

**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENYELENGGARA
JAMINAN SOSIAL KETENAGAKERJAAN CABANG
MEDAN KOTA DALAM MENSOSIALISASIKAN
KEPESERTAAN BUKAN PENERIMA UPAH
(SUPIR ANGKOT DAN TUKANG BECAK)**

SKRIPSI

OLEH :

AMALIA SHABRINA

14.853.0058



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

2018

LEMBAR 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, khaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi yang lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Oktober 2018



Amalia Shabrina
14 853 0058

**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENYELENGGARA JAMINAN
SOSIAL KETENAGAKERJAAN CABANG MEDAN KOTA DALAM
MENSOSIALISASIKAN KEPESERTAAN BUKAN PENERIMA
UPAH (SUPIR ANGKOT DAN TUKANG BECAK)**

SKRIPSI

OLEH

AMALIA SHABRINA

14.853.0058

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area**


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


2018

LEMBAR PENGESAAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
Cabang Medan Kota dalam Mensosialisasikan Kepesertaan
Bukan Penerima Upah (Supir Angkot dan Tukang Becak)
Nama : Amalia Shabrina
NPM : 14 853 0058
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui
Komisi Pembimbing


Drs. H. Syafruddin Ritonga, MAP
Pembimbing I


Rehia K. I. Barus, S.Sos, MSP
Pembimbing II

Mengetahui :




Dr. H. M. Arif Nasution, MA
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk strategi komunikasi BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah dan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah yakni dengan menentukan standarisasi kredibilitas dan daya tarik komunikator, strategi penyajian dan penyusunan pesan, strategi pemilihan dan perencanaan media, pemilihan dan pengenalan khalayak. Hambatan yang dihadapi BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah yaitu hambatan proses komunikasi, hambatan fisik, hambatan semantik, hambatan psikologis dan hambatan untuk menyesuaikan waktu sosialisasi dengan jam santai para pekerja mandiri.

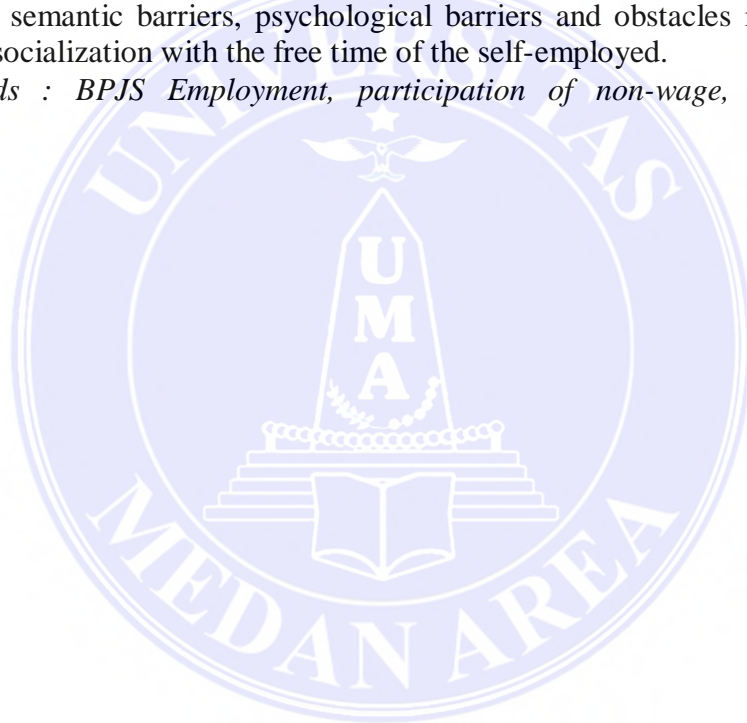
Kata kunci : BPJS Ketenagakerjaan, kepesertaan Bukan Penerima Upah, strategi komunikasi.



ABSTRACT

The aim of this study is to describe the form of communication strategy BPJS Employment in the city of Medan in socializing participation of non-wage earners and also to know the obstacles faced by BPJS Employment. This research uses quantitative research method with descriptive approach, while the method of data collection through observation techniques, interviews and documentation. The data obtained then processed by qualitative descriptive method. The results of this study indicate that the strategy undertaken by the BPJS Employment in socializing the participation of non-wage earners is by determining the standard of credibility, the attraction of communicator, strategy of presenting and composing messages, strategy of choice and media planning, selection and introduction of audience. The obstacles faced by BPJS Employment in socializing participation of non-wage earners among others communication process barriers, physical barriers, semantic barriers, psychological barriers and obstacles in adjusting the time of socialization with the free time of the self-employed.

Keywords : BPJS Employment, participation of non-wage, communication strategy



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, karunia, dan hidayah-Nya serta atas izin-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota Dalam Mensosialisasikan Kepesertaan Bukan Penerima Upah (Supir Angkot dan Tukang Becak)”** dapat terselesaikan.

Shalawat dan salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik sepanjang masa. Sosok pemimpin yang paling berpengaruh sepanjang sejarah kepemimpinan, yang berhijrah menuju satu masa menuju masa berperadaban.

Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak akan pernah terwujud tanpa nasihat dan bantuan berbagai pihak yang terkait dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.M. Arif Nasution, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area
2. Ibu Drs. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area
3. Bapak Drs. H. Syafruddin Ritonga, MAP, selaku Dosen Pembimbing I.
Ibu Rehia K.I. Barus, S.Sos, MSP, selaku Dosen Pembimbing II dan Ibu Ilma S. Tamsil, S.Kom, M. Kom selaku sekretaris
4. Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area serta seluruh staf administrasi Universitas Medan Area

5. Bapak Zainal Fakhruddin, Ibu Anak Agung S. Dewi Novitalia dan Bapak Hafiz Ikhsan selaku informan
6. Ayahanda Ir. Hermasyah, M.Si dan Ibunda drg. Dina Kamarina, M.Kes, selaku orang tua penulis
7. Muhammad Karami, SH. Intan Karunia, Amd. dan Safira Hanifati, selaku saudara penulis
8. Mutiara Jelly Fransisca, selaku sahabat penulis
9. Teman-teman seperjuangan stambuk 2014 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area

Semoga Allah SWT melipatgandakan balasan atas amal baik dengan rahmat dan nikmat-Nya. Penulis menyadari sepenuhnya, karya tulis ini merupakan karya tulis sederhana yang penuh dengan kekurangan dari jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran penulis harapkan untuk kesempurnaan penulisan di masa mendatang. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf jika ada kata – kata yang kurang berkenan dan semoga tulisan ini bisa memberi manfaat bagi semua.

Medan, Agustus 2018

Penulis

Amalia Shabrina

NPM:14.853.0058

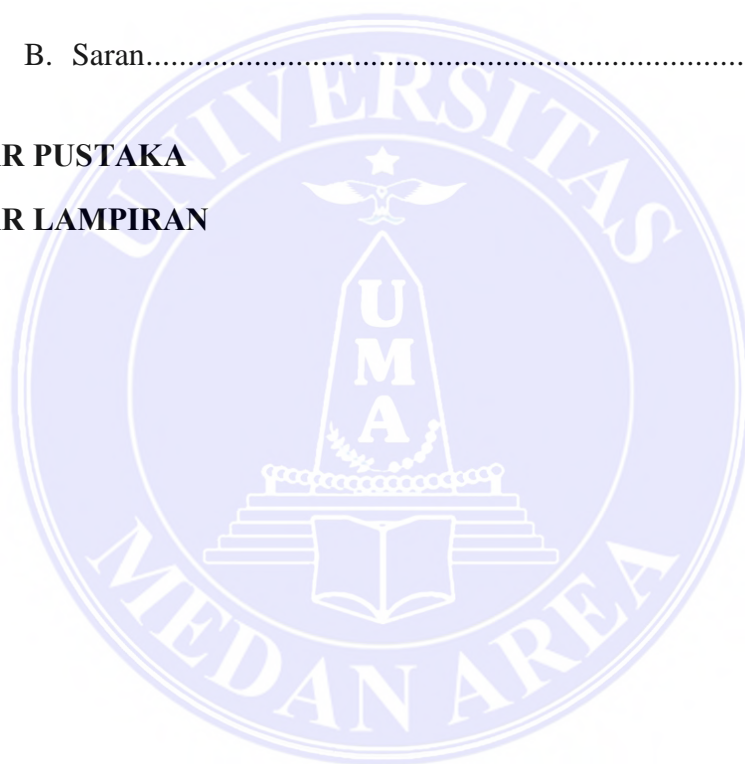
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	11
A. Pengertian Komunikasi	11
B. Unsur-unsur Komunikasi	12
C. Dimensi Komunikasi.....	13
D. Hambatan-hambatan dalam Komunikasi	15
E. Fungsi dan Kegunaan Komunikasi.....	16
F. Perencanaan Komunikasi.....	17
G. Tipe Perencanaan Komunikasi	18
H. Komunikasi Pemasaran.....	19
I. Strategi Komunikasi	19
J. Faktor Pendukung Komunikasi.....	24
K. BPJS Ketenagakerjaan	25
L. Kepesertaan BPU	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Metode Penelitian	33
B. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	34
C. Instrumen Penelitian.....	35
D. Teknik Analisis Data.....	35

E. Pengujian Kredibilitas Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	38
B. Gambaran Umum Informan	38
C. Hasil Penelitian.....	40
D. Pembahasan	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	54
A. Simpulan	54
B. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.....	14
Gambar 2.7.....	21
Gambar 2.11.....	32



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tenaga kerja mempunyai peranan dan arti penting sebagai suatu unsur penunjang berhasilnya pembangunan nasional tenaga, karena kerja yang mempunyai hubungan kerja dengan perusahaan maupun yang tidak merupakan potensi untuk meningkatkan produktivitas. Untuk itu, sudah sewajarnya mereka diberikan perlindungan, pemeliharaan dan pengembangan terhadap kesejahteraan jaminan sosial bagi tenaga kerja.

Di Indonesia jaminan untuk mendapatkan proteksi diri memang tergolong masih sangat sulit. Pekerja lepas yang tidak menerima upah tetap setiap bulan, seperti pedagang, petani, nelayan, blogger, tukang ojek, dan pekerja-pekerja mandiri pun sulit mendapatkannya. Padahal saat ini setiap warga negara berhak untuk mendapatkan kesejahteraan di masa tua nanti. Dengan jaminan di masa tua, warga negara berharap dapat tetap hidup sejahtera meski sudah tidak bekerja lagi.

Sesuai dengan UU No. 3 Tahun 1992 dan melalui PP No.36/1995 bahwa fungsi Jaminan Sosial Tenaga Kerja untuk memberikan perlindungan dasar dalam memenuhi kebutuhan minimal tenaga kerja dan keluarganya, serta memberikan kepastian berlangsungnya arus penerimaan penghasilan keluarga sebagai pengganti sebagian atau seluruhnya penghasilan yang hilang, akibat risiko sosial. Perlindungan terhadap tenaga kerja dimaksudkan untuk menjamin hak-hak dasar dan menjamin kesamaan kesempatan serta perlakuan tanpa diskriminasi atas dasar

apapun untuk mewujudkan kesejahteraan pekerja dan keluarganya dengan tetap memperhatikan perkembangan kemajuan dunia usaha.

Bentuk perlindungan pemeliharaan dan peningkatan kesehatan serta kesejahteraan diselenggarakan dalam bentuk jaminan sosial tenaga kerja. Program ini lebih ditekankan pada perlindungan kepada buruh yang relatif mempunyai kedudukan yang lemah dimana pada kenyataannya buruh berada pada posisi yang penuh dengan resiko kecelakaan kerja, sakit akibat kerja, kematian, datangnya hari tua, dan terjadinya PHK yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dapat mempengaruhi kehidupan tenaga kerja dan keluarganya, sehingga terpaksa pekerja tidak dapat bekerja untuk sementara waktu, bahkan bisa untuk selamanya, dan penghasilannya akan berkurang atau mungkin juga terhenti. (Rufus, 2016:1-2)

Berdasarkan UU No.3 /1992 pasal 17, Kepesertaan Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) sifatnya adalah wajib dan satu paket dengan Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Kematian (JK) dan di era BPJS Ketenagakerjaan dilengkapi dengan Jaminan Pensiun (JP) amanat UU No.24 Tahun 2011 Pasal 6 ayat 2, sedangkan Jaminan Kesehatan (JK) dikelola oleh BPJS Ketenagakerjaan. Berdasarkan Peraturan Menteri Tenaga Kerja (PER MENAKER) No. 3/Men/1994, Pasal I ayat 7 "Kecelakaan kerja adalah kecelakaan yang terjadi berhubungan dengan hubungan kerja, termasuk penyakit yang timbul karena hubungan kerja, demikian pula kecelakaan yang terjadi dalam perjalanan berangkat dari rumah menuju tempat kerja, dan pulang ke rumah melalui jalan yang biasa atau wajar dilalui".

(<http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/Blog-Competition.html>)

BPJS Ketenagakerjaan sebelumnya bernama Jaminan Sosial Tenaga Kerja (JAMSOSTEK) yang memberikan program asuransi sosial yang memberi perlindungan bagi pekerja di perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia seperti asuransi kesehatan. Tapi sekarang sejak Jamsostek berubah nama menjadi BPJS Ketenagakerjaan, pekerja di luar perusahaan atau pekerja mandiri pun juga sudah boleh mendaftarkan diri pada asuransi BPJS Ketenagakerjaan.

BPJS Ketenagakerjaan memang sejak bulan Mei 2015 silam telah memperkenalkan kepesertaan Bukan Penerima Upah. Dengan program baru tersebut masyarakat yang tergolong bukan penerima upah atau yang tidak mendapat gaji secara tetap (pekerja mandiri) bisa mendapatkan jaminan dari BPJS Ketenagakerjaan dan fasilitasnya sama dengan para pekerja di sektor formal.

Dibukanya kepesertaan Bukan Penerima Upah ini sendiri memiliki latar belakang yang dijelaskan pihak BPJS Ketenagakerjaan yaitu karena animo masyarakat yang dikategorikan sebagai pekerja mandiri ini yang sangat minim. Lebih lanjut, menurut pihak BPJS pekerja mandiri ini memang sudah layak masuk peserta BPJS Ketenagakerjaan karena sudah bisa dianggap sebagai pencari nafkah. Malah seharusnya menurut pihak BPJS Ketenagakerjaan para pekerja informal ini yang seharusnya mendapatkan layanan BPJS Ketenagakerjaan, namun sayangnya animo atau ketertarikannya masih sangat kurang.

Dalam proses pembayaran iuran untuk para peserta Bukan Penerima Upah BPJS Ketenagakerjaan, peserta harus membayarnya secara mandiri, kecuali peserta memang pekerja dari perusahaan yang iurannya akan dipotong dari gaji pekerja yang bersangkutan, ditambah iuran dari perusahaan tempat bekerja.

Peserta tidak bekerja pada sebuah perusahaan dan bekerja secara mandiri, maka peserta memang mau tidak mau harus membayar iuran ini secara mandiri. Berikut ini besarnya iuran Program TK-LHK (Tenaga Kerja di Luar Hubungan Kerja) dan manfaat yang bisa diambil :

1. Program Jaminan Hari Tua (JHT)

JHT atau Jaminan Hari Tua merupakan program yang akan membuat pekerja akan mendapatkan jaminan di hari tua mereka dari saldo tabungan yang dimilikinya di BPJS Ketenagakerjaan. Uniknya menabung dalam program Jaminan Hari Tua (JHT) di BPJS Ketenagakerjaan ini memiliki bunga yang lebih besar dibanding menabung di bank. Untuk program ini peserta perlu menyetor iuran Rp. 40.000 setiap bulannya. Saldo dari Jaminan Hari Tua (JHT) ini bisa dicairkan pada saat peserta sudah tidak bekerja lagi.

2. Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK)

Dengan program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), peserta BPJS akan mendapatkan jaminan ketika mengalami kecelakaan kerja dengan mendapat santunan sebesar Rp. 96.000.000. Meskipun peserta baru saja mendaftar beberapa hari, namun saat peserta mengalami musibah kecelakaan kerja, maka peserta akan tetap mendapat santunan sebesar Rp. 96.000.000 itu tadi. Namun JKK ini tidak bisa dicairkan seperti JHT. Untuk ikut program ini, peserta hanya perlu membayar iuran perbulannya sebesar Rp. 20.000.

3. Program Jaminan Kematian (JKM)

Sama seperti program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) di atas, dengan mengikuti program Jaminan Kematian (JKM) peserta akan mendapat santunan kematian sebesar Rp. 21.000.000. Iuran Jaminan Kematian (JKM) perbulannya sendiri sangat terjangkau yaitu sebesar Rp. 6.000.

(<https://www.cermati.com/artikel/program-bpjs-ketenagakerjaan-untuk-pekerja-lepas>)

Alasan utama yang melandasi mengapa jaminan sosial perlu diberikan kepada setiap pekerja atau buruh adalah karena selain jaminan sosial dapat melindungi pekerja atau buruh dari resiko-resiko yang tidak terduga, juga karena jaminan sosial secara ekonomi maupun sosial tidak merugikan, baik kepada penyelenggaraan maupun penerima pelayanan. Jaminan sosial bukanlah pengeluaran publik yang sia-sia melainkan sebuah bentuk investasi sosial yang menguntungkan dalam jangka panjang. Jaminan sosial merupakan hak asasi setiap warga negara sebagaimana tercantum dalam UUD 1945 Pasal 27 ayat 2 yang menyatakan bahwa “Tiap – tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”.

Bagi tenaga kerja apa yang dinamakan program jaminan sosial sangatlah dibutuhkan untuk menjamin keselamatan para tenaga kerja serta meningkatkan produktivitas kerja, karena bisa dibayangkan apabila tenaga kerja yang bekerja tanpa adanya suatu jaminan sosial di luar upah yang selama ini mereka dapatkan, maka secara tidak langsung berpengaruh terhadap semakin melemahnya kinerja dan perlindungan bagi tenaga kerja. Maka dari itu, memperbaiki dan

meningkatkan jaminan sosial tenaga kerja merupakan bagian terpenting dari salah satu usaha pemerintah dan masyarakat, disamping upah serta syarat kerja yang manusiawi, karenanya usaha untuk memperoleh jaminan sosial tenaga kerja sering tidak dapat dilepaskan dari usaha perbaikan upah. Perlindungan terhadap tenaga kerja dimaksudkan untuk menjamin hak-hak dasar tenaga kerja dan menjamin kesempatan serta perlakuan tanpa diskriminasi atas dasar apapun untuk mewujudkan kesejahteraan tenaga kerja dan keluarganya dengan tetap memperhatikan perkembangan dunia usaha.

Seperti contoh berikut : Seorang karyawan di sebuah perusahaan meninggal dunia di jalan raya karena mengalami kecelakaan lalu lintas ketika pulang menuju kerumah selepas selesai kerja shift malam. Ada cerita yang menarik dibalik tragedi ini. Awalnya pihak keluarga korban bersikeras menolak ketika diberi informasi bahwa, kecelakaan yang dialami karyawan tersebut bisa diajukan klaimnya ke BPJS Ketenagakerjaan sebagai kecelakaan kerja. Usut - punya usut, ternyata pihak keluarga mengira bahwa pihak perusahaan ingin "merekayasa" kecelakaan lalu lintas yang dialami karyawan tersebut menjadi kecelakaan kerja karena hubungan kerja atau saat sedang menjalani aktifitas pekerjaan di dalam pabrik. Tapi setelah dijelaskan bahwa kecelakaan lalulintas yang dialami karyawan itu termasuk kecelakaan kerja, seperti yang dijelaskan PER MENAKER No. 3/Men/1994, Pasal I ayat 7, pihak keluarga memahami dan akhirnya mengizinkan sekaligus meminta pendampingan untuk mengurus semuanya di kantor BPJS Ketenagakerjaan. Alhamdulillah, setelah semua beres pihak keluarga tidak lupa mengungkapkan rasa syukur dan ucapan terima kasih kepada Allah SWT, melalui BPJS Ketenagakerjaan.

(<http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/Blog-Competition.html>)

Sebenarnya, masih banyak cerita kecelakaan kerja lain yang sangat relevan untuk menambah wawasan kita semua, terutama dalam hubungannya dengan BPJS Ketenagakerjaan. Tapi kisah nyata di atas kiranya sudah cukup untuk memberi gambaran kepada kita semua betapa pentingnya keberadaan BPJS Ketenagakerjaan.

Upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan sistem jaminan sosial agar dapat dirasakan seluruh elemen masyarakat di Indonesia diawali dengan lahirnya Undang-Undang No.40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN). Adapun UU No.40 Tahun 2004 berisi : a.bahwa setiap orang berhak atas jaminan sosial untuk dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup yang layak dan meningkatkan martabatnya menuju terwujudnya masyarakat Indonesia yang sejahtera, adil dan makmur; b.bahwa untuk memberikan jaminan sosial yang menyeluruh, negara mengembangkan Sistem Jaminan Sosial Nasional bagi seluruh rakyat Indonesia; c.bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam penjelasan a dan b, perlu membentuk Undang-undang tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional. Untuk melaksanakan UU No.40 Tahun 2004, DPR RI mengesahkan UU No.24 Tahun 2011 Tentang Penyelenggara Jaminan Sosial. Dengan UU No.24 Tahun 2011, maka dibentuk BPJS Ketenagakerjaan sebagai salah satu penyelenggaraan jaminan sosial.

(<http://www.jamsosindonesia.com/sjsn/transformasi>)

BPJS Ketenagakerjaan menyelenggarakan empat program, yaitu jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua, jaminan pensiun dan jaminan kematian.

- a. Jaminan Hari Tua, merupakan tabungan yang didapat dari iuran yang dikeluarkan perusahaan dan karyawan untuk bekal karyawan itu sendiri di masa depan. Sedangkan, jaminan pensiun adalah pendapatan bulanan untuk memenuhi kebutuhan hidup ketika memasuki hari tua. Ini artinya Jaminan Hari Tua sama dengan dana darurat atau tabungan yang bisa kita ambil sewaktu - waktu sedangkan Jaminan Pensiun seperti uang bulanan yang akan kita terima saat tidak bekerja lagi dan digunakan sebagai kebutuhan sehari - hari.
- b. Jaminan Kecelakaan Kerja, merupakan perlindungan atas risiko - risiko kecelakaan yang terjadi dalam hubungan kerja, termasuk kecelakaan yang terjadi dalam perjalanan dari rumah menuju tempat kerja atau sebaliknya dan penyakit yang disebabkan oleh lingkungan kerja.
- c. Jaminan Kematian, merupakan perlindungan atas resiko kematian, bukan akibat kecelakaan kerja berupa santunan kematian.
- d. Jaminan Pensiun, merupakan jaminan sosial yang bertujuan untuk mempertahankan derajat kehidupan yang layak bagi peserta dan/atau ahli warisnya dengan memberikan penghasilan setelah peserta memasuki usia pensiun, mengalami cacat total tetap, atau meninggal dunia.

Dengan dibentuknya BPJS Ketenagakerjaan tersebut jangkauan kepesertaan program jaminan sosial akan diperlukan secara bertahap, serta diharapkan kesejahteraan akan meningkat secara merata di seluruh Indonesia. (<http://www.jamsosindonesia.com/cetak/printout/268>)

Menyadari akan pentingnya pemahaman tentang manfaat yang diperoleh ketika mengikuti program BPJS Ketenagakerjaan, BPJS Ketenagakerjaan Cabang

Medan Kota melakukan sosialisasi kepada pekerja *informal* berada di Kota Medan, yang menjadi wilayah cakupan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota. Hingga kini, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota terus berupaya menyosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah kepada pekerja *informal* (pekerja lepas). Untuk itu, dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota menggunakan sebuah strategi komunikasi, agar pekerja *informal* ikut mendaftarkan dirinya di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota khususnya kepesertaan Bukan Penerima Upah. Untuk mencapai strategi tersebut, kita harus memahami bahwa strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah menjelaskan tentang strategi komunikasi BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah dan apa saja hambatan yang dihadapi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis menarik beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemilihan komunikator BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah?
2. Bagaimana strategi penyajian dan penyusunan pesan BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah?

3. Bagaimana strategi perencanaan dan pemilihan media BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah?
4. Bagaimana strategi pemilihan dan pengenalan khalayak BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah?
5. Apa hambatan yang dihadapi BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah?

D. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota dalam mensosialisasikan kepesertaan BPU.
- b. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota dalam mensosialisasikan kepesertaan BPU.

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penelitian khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak terkait dan membuat kebijakan untuk meningkatkan kualitas proses komunikasi dalam mensosialisasikan program yang ada di BPJS Ketenagakerjaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2001) komunikasi adalah suatu proses penyimpanan informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak yang lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara verbal yang dimengerti oleh kedua belah pihak. (Ngalimun, 2016:19)

Secara garis besar komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, pikiran, perasaan, keahlian dari komunikator kepada komunikan, untuk mempengaruhi fikiran komunikan dan mendapatkan tanggapan baik sebagai *feedback* bagi komunikator. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Laswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society*. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Laswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan yaitu :

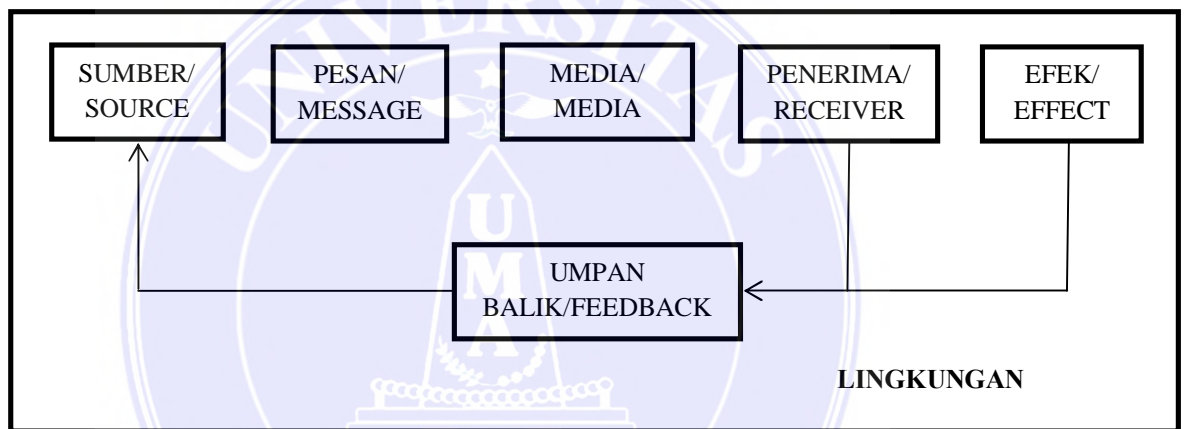
1. *Who* (sumber siapa)
2. *Says what* (pesan : mengatakan apa)
3. *In which channel* (saluran komunikasi : pada saluran yang mana)
4. *To whom* (penerima : kepada siapa)
5. *With what effect* (pengaruh : dengan dampak apa)

Jadi, berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Suciati, 2017:42)

B. Unsur – unsur Komunikasi

Jika proses komunikasi yang dimaksud dalam definisi di atas dilukiskan dalam gambar, maka proses tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 2.2
Unsur-unsur Komunikasi



- a. Sumber
Adalah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut komunikator atau pengirim.
- b. Pesan
Pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima.
- c. Media
Adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media bisa berupa surat kabar, radio, televisi, internet, dan media alternatif lainnya seperti; poster, brosur, buku, spanduk, stiker, dan sebagainya.
- d. Penerima
Adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima, antara lain khalayak, sasaran, target, komunikan.
- e. Efek
Adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Efek ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang, karena pengaruh juga

bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

f. Umpan Balik

Adalah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber.

g. Lingkungan

Adalah situasi yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim, karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi itu tidak bisa diterima, misalnya tempatnya jauh di daerah pegunungan, lingkungan sosial budaya masyarakat, lingkungan psikologis masyarakat yang masih trauma akibat bencana yang menimpanya, dan sebagainya. (Cangara, 2013:34-35)

C. Dimensi Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya dapat dilihat dari berbagai dimensi, yakni :

1. Komunikasi sebagai proses

Jika komunikasi dipandang sebagai proses, maka komunikasi yang dimaksud adalah suatu kegiatan yang berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefinisikan sebagai proses, berarti ada di titik awal dimana suatu kegiatan dimulai dan bergerak ke titik akhir yang menjadi tujuan yang ingin dicapai.

2. Komunikasi sebagai simbolik

Artinya pesan yang disampaikan pengirim kepada penerima dinyatakan dalam bentuk verbal yang tertulis atau lisan, dan juga dalam bentuk tanda-tanda atau isyarat non-verbal. Proses pemberian makna terhadap simbol-simbol

maupun non-verbal dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain budaya dan pengalaman yang tumbuh dan berkembang dalam kelompok masyarakat.

3. Komunikasi sebagai interaksional

Komunikasi antarmanusia tidak pernah terjadi tanpa melibatkan orang lain. Oleh karena itu, dalam proses komunikasi akan terjadi aksi dan interaksi diantara pelaku-pelaku komunikasi. Menurut Miller (2005), aksi dan interaksi disini menuntut reaksi balik dari penerima informasi kepada pemberi informasi. Demikian pula sebaliknya dari pemberi informasi kepada penerima informasi.

4. Komunikasi sebagai aktivitas sosial

Sudah menjadi sifat manusia selalu berusaha untuk berhubungan dengan sesama manusia. Upaya ini dilakukan untuk menghilangkan keterasingan mereka, juga keinginan untuk mengetahui apa yang terjadi di luar dirinya (*communication is human*). Hubungan antara sesama manusia, apakah itu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya atau untuk aktualisasi dirinya, hanya dapat dipenuhi melalui komunikasi. Komunikasi menjadi jembatan dalam menghubungkan antara kepentingan diri manusia sebagai individu dengan masyarakat di sekelilingnya.

5. Komunikasi sebagai sistem

Sistem senantiasa memerlukan sifat-sifat yakni menyeluruh, saling bergantung, berurutan, mengontrol dirinya, seimbang, terarah, adaptif, dan memiliki tujuan. Karena itu sistem bergerak secara aktif, dinamis, dan tidak statis. Jika komunikasi dikaitkan dengan sistem, maka hal itu tercermin dari unsur-unsur atau elemen yang mendukungnya, di mana sumber, pesan, media, penerima, efek, dan umpan balik saling mengikat dan berurutan. Artinya pesan ada karena ada sumber, media ada karena

adanya pesan, dan penerima ada karena adanya pengirim, dan adanya efek serta umpan balik karena adanya penerima, dan seterusnya. Hubungan yang terjadi diantara semua komponen atau unsur tersebut menunjukkan suatu keteraturan, dan tidak boleh saling mendahului satu sama lain.

6. Komunikasi sebagai multidimensional

Artinya semua elemen yang membangunnya saling pengaruh mempengaruhi satu sama lain. Artinya komunikator tidak hanya mempengaruhi pesan tetapi juga bisa mempengaruhi media dan penerima. Sebaliknya media juga bisa mempengaruhi bentuk pesan, dan penerima mempengaruhi komunikator. (Cangara, 2013:35-37)

D. Hambatan – hambatan dalam Komunikasi

1. Hambatan dari Proses Komunikasi

- a. Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas untuk dirinya atau pengirim pesan, hal ini dapat dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional.
- b. Hambatan dalam penyandian/symbol, penyebabnya karena bahasa yang digunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, symbol yang dipergunakan antara pengirim dan penerima tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.
- c. Hambatan media, adalah hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio dan aliran listrik sehingga tidak dapat mendengarkan pesan dengan baik.
- d. Hambatan dalam bahasa sandi. Hambatan terjadi dalam menafsirkan sandi oleh penerima.

- e. Hambatan dari penerima pesan, misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima/mendengarkan pesan, sikap prasangka tanggapan yang keliru dan tidak mencari informasi lebih lanjut.
- f. Hambatan dalam memberikan umpan balik. Umpan balik yang diberikan tidak menggambarkan apa adanya, akan tetapi memberikan interpretatif, tidak tepat waktu atau tidak jelas dan sebagainya.

2. Hambatan Fisik

Hambatan fisik dapat mengganggu komunikasi yang efektif, cuaca gangguan alat komunikasi, dan lain-lain, misalnya; gangguan kesehatan, gangguan alat komunikasi dan sebagainya.

3. Hambatan Semantik

Kata-kata yang dipergunakan dalam komunikasi kadang-kadang mempunyai arti yang berbeda, tidak jelas atau berbelit-belit antara pemberi pesan dan penerima.

4. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis dan sosial kadang-kadang mengganggu komunikasi, misalnya; perbedaan nilai-nilai serta harapan yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan. (Feriyanto&Triana, 2015:30-31)

E. Fungsi dan Kegunaan Komunikasi

Secara klasik fungsi komunikasi ditujukan untuk :

1. Memberi informasi,
2. Menghibur,
3. Mendidik, dan
4. Membentuk opini publik.

Komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Komunikasi diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, apakah itu seorang pengusaha, dokter, guru, karyawan, atau polisi. Melalui komunikasi yang dilakukan dengan baik dan santun akan memberi pengaruh langsung terhadap diri seseorang dalam bermasyarakat. Sehingga dapat disimpulkan, keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mencapai sesuatu yang diinginkan, termasuk karier dan rezeki seseorang banyak tergantung pada kemampuannya berkomunikasi. (Cangara, 2013:39-40)

F. Perencanaan Komunikasi

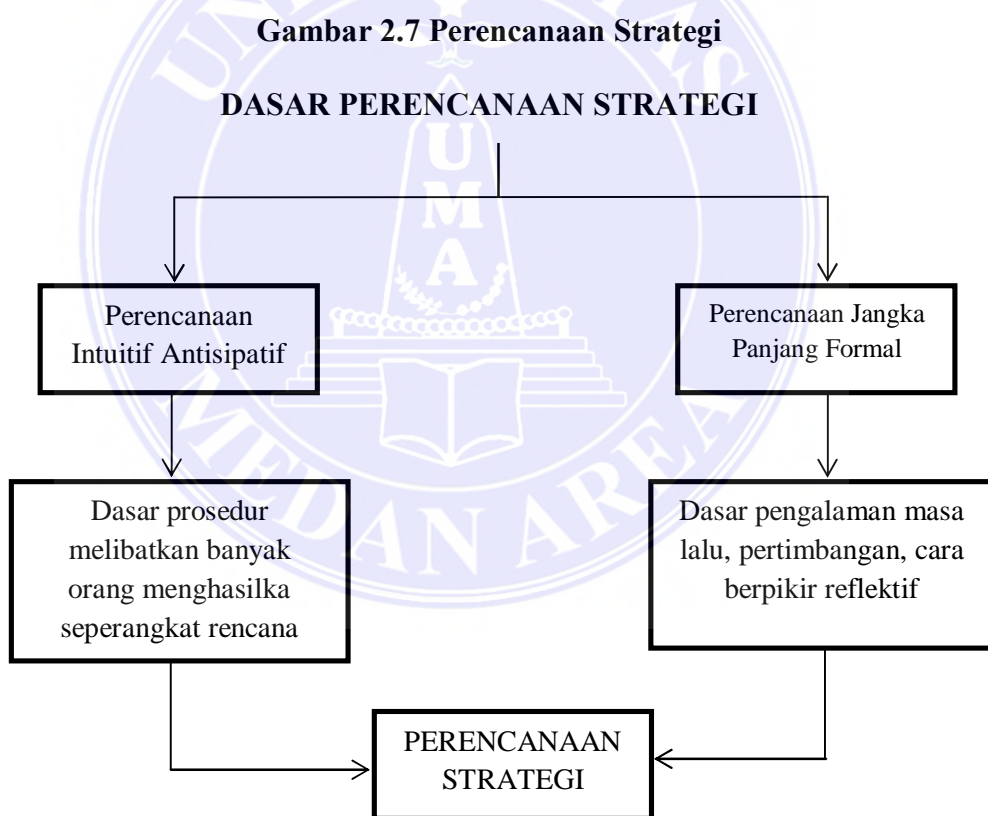
Sebuah proses komunikasi yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan, oleh karena itu perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari sisi fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, apakah itu untuk pencitraan, pemasaran, penyebarluasan gagasan, kerja sama, atau pembangunan infrastruktur komunikasi. (Cangara, 2013:41)

Perencanaan komunikasi sudah banyak dipraktikkan dalam studi-studi kehumasan, promosi, pemasaran dan penyuluhan. Misalnya dalam studi kehumasan diajarkan langkah-langkah operasional *public relations* dalam penanganan keluhan masyarakat. Demikian juga dalam studi promosi, pemasaran, dan penyuluhan materi kuliah perencanaan komunikasi juga diajarkan untuk mengetahui target sasaran, karakteristik pesan yang akan dibuat, dan tipe media yang akan dipilih. (Cangara, 2013:44)

G. Tipe Perencanaan Komunikasi

Pada dasarnya perencanaan komunikasi strategi mengacu pada undang-undang, peraturan pemerintah, maupun nilai-nilai dan budaya yang terdapat dalam masyarakat atau organisasi yang dijabarkan dalam bentuk visi, misi, dan tujuan yang ingin dicapai oleh suatu negara, perusahaan atau organisasi, oleh sebab itu perencanaan komunikasi strategi dapat digolongkan sebagai perencanaan komunikasi jangka panjang dalam tataran kebijakan nasional.

Secara visual, perencanaan strategi yang dimaksud dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/03/perencanaan-strategik/>

Karakteristik Perencanaan Strategi :

1. Keputusan yang diambil berkaitan dengan situasi masa depan.
2. Merupakan kegiatan manajemen puncak (*top management*) yang berlangsung terus – menerus.

3. Hasil proses pemikiran atau latihan intelektual yang diangkat dari nilai – nilai, budaya, prosedur, struktur, dan teknis yang dianut dalam lembaga tersebut.
4. Berpikir positif dan inspiratif.
5. Memperhatikan rangkaian konsekuensi sebab akibat sepanjang waktu.
6. Mengidentifikasi secara sistematis tentang peluang dan ancaman di masa yang akan datang.
7. Memperhatikan rangkaian tindakan alternatif yang terbuka di masa yang akan datang.
8. Mempertemukan dengan tujuan organisasi dan juga tujuan masyarakat.
9. Menjadi penuntun dalam bertindak.
10. Merupakan proses penentuan visi, misi, tujuan, sasaran, dan strategi pencapaian. (Cangara, 2013:48-49)

H. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi merupakan sebuah proses sosial yang terjadi antara paling sedikit dua orang dimana seseorang mengirimkan sejumlah simbol tertentu kepada orang lain (Kennedy dan Soemanagara, 2006:4). Sedangkan menurut Kotler (2004:5) pengertian pemasaran adalah proses pemberian kepuasan kepada konsumen untuk mendapatkan laba. Dari kedua defenisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dan pelanggan dengan menggunakan sejumlah media dan berbagai saluran yang dapat dipergunakan dengan harapan terjadinya tiga tahap perubahan, yaitu: perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan tindakan yang dikehendaki.

I. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Smith (2005:3) adalah kegiatan atau kampanye komunikasi yang sifatnya informasional maupun persuasif untuk membangun pemahaman dan dukungan terhadap suatu ide, gagasan, atau kasus, produk maupun jasa yang terencana yang dilakukan oleh suatu organisasi baik

yang berorientasi laba maupun nirlaba, memiliki tujuan, rencana, dan berbagai alternatif berdasarkan riset dan memiliki evaluasi.

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, 2003:32)

Untuk bisa berhasilnya suatu strategi, sebaiknya kita pahami dulu komponen-komponen dalam strategi komunikasi, karena semua komponen itu merupakan implementasi cara untuk membentuk strategi komunikasi termasuk dalam melakukan kegiatan penyebaran informasi. Harold D. Laswell dalam Hafied Cangara (2006:47), menjelaskan komponen-komponen strategi komunikasi, antara lain :

1. Strategi pemilihan komunikator

Strategi pemilihan komunikator ini tentunya harus memenuhi kriteria dan standar-standar tertentu bagi seorang komunikator, diantaranya :

- a. Standarisasi kredibilitas komunikator

Menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan. Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang diterima dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan. Kepercayaan bagi komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang tugas pekerjaannya dan dapat tidaknya ia dipercaya. Kredibilitas komunikator terbentuk oleh keahlian komunikator dalam menguasai informasi mengenai objek yang dimaksud dan memiliki

kepercayaan terhadap derajat kebenaran informasi yang ia sampaikan.
(Azwar, 2011:76)

b. Standarisasi daya tarik komunikator

Salah satu komponen pelengkap dalam pembentukan kredibilitas sumber. Apabila sumber merupakan individu yang tidak menarik atau tidak disukai, persuasif biasanya tidak efektif, terkadang efek persuasif yang disampaikan komunikator yang tidak menarik bahkan dapat mengubah ke arah berlawanan yang dikehendaki. (Azwar, 2011:76)

Alasan penentuan kriteria dan standar tersebut adalah guna memperoleh hasil terbaik dalam proses komunikasi efektif. Sebagaimana diketahui bahwa komunikator menjalankan peranan yang paling penting akan sukses tidaknya jalannya proses komunikasi. Seorang komunikator harus memiliki latar belakang yang sesuai ruang lingkup yang dia hadapi, begitu juga dengan kredibilitasnya yang harus tinggi untuk menjadi komunikator yang baik. Komunikator juga harus memiliki daya tarik tersendiri dalam dirinya yang berguna untuk menarik perhatian lebih dari komunikan.

2. Strategi penyajian dan penyusunan pesan

Dalam aktivitas komunikasi, pesan merupakan hal yang penting juga. Tanpa pesan, seorang komunikator tidak mampu menjadi seorang komunikator, karena tidak ada yang disampaikan. Pesan adalah sesuatu yang akan disampaikan oleh komunikator, maka dari itu pesan yang baik harus direncanakan sebaik mungkin dan juga bagaimana pesan tersebut nanti disajikan, agar komunikan sanggup menerima pesan yang kita maksud. Ada beberapa strategi penyusunan dan penyajian pesan, yaitu :

a. Struktur Pesan

Susunan pokok-pokok gagasan yang menyatu menjadi satu kesatuan pesan yang utuh. Untuk merancang struktur pesan harus memperhatikan sikap khalayak sasaran terhadap pesan dan tujuan komunikator. (Rakhmat, 2007:294)

b. Imbauan pesan

Bila pesan yang dimaksud untuk mempengaruhi orang lain, maka harus menyentuh motif yang mengarahkan perilaku komunikan. (Rakhmat, 2007:294)

3. Strategi pemilihan dan perencanaan media

Secara garis besar media terdiri dari 3 macam, yaitu :

a. *The spoken words* (yang berbentuk kata-kata)

Yaitu alat yang dapat mengeluarkan bunyi, karena hanya dapat ditangkap oleh telinga, seperti radio, telepon, dan sejenisnya.

b. *The printed writing* (yang berbentuk tulisan)

Yaitu barang-barang yang tercetak, seperti majalah, buku, surat kabar, novel, dan sebagainya.

c. *The audiovisual media* (yang berbentuk gambar hidup)

Yaitu merupakan gabungan dari *the spoken words* dan *the printed writing*, seperti film, televisi, dan sebagainya. (Aziz, 2014:75-138)

Diantara ketiga jenis tersebut tidak ditegaskan mana yang terbaik, karena setiap jenis memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Sama halnya dalam penyusunan pesan, dalam hal pemilihan media yang digunakan pun kita

harus efektif, dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak dengan memperhitungkan situasi sosial psikologis.

4. Strategi pemilihan dan pengenalan khalayak

Sebelum kita melakukan atau melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa yang menjadi sasaran komunikasi kita. Faktor yang harus diperhatikan dalam mengenali khalayak, yaitu :

a. Faktor kerangka referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang berbeda dengan orang lain. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan sebagainya.

b. Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksud dengan situasi di sini adalah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang disampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan.

Yang dimaksud dengan kondisi di sini adalah *state of personality* komunikasi, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit, atau lapar. (Effendy, 2005:32-35)

J. Faktor Pendukung Komunikasi

Dalam menyusun strategi komunikasi harus memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Berikut ini sebagian komponen komunikasi dan faktor pendukung serta penghambat pada setiap komponen tersebut: (Effendy, 2003:35)

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

Empat faktor penting yang harus diperhatikan menyusun strategi komunikasi :

1. Mengenal khalayak. Khalayak itu aktif sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.
2. Menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Awal efektivitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.
3. 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, kursif. Metode *redundancy* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Metode

canalizing yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan disampaikan, kemudian secara perlahan-perlahan 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 sebagainya. Metode persuasif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya. Metode edukatif, memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur, dan berencana, dengan tujuan merubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan. Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan, dianifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidasi dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan teguh.

4. Pemilihan media komunikasi. Kita 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 media mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat.

(<http://www.komunikasipraktis.com/2015/10/strategi-komunikasi-pengertian-dan.html>)

K. BPJS Ketenagakerjaan

Penyelenggara program jaminan sosial merupakan salah satu tanggung jawab dan kewajiban negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi

kepada masyarakat. Sesuai dengan kondisi kemampuan keuangan negara. Indonesia seperti halnya negara berkembang lainnya, mengembangkan program jaminan sosial yang berdasarkan *funded social security*, yaitu jaminan sosial yang didanai oleh peserta dan masih terbatas pada masyarakat pekerja disektor formal.

BPJS Ketenagakerjaan merupakan hasil transformasi dari Jamsostek. Sebelum menjadi BPJS Ketenagakerjaan, PT Jamsostek mengalami proses yang panjang, dimulai dari UU No.33/1947 dan UU No.2/1951 tentang kecelakaan kerja, Peraturan Menteri Perburuhan (PMP) No.48/1952 dan PMP No.8/1956 tentang pengaturan bantuan untuk usaha penyelenggaraan kesehatan buruh, PMP No.15/1957 tentang pembentukan Yayasan Sosial Buruh, PMP No.5/1964 tentang pembentukan Yayasan Dana Jaminan Sosial (YDJS), diberlakukannya UU No.14/1969 tentang Pokok-pokok Tenaga Kerja. Secara kronologis proses lahirnya asuransi tenaga kerja semakin transparan.

Setelah mengalami kemajuan dan perkembangan, baik menyangkut landasan hukum, bentuk perlindungan maupun cara penyelenggaraan, pada tahun 1977 diperoleh suatu tonggak sejarah penting dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) No. 33 tahun 1977 tentang pelaksanaan program Asuransi Sosial Tenaga Kerja (ASTEK), yang mewajibkan setiap pemberi kerja/pengusaha swasta dan Badan Usaha Milik Negaar (BUMN) untuk mengikuti program Asuransi Sosial Tenaga Kerja (ASTEK). Terbit pula PP No.34/1977 tentang pembentukan wadah penyelenggara Asuransi Sosial Tenaga Kerja (ASTEK) yaitu Perum Asuransi Sosial Tenaga Kerja (ASTEK).

Tonggak penting berikutnya adalah lahirnya UU No.3 tahun 1992 tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja (JAMSOSTEK), dan melalui Peraturan Pemerintah

(PP) No. 36/1995 ditetapkannya PT. Jamsostek sebagai badan penyelenggara Jaminan Sosial Tenaga Kerja. Program Jamsostek memberikan perlindungan dasar untuk memenuhi kebutuhan minimal bagi tenaga kerja dan keluarganya, dengan memberikan kepastian berlangsungnya arus penerimaan penghasilan keluarga sebagai pengganti sebagian atau seluruhnya penghasilan yang hilang, akibat risiko sosial.

Selanjutnya pada akhir tahun 2004, Pemerintah juga menerbitkan UU Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional. Undang-undang itu berhubungan dengan Amandemen UUD 1945 tentang perubahan pasal 34 ayat 2, yang kini berbunyi: “Negara mengembangkan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan”. Manfaat perlindungan tersebut dapat memberikan rasa aman kepada pekerja sehingga dapat lebih berkonsentrasi dalam meningkatkan motivasi maupun produktivitas kerja.

Kiprah Perusahaan PT Jamsostek (Persero) yang mengedepankan kepentingan dan hak normatif Tenaga Kerja di Indonesia dengan memberikan perlindungan 4 (empat) program, yang mencakup program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JKM), Jaminan Hari Tua (JHT), dan Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK) bagi seluruh tenaga kerja dan keluarganya terus berlanjutnya hingga berlakunya UU Nomor 24 Tahun 2011. Tahun 2011, ditetapkanlah UU Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. Sesuai dengan amanat undang-undang, tanggal 1 Januari 2014 PT. Jamsostek akan berubah menjadi Badan Hukum Publik. PT. Jamsostek (Persero) yang bertransformasi menjadi BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial)

Ketenagakerjaan tetap diperaya untuk menyelenggarakan program jaminan sosial tenaga kerja, yang meliputi JKK, JKM, JHT, dengan penambahan Jaminan Pensiun (JP) yang telah beroperasi pada tanggal 1 Juli 2015.

Menyadari besar dan mulianya tanggung jawab tersebut, BPJS Ketenagakerjaan pun terus meningkatkan kompetensi diseluruh bagian pelayanan sambil mengembangkan berbagai program dan manfaat yang langsung dapat dinikmati oleh pekerja dan keluarganya.

Kini dengan sistem penyelenggaraan yang semakin maju, program BPJS Ketenagakerjaan tidak hanya memberikan manfaat kepada pekerja dan pengusaha saja, tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi bangsa dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

a. Visi dan Misi

Visi

Menjadi BPJS berkelas dunia, terpercaya, bersahabat dan unggul dalam Operasional dan Pelayanan.

Misi

Sebagai badan penyelenggara jaminan sosial tenaga kerja yang memenuhi perlindungan dasar bagi tenaga kerja serta menjadi mitra terpercaya bagi :

1. Tenaga Kerja : Memberikan perlindungan yang layak bagi tenaga kerja dan keluarga
2. Pengusaha : Menjadi mitra terpercaya untuk memberikan perlindungan kepada tenaga kerja dan meningkatkan produktivitas
3. Negara : Berperan serta dalam pembangunan

b. Filosofi Ketenagakerjaan

BPJS Ketenagakerjaan dilandasi filosofi kemandirian dan harga diri untuk mengatasi risiko sosial ekonomi. Kemandirian berarti tidak tergantung orang lain dalam membiayai perawatan pada waktu sakit, kehidupan di hari tua maupun keluarganya apabila meninggal dunia. Harga diri berarti jaminan tersebut diperoleh sebagai hak dan bukan dari belas kasihan orang lain. Agar pembiayaan dan manfaatnya optimal, pelaksanaan program BPJS Ketenagakerjaan dilakukan secara gotong royong, dimana yang muda membantu yang tua, yang sehat membantu yang sakit dan yang berpenghasilan tinggi membantu yang berpenghasilan rendah.

c. Motto Perusahaan

“Menjadi Jembatan Menuju Kesejahteraan Pekerja”.

d. Nilai – Nilai Perusahaan disebut dengan IPTIK

1. Iman : Taqwa, berpikir positif, tanggung jawab, pelayanan tulus ikhlas
2. Professional : Berprestasi, bermental unggul, proaktif, dan bersikap positif terhadap perubahan dan pembaharuan
3. Teladan : Berpandangan jauh ke depan, penghargaan dan pembimbingan (*reward & encouragement*)
4. Integritas : Berani, komitmen, keterbukaan
5. Kerjasama : Kebersamaan, menghargai pendapat, menghargai orang lain.

e. Etika Kerja Perusahaan disebut dengan TOPAS

1. *Teamwork* : Memiliki kemampuan dalam membangun kerjasama dengan orang lain atau dengan kelompok untuk mencapai tujuan perusahaan.
2. *Open Mind* : Memiliki kemampuan untuk membuka pikiran dan menerima gagasan – gagasan baru yang lebih baik.
3. *Passion* : Bersemangat dan antusias dalam melaksanakan pekerjaan.
4. *Action* : Segera melaksanakan rencana/pekerjaan/tugas yang telah disepakati dan ditetapkan bersama.
5. *Sense* : Rasa memiliki, kepedulian, ikut bertanggung jawab dan memiliki inisiatif yang tinggi untuk memecahkan masalah perusahaan.

f. Gambar 2.11 Makna Logo Perusahaan



1) Arti warna lambang BPJS Ketenagakerjaan

a. Hijau

(1) Warna hijau melambangkan kesejahteraan

(2) Warna hijau diharapkan dapat mempresentasikan nilai – nilai pertumbuhan, harmoni, kesegaran, stabilitas dan keamanan.

b. Putih

- (1) Warna putih melambangkan integritas
- (2) Warna putih diharapkan dapat mempresentasikan kemurnian, kebersihan dan kesempurnaan sebagai symbol kebaikan.

c. Kuning

- (1) Warna kuning melambangkan optimism
- (2) Warna kuning diharapkan dapat mempresentasikan optimis, pencerahan dan kebahagiaan serta memberi harapan akan masa depan yang lebih baik.

d. Biru

- (1) Warna biru melambangkan keberlanjutan
- (2) Warna biru diharapkan dapat mempresentasikan kepercayaan, kesetiaan, kebijaksanaan, kepercayaan diri, keahlian dan ketahanan jangka panjang.

2) Arti bentuk lambang

Selain dari sisi warna, perbedaan lain pada logo BPJS Ketenagakerjaan adalah pada tipologi huruf “J” yang membelah lingkaran dan dibuat makin membesar dari bawah ke atas. Ini melambangkan cita-cita BPJS Ketenagakerjaan yang terus bergerak naik dan semakin memberikan banyak manfaat bagi pekerja.

Selain itu, huruf “J” yang dibuat melebihi diameter lingkaran melambgan sebagai puncak pencapaian yaitu *universal coverage* bagi kesejahteraan seluruh tenaga kerja di Indonesia. (Yandayani, 2016:37-45)

L. Kepesertaan Bukan Penerima Upah

Pekerja Bukan Penerima Upah adalah pekerja yang melakukan kegiatan atau usaha ekonomi secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari kegiatan atau usahanya tersebut yang meliputi : Pemberi Kerja; Pekerja di luar hubungan

kerja atau Pekerja mandiri dan Pekerja yang tidak termasuk pekerja di luar hubungan kerja yang bukan menerima Upah, contoh Tukang Ojek, Supir Angkot, Pedagang Keliling, Dokter, Pengacara/Advokat, Artis, dan lain-lain.

Jenis program dan manfaat :

1. Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), terdiri dari biaya pengangkutan tenaga kerja yang mengalami kecelakaan kerja, biaya perawatan medis, biaya rehabilitasi, penggantian upah Sementara Tidak Mampu Bekerja (STMB), santunan cacat tetap sebagian, santunan cacat total tetap, santunan kematian (sesuai label), biaya pemakaman, santunan berkala bagi yang meninggal dunia dan cacat total tetap.
2. Jaminan Kematian (JK), terdiri dari biaya pemakaman dan santunan berkala.
3. Jaminan Hari Tua (JHT), terdiri dari keseluruhan iuran yang telah disetor, beserta hasil pengembangannya.

[http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/program/Bukan-Penerima-Upah-\(BPU\).html](http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/program/Bukan-Penerima-Upah-(BPU).html)

b. Putih

- (1) Warna putih melambangkan integritas
- (2) Warna putih diharapkan dapat mempresentasikan kemurnian, kebersihan dan kesempurnaan sebagai symbol kebaikan.

c. Kuning

- (1) Warna kuning melambangkan optimism
- (2) Warna kuning diharapkan dapat mempresentasikan optimis, pencerahan dan kebahagiaan serta memberi harapan akan masa depan yang lebih baik.

d. Biru

- (1) Warna biru melambangkan keberlanjutan
- (2) Warna biru diharapkan dapat mempresentasikan kepercayaan, kesetiaan, kebijaksanaan, kepercayaan diri, keahlian dan ketahanan jangka panjang.

2) Arti bentuk lambang

Selain dari sisi warna, perbedaan lain pada logo BPJS Ketenagakerjaan adalah pada tipologi huruf “J” yang membelah lingkaran dan dibuat makin membesar dari bawah ke atas. Ini melambangkan cita-cita BPJS Ketenagakerjaan yang terus bergerak naik dan semakin memberikan banyak manfaat bagi pekerja.

Selain itu, huruf “J” yang dibuat melebihi diameter lingkaran melambgan sebagai puncak pencapaian yaitu *universal coverage* bagi kesejahteraan seluruh tenaga kerja di Indonesia. (Yandayani, 2016:37-45)

L. Kepesertaan Bukan Penerima Upah

Pekerja Bukan Penerima Upah adalah pekerja yang melakukan kegiatan atau usaha ekonomi secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari kegiatan atau usahanya tersebut yang meliputi : Pemberi Kerja; Pekerja di luar hubungan

kerja atau Pekerja mandiri dan Pekerja yang tidak termasuk pekerja di luar hubungan kerja yang bukan menerima Upah, contoh Tukang Ojek, Supir Angkot, Pedagang Keliling, Dokter, Pengacara/Advokat, Artis, dan lain-lain.

Jenis program dan manfaat :

1. Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), terdiri dari biaya pengangkutan tenaga kerja yang mengalami kecelakaan kerja, biaya perawatan medis, biaya rehabilitasi, penggantian upah Sementara Tidak Mampu Bekerja (STMB), santunan cacat tetap sebagian, santunan cacat total tetap, santunan kematian (sesuai label), biaya pemakaman, santunan berkala bagi yang meninggal dunia dan cacat total tetap.
2. Jaminan Kematian (JK), terdiri dari biaya pemakaman dan santunan berkala.
3. Jaminan Hari Tua (JHT), terdiri dari keseluruhan iuran yang telah disetor, beserta hasil pengembangannya.

([http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/program/Bukan-Penerima-Upah-\(BPU\).html](http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/program/Bukan-Penerima-Upah-(BPU).html))

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian ini bersifat kualitatif dimana secara kualitatif yaitu mendeskripsikan serta menganalisis data yang telah diperoleh dan selanjutnya dijabarkan dalam bentuk penjelasan sebenarnya, untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan kepesertaan Bukan Penerima Upah.

Menurut Sugiyono (2014:2), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, sebagai lawannya adalah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data di lakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif menekankan makna daripada generalisasi.

Menurut Bogdan dan Taylor (Ahmadi, 2014:15) penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang atau subjek itu sendiri. Pendekatan ini langsung menunjukkan latar dan individu-individu dalam latar itu secara keseluruhan, yaitu sebagai subjek penelitian, baik berupa organisasi atau individu, tidak dipersempit menjadi variabel yang terpisah atau menjadi hipotesis, tapi dipandang sebagai bagian dari suatu keseluruhan.

B. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk

itu teknik pengumpulan data yang di lakukan pada penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Menurut Arikunto (2010:22), data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yaitu subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung.

Adapun teknik pengumpulan data primer, yaitu :

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dilakukan hampir sama dengan kuisisioner. Wawancara itu sendiri dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-struktur, dan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Namun disini peneliti memilih melakukan wawancara mendalam, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks, berupa sebagian besar berisi pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi.

Sulistyo Basuki (2006:173) untuk menghindari kehilangan informasi, maka peneliti meminta izin kepada informan untuk menggunakan alat perekam, sebelum dilangsungkan wawancara mendalam, peneliti menjelaskan atau memberikan sekilas gambaran dan latar belakang secara ringkas dan jelas mengenai topik penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini, diperoleh dari hasil observasi

yang dilakukan oleh penulis serta dari studi pustaka. Dapat dikatakan dikatakan data sekunder ini bisa berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, foto dan lain-lain. (Arikunto, 2010:22)

Menurut (Arikunto, 2010:23), teknik pengumpulan data sekunder adalah :

1. Studi Pustaka
Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, majalah-majalah, jurnal-jurnal dan media lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian.
2. Dokumentasi
Metode dokumentasi digunakan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto, gambar, dan rekaman suara pada saat wawancara terhadap informan langsung.

C. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen utama terletak pada wawancara sampai kepada menyimpulkan hasil penelitian (Moleong 2007:163). Dalam penelitian ini penulis memilih beberapa informan, yaitu :

1. Kepala Bidang Pemasaran Bukan Penerima Upah
2. Penata Madya Kesejahteraan Peserta Bukan Penerima Upah
3. Penata Madya Pemasaran Peserta Bukan Penerima Upah

D. Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca. Berawal dari *interview* (wawancara) dan studi kepustakaan, peneliti melakukan analisis data secara kualitatif melalui teknik deskriptif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan

narasumber yang diteliti dan diinterpretasikan berdasarkan kerangka teori yang ada untuk memperoleh suatu kesimpulan.

E. Pengujian Kredibilitas Penelitian

Setiap penelitian harus memiliki kredibilitas sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Kredibilitas penelitian kualitatif adalah keberhasilan mencapai maksud mengeksplorasi masalah yang majemuk atau kepercayaan terhadap hasil data penelitian. Upaya untuk menjaga kredibilitas dalam penelitian adalah melalui langkah-langkah sebagai berikut (Sugiyono, 2009:270-276) :

a. Perpanjangan pengamatan

Peneliti kembali lagi ke lapangan untuk melakukan pengamatan untuk mengetahui kebenaran data yang telah diperoleh maupun untuk menemukan data-data yang baru.

b. Meningkatkan Ketekunan

Melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan dengan meningkatkan ketekunan tersebut, maka peneliti akan melakukan pemeriksaan kembali apakah data yang telah ditemukan salah atau tidak.

c. Triangulasi

Triangulasi sumber adalah menguji kredibilitas data dengan melakukan pemeriksaan data melalui sumber, yaitu menguji kredibilitas data dengan melakukan pemeriksaan data melalui sumber yang berbeda. Triangulasi teknik pengujian kredibilitas data dengan cara memeriksa data kepada sumber data dengan teknik data, yaitu wawancara secara mendalam dan dokumentasi untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan.

d. Menggunakan bahan referensi

Bahan referensi yang dimaksud adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti, seperti; data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara.

e. Mengadakan *member check*

Member check adalah proses pemeriksaan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh para pemberi data berarti data tersebut sudah valid, sehingga semakin kredibel atau dipercaya. Tetapi apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati oleh pemberi data, maka peneliti perlu melakukan diskusi dengan pemberi data perbedaannya tajam, maka peneliti harus merubah temuannya, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku :

- A. Shimp Terence. (2004). *Periklanan dan Promosi: aspek tambahan komunikasi terpadu - Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Ahmadi, Rulam. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Arifin, Anwar. (1994). *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung : CV. ARMICO
- Arikunto, Suahrsimi. (2010). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Aw, Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu : Yogyakarta
- Aziz, Ali, Mohammad. (2014). *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Kencana
- Azwar, S. (2011). *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Jakarta : Pustaka Pelajar
- Basuki, Sulistyo (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta : Wedatama Widya Sastra
- Cangara, Hafied. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Effendy, Onong, Uchjana (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Feriyanto, Andri dan Triana, Shyta, Endang. (2015). *Komunikasi Bisnis “Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis”*. Kebumen: Mediatera
- Kennedy, John. E, R, Dermawan Soemanagara. (2006). *Marketing Communication-Taktik dan Strategi*. Jakarta : PT. Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)

- Kotler, Philip. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid I*. Jakarta : Indeks
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Mulyana, Deddy. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ngalimun. (2016). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Rakhmat, Jalaluddin. (1998). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin.(2007). *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sendjaja, S. Djuarsa, dkk. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka
- Smith, D. Ronald. (2005). *Strategic Planning for Public Relations*. London : Lawrence Erlbaum Associates Publisher
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis.(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : PT. Alfabet
- (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT. Alfabet

Sumber lain :

Elias Samba Rufus. 2016. Pelaksanaan BPJS Ketenagakerjaan Program Jaminan Hari Tua di PT. Yoga Trasisi Tehniktama Industri (YPTI) di Yogyakarta. (online), (*e-journal.uajy.ac.id/9257/1/JURNALHK10528.pdf*), diakses pada 8 Desember 2017)

<http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/program/Sejarah.html>(diakses pada 8 Desember 2017)

<http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/Blog-Competition.html>(diakses pada 8 Januari 2018)

[http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/program/Bukan-Penerima-Upah-\(BPU\).html](http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/program/Bukan-Penerima-Upah-(BPU).html)(diakses pada 8 Desember 2017)

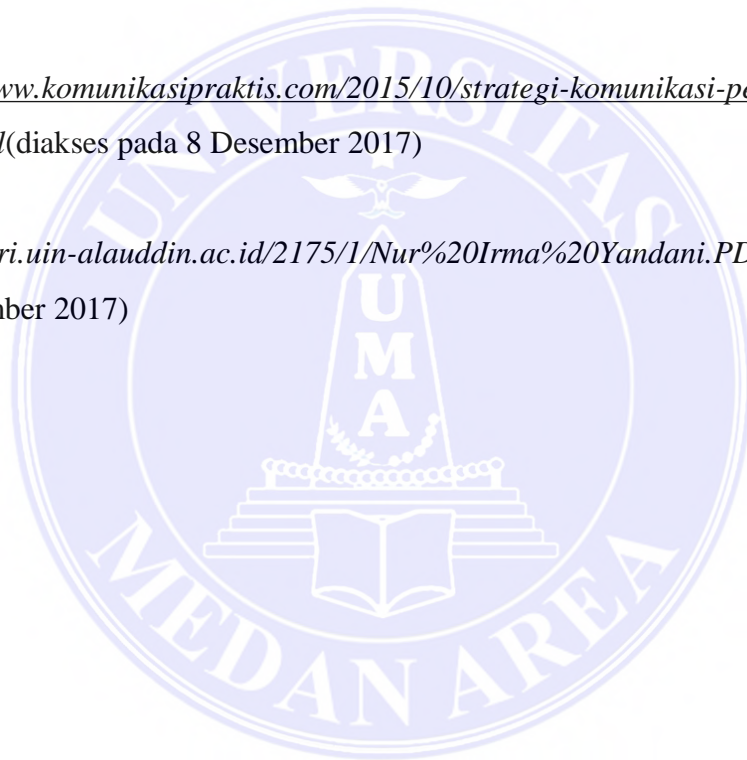
<https://www.cermati.com/artikel/program-bpjs-ketenagakerjaan-untuk-pekerja-lepas>(diakses pada 8 Desember 2017)

<http://www.jamsosindonesia.com/sjsn/transformasi>(diakses pada 8 Desember 2017)

<http://www.jamsosindonesia.com/cetak/printout/268>(diakses pada 8 Desember 2017)

<http://www.komunikasipraktis.com/2015/10/strategi-komunikasi-pengertian-dan.html>(diakses pada 8 Desember 2017)

<repositori.uin-alauddin.ac.id/2175/1/Nur%20Irma%20Yandani.PDF>(diakses pada 8 Desember 2017)



DAFTAR LAMPIRAN





Daftar pertanyaan wawancara :

1. Apa yang dimaksud dengan BPJS Ketenagakerjaan?
2. Apa yang dimaksud dengan kepesertaan BPU?
3. Apa yang menjadi pertimbangan pemerintah sehingga dicetuskannya kepesertaan BPU? (karena kepesertaan BPU masih tergolong baru)
4. Apa latar belakang pendidikan dan apa tingkat jabatan komunikator yang diturunkan ke lapangan oleh BPJS Ketenagakerjaan untuk melakukan sosialisasi kepesertaan BPU?
5. Apakah standard kredibilitas komunikator yang diturunkan ke lapangan oleh BPJS Ketenagakerjaan untuk melakukan sosialisasi kepesertaan BPU?
6. Daya tarik seperti apa yang harus dimiliki oleh komunikator untuk melakukan sosialisasi?
7. Bagaimana persiapan BPJS Ketenagakerjaan sebelum melakukan sosialisasi? (pesan yang ingin disampaikan dan alat-alat/media apa saja yang digunakan untuk melakukan sosialisasi). (Apakah setiap sosialisasi, BPJS Ketenagakerjaan selalu menemukan masalah)?
8. Bagaimanakah tingkat partisipasi masyarakat pekerja mandiri terhadap kepesertaan BPU?
9. Seberapa sering BPJS Ketenagakerjaan melakukan sosialisasi?
10. Apa strategi komunikasi khusus yang digunakan BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan kepesertaan BPU di Cabang Medan Kota? (Apakah sudah efektif)?
11. Kegiatan komunikasi apa saja yang digunakan untuk memperkenalkan BPJS Ketenagakerjaan kepada masyarakat khususnya pekerja mandiri?

12. Adakah data yang membuktikan bahwa BPJS Ketenagakerjaan memang sangat penting khususnya untuk pekerja mandiri?
13. Adakah perbedaan pelayanan untuk setiap kalangan? (Kalangan darimana saja yang paling sulit menerima/mengerti penjelasan dari BPJS Ketenagakerjaan tentang kepesertaan BPU)?
14. Apa hambatan yang berarti dalam mensosialisasikan kepesertaan BPU?
15. Apa perbedaan BPJS Ketenagakerjaan dengan asuransi-asuransi lain?





BPJS
Ketenagakerjaan

Nomor : B/ 44712/062018

22 Juni 2018

Yth.
Dekan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area
Jl. Setia Budi No. 79
Medan

Perihal : Pengambilan Data/Riset

Sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Nomor : 156/FIS.3/01.10/II/2018 tanggal 28 Februari 2018 perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa Mahasiswa atas nama sebagai berikut:

No.	Nama Mahasiswa	NIM	Program Studi
1	Amalia Sabrina	148530058	Ilmu Komunikasi

Telah melaksanakan pengambilan data/Riset di BPJS Ketenagakerjaan Medan Kota yang berkaitan dengan tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi.

Demikian disampaikan, atas perhatian Bapak/ Ibu diucapkan terima kasih.


BPJS
Ketenagakerjaan
MEDAN KOTA
Armada Kaban
Kabid Pemasaran PU
Pps. Kepala Kantor

RO/eri/HL.03