raharja relatif tinggi, hal ini menurut saya menandakan bahwa audience tertarik/menyimak pesan-pesan yang disampaikan jasa raharja saat sosialisasi. Begitupun ketika saat sosialisasi pembicara jasa raharja berbalik mengajukan pertanyaan, audience mampu menjawab pertanyaan penanya dengan baik”

4. Apa saja kendala atau hambatan saat menyosialisasikan tentang layanan asuransi jasa raharja?

“Sosialisasi melalui media sosial saat ini sedang massive digalakkan oleh jasa raharja, salah satu kendalannya adalah seringnya mengalami creative block karena kurangnya brainstorming untuk menciptakan konten menarik sekaligus informatif kepada masyarakat”

5. Kegiatan apa saja yang telah dilakukan oleh humas jasa raharja?

“Bersama bidang pelayanan dan asuransi melakukan sosialisasi peran dan fungsi jasa raharja sekaligus pencegahan kecelakaan ke sekolah-sekolah mulai dari sekolah dasar sampai ke universitas, Rutin membuat konten-konten menarik untuk sosial media perusahaan, salah satunya flyer keselamatan berkendara dan pembayaran pajak kendaraan yang rutin dilakukan 3 kali dalam seminggu (jumat,sabtu,minggu). Bekerja sama dengan media media lokal untuk menambah expose jasa raharja sumut serta meningkatkan brand awareness perusahaan”

6. Media apa yang digunakan untuk mendukung berjalannya sosialisasi layanan asuransi terhadap masyarakat?

“media sosial baik media sosial perusahaan mulai dari instagram, youtube, tiktok, facebook dan X dalam bentuk konten-konten menarik, juga media sosial pribadi karyawan melalui insta story instagram maupun whatsapp story, jasa raharja sumut juga melakukan kerja sama dengan televisi lokal (efarina tv) untuk memberitakan topik-topik terkini (hot issue) jasa raharja dalam bentuk

running text tv, untuk meningkatkan brand awareness serta informasi layanan, jasa raharja bekerjasama dengan media online lokal untuk expose kegiatan jasa raharja dalam bentuk artikel”

Narasumber 3 : Marsito

Jabatan : Kepala Sekolah SMAN 2 Medan

Waktu Wawancara : Jum’at, 07 Juni 2024

1. Bagaimana pak sampai hari ini yang di sosialisasikan Terkait oleh jasaraharja?

Menurut pandangan saya sebagai kepala sekolah SMAN 2 Medan yang telah mengikuti sosialisai Tentang FGD (forum Grup Discussion) Jasararja kurangnya sesi waktu pada paparan tersebut karna acara tersebut focus ke acara Police road to school tentang pencegahan korban laka lant

2. Apakah bapak memahami apa yang di sosialisasikan oleh Petugas Jasaraharja?

saya paham apa yang di sampaikan oleh petugas jasaraharja cuman karna sesi waktu nya sangat singkat sehingga tidak menjelaskan detail tentang syarat pengurusan jasaraharja dan tidak tahu apa saja yang mereka dapatkan ketika terjadi laka lant

3. Apakah bapak bersedia jika jasa raharja melakukan sosialisasi kembali?

Tentu nya saya sangat mengharapkan itu supaya agar guru” di sekolah

SMAN 2 ini dan murid” kita jugak agar lebih tahu apa itu Jasaraharja tetap taat berlalulintas

Narasumber 4 : Risma

Jabatan : Humas SMAN 2 Medan

Waktu Wawancara : Jum’at, 07 Juni 2024

1. Bagaimana menurut ibuk selaku humas SMAN 2 Medan peran humas Jasaraharja sampai hari ini yang di sosialisasikan Terkait oleh jasaraharja?

Menurut saya selaku humas SMAN 2 Medan sampai saat ini peran jasaraharja ke sekolah sekolah menurut saya masih kurang di karenakan jasaraharja hanya melakukan sosialisasi hanya sekali itupun waktu 2023 pada saat upacara senin pagi di sekolah di ikuti 300 siswa pada saat upacara namun pada saat itu kurang efektif dikarenakan tidak menyampaikan secara detail tentang jasaraharja di karenakan waktu dan tempat kurang efektif alangkah bagusnya di lakukan di ruangan kelas meliputi guru dan murid sekolah

2. apakah ibuk selaku humas sman 2 bersedia jika di lakukan sosialisai kembali oleh pihak jasaraharja di sekolah sman 2?

Tentunya kami sangat terbuka dan sangat ingin sekali jika jasaraharja melakukan sosialisai kembali agar murid guru dapat tahu apa tugas dan fungsi jasaraharja dan jika terjadi kecelakaan mereka tahu melapor dan mendapatkan hak mereka.

Narasumber 5 : Rianto Sinaga

Jabatan : Kepala Sekolah SMAN 4 Medan

Waktu Wawancara : Senin, 10 Juni 2024

1. Bagaimana menurut bapak selaku Kepala Sekolah SMAN 2 Medan peran humas Jasaraharja sampai hari ini yang di sosialisasikan Terkait oleh jasaraharja?

Menurut saya peran humas jasaraharja saat ini masih kurang di karenakan jarang nya humas jasaraharja melakukan sosialisai tentang jasaraharja ke sekolah kami ini

2. Sudah berapakah kali jasaraharja datang ke sekolah ini pak?

Sejauh ini pihak jasaraharja baru 2 kali datang kesekolah kami selanjutnya tidak ada lagi sampai dengan sekarang waktu itu datang nya dulu di 2023 melakukan sosialisai tentang pajak dan swdkllj tetapi sosialisai nya tersebut masih kurang jelas di karenakan waktu nya sangat singkat.

3. Media apa yang di Gunakan oleh PR Jasaraharja?

Iya, jasa raharja melakukan sosialisasi sebanyak 3 kali di sekolah SMAN 4 dengan program FGD(Forum Grup Discussions), PPKL(Program Pengajar Peduli Keselamatan Lalu Lintas), Dan FKLL(Forum Keselamatan Lalu Lintas) menggunakan media yang berbeda-beda mulai dari alat peraga, PPT, video, serta *Flyer*

4. jika jasaraharja melakukan sosialisasi kembali apakah bapak selaku kepala sekolah Sman4 bersedia menerima dari pihak jasaraharja?

Tentu nya saya dan guru” di sekolah ini sangat senang dan sangat menerima kembali dari pihak jasarharja

Narasumber 6 : Jones Siregar

Jabatan : Humas Sekolah SMAN 4 Medan

Waktu Wawancara : Senin, 10 Juni 2024

1. Bagaimana menurut bapak selaku Kepala Sekolah SMAN 2 Medan peran humas Jasarharja sampai hari ini yang di sosialisasikan Terkait oleh jasarharja?

Sejauh ini saya selaku humas Sman4 Kota Medan melihat pihak dari jasarharja jarang sekali melakukan sosialisai tentang dan santunan maupun syarat” tentang layanan jasarharja ke sekolah kami ini pak

2. Sudah Berapakali PT.Jasarharja Kota Medan melakukan sosialisasi ke sekolah bapak ?

PT.Jasarharja Sudah Melakukan Sosialisasi Ke sekolah kami sebanyak

3.pada saat Tim PR jasarharja Kota Medan Melakukan Sosialisasi sudah 3 kali di lakukan di sekolah bapak

4. media apa yang di Gunakan oleh PR Jasarharja?

Iya, jasa raharja melakukan sosialisasi sebanyak 3 kali di sekolah SMAN 4 dengan program FGD(Forum Grub *Discutions*),PPKL(Program Pengajar Peduli Keselamatan Lalu Lintas), Dan FKLL(Forum Keselamatan Lalu Lintas) menggunakan media yang berbeda-beda mulai dari alat peraga, PPT, video, serta *Flyer*.

Narasumber 7 : Hervina ,S.Pd.M.S.

Jabatan : Kepala Sekolah SMKN 6 Medan

Waktu Wawancara : Rabu, 12 Juni 2024

1. Bagaimana menurut bapak selaku Kepala Sekolah SMAN 6 Medan peran humas Jasaraharja sampai hari ini yang di sosialisasikan Terkait oleh jasaraharja?

Sejauh ini saya lihat Jasaraharja tentunya masih sangat jarang saya liat datang ke sekolah sekolah tentunya sekolah kami ini di SMKN 6 Medan ini Belum pernah saya melihat dari pihak jasaraharja datang khusus untuk melalukan sosialisai terkait jasaraharja

2. Apakah ibuk tau tentang Jasaraharja?

Saya tau karna saya ada ikut sosialisai Program FGD (focus Grub Discussion) tentunya di sosialisai itu saya dengarkan dan saya lihat hanya focus nya tentang pencegahan kecelakaan namun tidak membahas secara detail tentang Jasaraharja dan syarat syarat nya apa saja belum di sampaikan

3. Jika jasaraharja melakukan sosialisasi di sekolah SMKN6 ini apakah ibuk bersedia?

Tentunya saya sangat mengharapkannya di karenakan untuk pencegahan dan apa apa saja syarat untuk pengurusan nya apabila terjadi laka lantas tentunya kami sangat mendukung dari program program jasaraharja yang akan di lakukan di SMKN 6 medan ini

Narasumber 8 : Bernard Sahala Pakpakhan, S.Pd.

Jabatan : Wakil Bidang Kurikulum SMKN 6 Medan

Waktu Wawancara : Rabu, 12 Juni 2024

1. Bagaimana menurut bapak selaku Kepala Sekolah SMAN 2 Medan peran humas Jasaraharja sampai hari ini yang di sosialisasikan Terkait oleh jasaraharja?

Menurut saya peran humas Jasaraharja Dalam Menyosialisaikan tentang Jasararja Menurut saya Masih kurang di karenakan banyak nya guru SMKN6 di sini yang belum tau tentang jasaraharja Termasuk juga saya selaku guru di sini juga di karenakan tidak pernah nya di lakukan sosialisasi ke sekolah kami sehingga kami selaku guru di sini jika terjadi kecelakaan anak murid kami maupun keluarga kami kami tidak tau mau menurus nya kemana dan syarat syarat nya apa saja

Apabila jasaraharja melakukan sosialisai ke sekolah SMKN 6 apakah bapak bersedia menerima selaku wakil kurikulum SMKN 6 medan Tentunya saya sangat bersedia menrima dari pihak jasaraharja dan kami sangat mengharapkan itu untuk lebih tau tentang jasaraharja

UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estale ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Sebiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 757 /FIS.3/01.10/III/2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 13 Maret 2024

Kepada Yth.

PT. Jasaraharja Kota Medan

Jl. Iskandar Muda, No.20 EE Darat, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20222

Dengan hormat,

Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Nurfikri Tasa
NiM : 208530003
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada PT. Jasaraharja Kota Medan untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"Peranan Public Relations PT Jasa Raharja Perwakilan Medan Dalam Menyusialisasikan Layanan Asuransi Kecelakaan Lalu Lintas Jalan dan Penumpang Umum Kepada Masyarakat Kota Medan"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Dekan



Tembusan:

1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

CS Dipindai dengan GamScanner



JASA RAHARJA

Diina dalam perlindungan, jasa dalam perhatian

A member of **IFG**

Medan, 13 Maret 2024

Nomor: HC/RI 4 /2024

Sifat : Biasa

Hal : Izin Pelaksanaan Pengambilan Data/Riset

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area
Medan

Merujuk Surat Saudara Nomor 751/FIS.3/01.10/III/2024 Permohonan Izin
Pengambilan Data/Riset sebagai berikut :

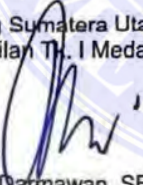
Nama : Nurfikri Tasa
NIM : 208530003
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut dapat melaksanakan Riset di PT Jasa
Raharja Perwakilan TK I Medan.
Sehubungan dengan hal tersebut, selama melaksanakan kegiatan Riset, peserta
tersebut :

1. Mematuhi semua peraturan yang berlaku di PT Jasa Raharja Perwakilan TK I Medan;
2. Menjaga kerapian, kebersihan selama pelaksanaan riset;
3. Melaksanakan protokol kesehatan dengan baik seperti menggunakan masker dan mencuci tangan.
4. Selalu berkoordinasi dengan petugas Jasa Raharja
5. Melaporkan hasil penelitian data / riset kepada Jasa Raharja

Atas perhatian dan kerja sama yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Cabang Sumatera Utara
Perwakilan TK I Medan


Ayudhi Darmawan, SE, MM., AWP, QWP
Kepala Perwakilan

Kantor Perwakilan Medan : Jl. Iskandar Muda No. 20 EE Medan 20123, Telepon : (061)-80501892

Situs (Website) www.jasaraharja.co.id Pos-El (E-mail) medan@jasaraharja.co.id



Dipindai dengan CamScanner

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)11/11/24



Medan, 16 Mei 2024

Nomor : P/RI 6 /2024
Sifat : Penting
Hal : Keterangan selesai Penelitian

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Universitas Medan Area

Merujuk surat terdahulu Nomor: 751/FIS.3/01.10/III/2024 tanggal 13 Maret 2024 tentang Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset, dengan ini kami terangkan bahwa nama mahasiswa/i di bawah ini :

No	Nama	NPM	Program Studi
1.	Nurfikri Tasa	208530003	Ilmu Komunikasi

Telah melaksanakan Pengambilan Data/Riset di PT. Jasa Raharja Perwakilan Tk. I Medan pada tanggal 13 Maret 2024 s/d 13 Mei 2024 dengan baik dan menunjukkan antusiasnya dalam memperoleh Data terkait Riset yang dilakukan.

Demikian yang dapat kami sampaikan, untuk keperluan pendukung administrasi Laporan Riset Mahasiswa tersebut diatas.

PT Jasa Raharja
Perwakilan TK I Medan



Ayudh Darmawan, SE, MM, AWP, QWP
Kepala Perwakilan



JASA RAHARJA

A member of IFG

Jakarta, 13 Juni 2023

Nomor : PL/SE/103/2023
Sifat : Penting
Hal : Pelaksanaan Program Pengajar Peduli Keselamatan Lalu Lintas (PPKL)

Yth, Kepala Cabang PT Jasa Raharja Seluruh Indonesia

Menindaklanjuti Surat Edaran Divisi Pelayanan Nomor: PL/SE/93/2023 tanggal 23 Mei 2023 tentang Penyampaian Data Laka Kecamatan Bulan Mei 2023 dan Himbauan Pelaksanaan SMS Blast Pada Titik Rawan Laka, bersama ini kami sampaikan sebagai berikut:

1. Kami mengucapkan terima kasih dan mengapresiasi atas tindak lanjut dan segala bentuk upaya yang telah dilakukan oleh Saudara beserta jajaran sebagai bentuk upaya Pencegahan Kecelakaan. Diharapkan agar pelaksanaan Upaya PK terus dilaksanakan secara konsisten bersama dengan stakeholder terkait;
2. Selanjutnya kami sampaikan bahwa terdapat Program Strategis Upaya Pencegahan Kecelakaan yang berfokus pada *Socio-Engineering* yaitu program Pengajar Peduli Keselamatan Lalu Lintas (PPKL) dengan rincian program sebagaimana terlampir yang akan dilakukan oleh Kantor Cabang dan Kantor Perwakilan pada kesempatan pertama;
3. Saudara diwajibkan untuk melaksanakan evaluasi pelaksanaan dan melaporkan hasil kegiatan pada link <https://www.irku.id/UpayaPK2023> sesuai dengan Surat Edaran Nomor: PL/SE/48/2023 tanggal 29 Maret 2023 tentang Permohonan Analisis dan Evaluasi Upaya Pencegahan Kecelakaan Tahun 2023 dan melampirkan evidence pelaksanaan sesuai dengan Surat Edaran Nomor: PL/SE/5/2023 tanggal 9 Januari 2023 tentang Standar Pelaksanaan Program Pencegahan Kecelakaan;
4. Adapun biaya yang timbul merupakan beban Biaya Survei dan Meterai Santunan masing-masing Cabang dengan memperhatikan ketentuan penggunaan anggaran berpedoman asas akuntabilitas.

Atas perhatian dan kerja sama Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Divisi Pelayanan



Hervanka Tri Dianto
Kepala Divisi

Tembusan :
Direktur Operasional



JASA RAHARJA

A member of **IFG**

Jakarta, 9 September 2022

Nomor : PL/SE/72/2022

Sifat : Penting

Hal : Optimalisasi Peran FKLL (Forum Komunikasi Lalu Lintas) dalam upaya Pencegahan Kecelakaan

Yth. Para Kepala Cabang PT Jasa Raharja Seluruh Indonesia

Sehubungan dengan meningkatnya jumlah Santunan Kecelakaan s.d Agustus 2022 dan untuk mengefektifkan program Pencegahan Kecelakaan yang dilakukan oleh PT Jasa Raharja, dengan ini kami sampaikan:

1. Saudara dapat mengakses data titik rawan laka yang berada di wilayah masing-masing pada menu *dashboard* pelayanan pada aplikasi CERl (<https://cerl.jasaraharja.co.id>);
2. Menginisiasi rapat dengan Forum Komunikasi Lalu Lintas (FKLL) pada tingkat Provinsi dan Kabupaten/ Kota dengan menyampaikan data total santunan s.d Agustus 2022 dan titik rawan laka berdasarkan data Jasa Raharja;
3. Kegiatan FKLL agar segera dilaksanakan pada minggu ke-2 (dua) pada bulan September 2022;
4. Membuat notulen dan *action plan* terhadap dinamika rapat yang terjadi;
5. Melakukan *Jumpa Pers/Press Release* bersama FKLL dengan mengundang media lokal *online* dan cetak;
6. Materi dalam *press release* menekankan pada:
 - a. Daerah Rawan Laka disampaikan oleh *stakeholder* (Kepolisian/Dishub/Dinas PUPR)
 - b. Jumlah santunan yang telah disalurkan periode s.d Agustus 2022
 - c. Himbauan dari masing-masing *stakeholder* antara lain terkait upaya yang telah dilakukan dan harapan
7. Segera melaporkan pelaksanaan kegiatan pada kesempatan pertama paling lambat minggu ke-3 (tiga) bulan September 2022;
8. Biaya yang timbul pada kegiatan ini merupakan beban Kantor Cabang.

Atas perhatian dan kerjasama yang diberikan kami ucapkan terima kasih.

Divisi Pelayanan



Hervanka Tri Dianto
PJT. Kepala Divisi

Tembusan :

1. Sekretaris Perusahaan
2. Direktur Operasional

Lampiran Dokumentasi

wawancara



Wawancara Humas PT.Jasaraharja Cabang Sumatera Utara bapak Noveda

Mulya Wibowo, S.Si, RSA,RTA

Senin,03 Juni 2024

No.20 EE Darat, Jl. Iskandar Muda, Darat, Kec. Medan Baru, Kota Medan,

Sumatera Utara 20222

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)11/11/24



Wawancara Bersama Kepala sekolah SMAN 2 Medan Bapak Marsito

Jumat 07 Juni 2024

Jl. Karang Sari No.435, Sari Rejo, Kec. Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera

Utara 20157

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)11/11/24



Wawancara Bersama Humas SMAN 2 Medan

Ibu Risma Jumat, 07 Juni 2024

Jl. Karang Sari No.435, Sari Rejo, Kec. Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera

Utara 20157

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)11/11/24



Wawancara Bersama Kepala Sekolah Bapak Rianto Sinaga Dan Humas Bapak

Jones Siregar di SMAN 4 Medan

Senin, 10 Juni 2024

Jl. Gelas No.12, Sei Putih Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera

Utara 20118

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)11/11/24



Wawancara Bersama Kepala Sekolah Ibu Hervina, S.Pd.M.S. Dan Wakil Ketua

Bidang Kurikulum Bapak Bernard Sahala Pakpakhan, S.Pd. SMKN 6 Medan

Rabu, 12 Juni 2024

Jl. Jambi No.23D, Pandau Hilir, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera

Utara 20233

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)11/11/24



Wawancara Kepala PT.Jasaraharja Perwakilan TK I Medan Bapak Ayudhi

Darmawan, SE, MM. Senin,03 Juni 2024

No.20 EE Darat, Jl. Iskandar Muda, Darat, Kec. Medan Baru, Kota Medan,

Sumatera Utara 20222

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)11/11/24