

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS BPJS KESEHATAN SIDOARJO DALAM SOSIALISASI PROGRAM JAMINAN KESEHATAN NASIONAL

Nerissa Arviana Secioria¹, Tira Fitriawardhani², M Fadeli³

Universitas Bhayangkara Surabaya
nerissa.arvns97@gmail.com

Abstract

BPJS Kesehatan (Health Social Security Organizing Agency) is a Public Legal Entity that is directly responsible to the President and has the task of organizing National Health Insurance for all Indonesian people. With the implementation of the public health insurance program through the National Health Insurance (JKN) for individual health and new presidential regulations related to efforts to achieve the target of 95% of participants in 2019. So descriptive research through this qualitative approach was carried out with the aim of knowing the implemenetation strategy Public Relations BPJS Sidoarjo in socializing the JKN program.

Through the stages of interviews and observations with this 2-month research period, you can directly find out the activities carried out by the BPJS Kesehatan of Public Relations in Sidoarjo. The researcher gives conclusions from the results of the research, namely the strategy that is carried out in addition to distributing brochures, holding events etc. BPJS Kesehatan of Public Relations in Sidoarjo also conducts emotional persuasive communication to JKN participants and prospective participants when conducting socialization, to minimize misunderstandings and apply understanding of accurate information.

Keywords: Public Relations, Socialization, JKN, Persuasive Communication

1. PENDAHULUAN

Pembangunan sosial ekonomi sebagai salah satu pelaksanaan kebijakan pembangunan nasional menghasilkan banyak kemajuan, diantaranya telah meningkatkan kesejahteraan rakyat. Kesejahteraan tersebut harus dapat dinikmati secara berkelanjutan, adil dan merata menjangkau seluruh rakyat.

Dinamika pembangunan bangsa Indonesia telah menumbuhkan tantangan berikut tuntutan penanganan berbagai persoalan yang belum terpecahkan. Salah satunya adalah penyelenggaraan jaminan sosial bagi seluruh rakyat yang diamanatkan dalam Pasal 28 ayat (3) mengenai hak terhadap jaminan sosial dan Pasal 34 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Jaminan sosial juga dijamin dalam Deklarasi Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang Hak Asasi Manusia tahun 1948 dan ditegaskan dalam konvensi ILO nomor 102 tahun 1952 yang menganjurkan semua negara untuk memberikan perlindungan minimum kepada setiap tenaga kerja. Sejalan

dengan ketentuan tersebut, Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia dalam TAP nomor X/MPR/2001 menugaskan Presiden untuk membentuk Sistem Jaminan Sosial Nasional dalam rangka memberikan perlindungan sosial yang menyeluruh dan terpadu.

Sistem Jaminan Sosial Nasional pada dasarnya merupakan program Negara yang bertujuan memberi kepastian perlindungan dan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat

Indonesia. Melalui program ini, setiap penduduk diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup yang layak apabila terjadi hal-hal yang dapat mengakibatkan hilang atau berkurangnya pendapatan, karena menderita sakit, mengalami kecelakaan, kehilangan pekerjaan, memasuki usia lanjut atau pensiun.

Selama beberapa dekade terakhir tahun ini, Indonesia telah menjalankan beberapa program jaminan sosial. Undang-undang yang secara khusus mengatur jaminan sosial bagi

tenaga kerja swasta adalah Undang-Undang Nomor 3 tahun 1992 tentang Jaminan Tenaga Kerja (JAMSOSTEK) yang mencakup program jaminan pemeliharaan kesehatan, jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua dan jaminan kematian.

Untuk prajurit Tenaga Nasional Indonesia (TNI), anggota Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) dan PNS Departemen Pertahanan/TNI/POLRI beserta keluarganya telah dilaksanakan program Asuransi Sosial Angkatan Bersenjata Republik Indonesia (ASABRI) sesuai dengan Peraturan Pemerintah nomor 67 tahun 1991 yang merupakan perubahan atas Peraturan Pemerintah nomor 44 tahun 1971. Berbagai program tersebut diatas baru mencakup sebagian kecil masyarakat.

Sebagian besar rakyat belum memperoleh perlindungan yang memadai. Disamping itu, pelaksanaan berbagai program jaminan sosial tersebut mampu men-sinkronisasi penyelenggaraan berbagai bentuk jaminan sosial yang dilaksanakan oleh beberapa penyelenggaraan agar dapat men-jangkau kepesertaan yang lebih luas serta memberikan manfaat yang lebih besar bagi setiap peserta.

Pemerintah Indonesia bertanggung jawab atas pelaksanaan jaminan kesehatan masyarakat melalui Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) bagi kesehatan perorangan. Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) adalah program Pemerintah Indonesia untuk menjamin kesehatan warga negaranya agar dapat hidup sehat, produktif dan sejahtera. Sesuai dengan UU No. 40 tahun 2014 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) yang merupakan operasionalisasi dari kehendak UUD 1945, pasal 28H ayat 1. Sejak diberlakukan 1 Januari 2014 lalu, Pemerintah Indonesia terus melakukan pembenahan, baik sistem, regulasi dan kelembagaan institusi penyelenggara yakni BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Kesehatan. Tujuannya adalah agar pelayanan kesehatan kepada peserta/masyarakat dari hari ke hari menjadi semakin baik.

Walaupun perbaikan dan pembenahan oleh pemerintah terus dilakukan, masalah penyelenggaraan dan pelayanan kepada masyarakat masih saja terjadi. Hingga saat ini sebagian besar masyarakat, terutama yang bermukim di wilayah perdesaan belum dan bahkan ada yang tidak mengetahui adanya

program pemerintah ini. Adapun yang sudah menjadi peserta BPJS Kesehatan, tidak memiliki pengetahuan tentang sub-tansi program jaminan sosial termasuk prosedur mendapatkan pelayanan kesehatan. Bahkan masih ada keluhan peserta tentang pelayanan kesehatan yang dianggap tidak sesuai dengan program sosial gotong royong wajib ini.

Pada akhir tahun 2018, kehadiran Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 82 Tahun 2018 membawa angin segar bagi BPJS terkait implementasi Program Jaminan Kesehatan Nasional. Aturan terbaru Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan mewajibkan bagi setiap keluarga untuk mendaftarkan sejak lahir bayinya dalam Program Jaminan Kesehatan Nasional dan juga ada sejumlah aturan yang baru tertuang dalam Perpres tersebut.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan optimistis dapat mengejar target kepesertaan keseluruhan 95% di tahun depan. Dengan begitu, berbagai upaya dilakukan BPJS dalam menambah kepe-sertaan baru. Berdasarkan catatan BPJS Kesehatan per 1 November 2018, peserta Program Jaminan Kesehatan Nasional baru mencapai 77%. Dengan demikian, masih banyak provinsi yang belum memenuhi target tersebut seperti wilayah Jawa Timur yang baru tercapai 63% tingkat kepesertaannya.

Ada beberapa strategi yang telah dilakukan BPJS Kesehatan untuk meningkatkan kepesertaan. Pertama, dengan adanya peraturan presiden (perpres) nomor 82 tahun 2018 tentang jaminan kesehatan dapat mempermudah bertambahnya peserta baru.

Dalam program ini, pemerintah daerah (Pemda) memiliki keleluasaan mendaftarkan penduduknya yang tidak lagi terpaku pada masyarakat miskin dan tidak mampu. Namun bisa juga penduduk yang mampu bisa didaftarkan program JKN oleh Pemda.

Kedua, nomor induk kependudukan (NIK) dari Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Dukcapil) yang dicocokkan dapat membantu BPJS Kesehatan mencari penduduk yang belum mengikuti program JKN. Lebih lanjut, upaya ketiga yang dilakukan lainnya yakni BPJS Kesehatan memonitoring perusahaan yang tidak melaporkan semua tenaga kerjanya untuk menjadi peserta Jaminan

Kesehatan Nasional. Pengawasan menjadi hal penting agar jumlah kepesertaan pada badan usaha bisa tercakup.

Kontribusi dari peningkatan kepesertaan Penerima Bantuan Iuran (PBI) Jaminan Kesehatan Nasional yang menggunakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang menjadi 96,8 juta jiwa per 2019 juga mengerek bertambahnya jumlah peserta dari segmen ini.

Mengingat institusi BPJS adalah institusi publik bentukan pemerintah yang memiliki kemandirian dalam bertindak, sudah merupakan tanggung jawab penyelenggara (BPJS) untuk melakukan sosialisasi program Jaminan Kesehatan kepada masyarakat. Dengan demikian, untuk memperluas informasi tentang program jaminan sosial kepada masyarakat, BPJS perlu melakukan perencanaan dan desain informasi publik yang mudah dipahami dan perlu disampaikan ke masyarakat luas. Kemandirian tersebut perlu ditunjukan dengan berbagai inisiatif sosialisasi dari BPJS sebagai bagian dari tugas dan kewenangan yang diberikan Negara. Tidak sekedar mengharapkan pihak luar termasuk institusi pemerintah lainnya untuk mengundang, meminta, atau bahkan sekedar menunggu.

Rumusan Masalah

Bagaimana implementasi komunikasi persuasif Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo dalam sosialisasi Program Jaminan Kesehatan Nasional?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui upaya implementasi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo dalam sosialisasi Program Jaminan Kesehatan Nasional.

Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagi pihak peneliti, penelitian ini sebagai media untuk menerapkan / mengaplikasikan ilmu yang telah di dapat dibangku kuliah

terhadap dunia usaha yang sebenarnya, serta di harapkan dapat menjadi pengalaman dan menambah wawasan khususnya dalam bidang implementasi komunikasi persuasif.

Bagi pihak perusahaan, penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun hubungan baik dengan peserta, penjagaan kualitas BPJS Kesehatan serta pemertahanan implementasi komunikasi persuasif dalam sosialisasi Program Jaminan Kesehatan Nasional.

2. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

BPJS Kesehatan Sidoarjo, yang berlokasi di daerah Sidoarjo tepatnya di Jl. Pahlawan No.80, Sidokumpul, ini merupakan satu-satunya kantor pelayanan BPJS Kesehatan untuk wilayah Sidoarjo. Sehingga menarik untuk di teliti lebih lanjut, karena hal ini berkaitan dengan bagaimana pelayanan dan strategi dari pihak internal perusahaan yang akan berpengaruh terhadap pengembangan program dan loyalitas kepesertaan.

Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek penelitian adalah Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo bagian sub-divisi SDM-UKP (Sumber Daya Manusia Unit Komunikasi Publik) dalam kegiatan implementasi komunikasi persuasif serta sosialisasi Program Jaminan Kesehatan Nasional ini.

Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada implementasi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pihak Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo dalam mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional.

Sumber Informasi

Penelitian ini memiliki sumber informasi yang berupa data primer hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama dengan ibu Rizky Noer selaku pihak Humas BPJS

Kesehatan Sidoarjo. Sedangkan penunjang data sekundernya berupa dokumen POA (Plan Of Action) dari pihak yang terkait.

Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan mentah yang dikumpulkan peneliti dari lapangan penelitian. Data merupakan bahan spesifik dalam melakukan analisis. Untuk memperoleh data yang valid dan aktual, maka didalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Menurut Suharsimi Arikunto, dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal 301 observasi atau pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera. Mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara.

2. Metode Wawancara (Interview)

Metode wawancara (interview) adalah metode pengumpulan data dengan jalan mengadakan tanya jawab dengan subyek penelitian tentang permasalahan yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti.

Sebagaimana pendapat Sutrisno Hadi dalam bukunya yang berjudul Metodologi Research. (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1983), hal 131, bahwa wawancara harus dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Jenis data yang digali oleh penulis dengan metode ini meliputi seluruh data yang dibutuhkan dalam penelitian dan sumbernya terdiri dari informan di BPJS Kesehatan Sidoarjo

Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci suatu usaha secara

formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa analisis data yaitu proses meng-organisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari observasi, wawancara dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian seperti dokumen pribadi, dokumen resmi, dan sebagainya. Dalam analisis data penulis menggunakan teknik analisis deskriptif.

Langkah-langkah Penelitian

Dalam mengerjakan dan menyelesaikan tugas ini, peneliti melakukan beberapa langkah analisis guna mendapatkan informasi yang akurat. Langkah awal yaitu peneliti mengidentifikasi kegiatan yang dilakukan di BPJS Kesehatan Sidoarjo, kemudian menelaah dan memilih karakteristik serta merumuskan permasalahan berdasarkan sudut pandang yang dapat disesuaikan dengan landasan teori ilmu komunikasi. Setelah selesai merumuskan masalah, peneliti mencari teori, metodologi

serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan konsep “Komunikasi Persuasif”. Kemudian peneliti menyesuaikan keadaan di lapangan terkait bagaimana proses sosialisasi, respon peserta dan sebagainya. Tujuannya agar relevan dengan teori yang ada.

Hal ini dilakukan untuk membuat strategi instrumen penelitian. Hingga akhirnya peneliti melakukan wawancara dengan ibu Rizky Noer, selaku pihak Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo. Beberapa pertanyaan yang diajukan peneliti, ada dalam lampiran pedoman wawancara, setelah seluruh data yang diperlukan sudah terkumpul, peneliti menganalisis dan menarik kesimpulan serta memberi saran sesuai teori yang dikaji.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan yang disingkat BPJS Kesehatan

adalah badan hukum yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan kesehatan. Program Jaminan Kesehatan Nasional yang disingkat JKN adalah jaminan yang berupa perlindungan kesehatan agar peserta memperoleh manfaat pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatan yang diberikan kepada setiap orang yang telah membayar iuran atau iurannya dibayar oleh pemerintah.

Aktifitas Humas Internal dan Eksternal

Dalam mensosialisasikan program atau aturan pelayanan baru, humas BPJS Kesehatan Sidoarjo mengadakan aktifitas kehumasan baik secara internal maupun eksternal.

Aktifitas Humas Internal BPJS Kesehatan Sidoarjo

Dalam kegiatan sosialisasi, humas BPJS Kesehatan Sidoarjo mengadakan kegiatan dengan pihak internal perusahaan. Hal tersebut dilakukan dengan harapan agar tujuan dari kegiatan ini sesuai dengan target pihak manajemen perusahaan. Humas dan manajemen BPJS Kesehatan Sidoarjo perlu melakukan diskusi yang cukup matang untuk menemukan bagaimana cara mengatasi permasalahan tersebut serta membuat inovasi-inovasi baru dan kegiatan menarik sebagai solusi dalam menghadapi keluhan dari peserta. Sikap dalam menghadapi komplain haruslah cerdas dan bijaksana yaitu dengan tidak panik, tidak reaktif, tidak menyepelkan, melainkan berposisi sebagai pendengar yang baik dan segera mengambil tindakan yang benar dan berkoordinasi dengan pihak-pihak yang kompeten.

Aktifitas Humas Eksternal BPJS Kesehatan Sidoarjo

Dalam mensosialisasikan program atau aturan pelayanan baru kepada publik eksternal, maka humas BPJS Kesehatan Sidoarjo mengadakan berbagai event menarik, pemberian tanda mata serta potensi kunjungan kepada peserta. Yang dimaksud kunjungan kepada peserta, yaitu apabila ada peserta yang telah merasakan manfaat dari program BPJS

Kesehatan dan berpotensi menjadi promotor, maka akan di kunjungi, diliput dan diberikan tanda mata oleh pihak BPJS Kesehatan Sidoarjo atau bisa disebut dengan customer relation.

Kegiatan itu teratur dilakukan setiap bulan. Sedangkan event menarik, ada kalanya BPJS Kesehatan Sidoarjo bekerjasama dengan BPJS Kesehatan pusat. Seperti mendatangkan brand ambassador ketika event di mall, pameran, pemberian tanda mata setiap HUT BPJS Kesehatan kepada seluruh badan usaha yang telah bekerja sama, dan sebagainya. Event juga dilaksanakan di area permukiman warga yang ada di wilayah kabupaten Sidoarjo, dalam event ini tidak hanya berfokus pada kegiatan atraktif, tetapi juga mensosialisasikan tentang peraturan, pelayanan dan program baru dari BPJS Kesehatan. Menurut analisa peneliti, kegiatan eksternal BPJS Kesehatan ini biasanya juga bekerjasama dengan media. Baik media cetak, media online bahkan wartawan.

Berikut merupakan jenis bentuk media yang digunakan oleh pihak BPJS Kesehatan untuk mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional :

1. Media cetak yang merupakan kumpulan informasi tentang BPJS Kesehatan dan programnya yang dicetak dan bisa dipakai sebagai sarana untuk menyampaikan tujuan kepada publik, seperti: advertorial surat kabar, brosur, buletin, dan sebagainya.
2. Media audio merupakan suatu bentuk media komunikasi yang penerimaan informasinya hanya dapat tersampaikan melalui indra pendengaran. Tahun lalu BPJS Kesehatan Sidoarjo bekerjasama dengan radio suara sidoarjo.
3. Media visual merupakan suatu bentuk media komunikasi yang penerimaan pesan informasinya hanya dapat tersampaikan melalui indra penglihatan. contohnya: foto yang ada di instagram dan media sosial lain BPJS Kesehatan.
4. Media audio visual: merupakan suatu bentuk media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus didengar, jadi untuk mengakses pesan informasi yang disampaikan memakai indra penglihatan dan juga indra pendengaran, contohnya: iklan Program Jaminan Kesehatan Nasional di televisi, video di sosial media dan khususnya di YouTube Channel BPJS Kesehatan

Efek penyampaian pesan melalui media massa dalam komunikasi persuasif selanjutnya terkait dengan bagaimana khalayak menggunakan media. Efek media massa dalam komunikasi persuasif menjadi perhatian bagi peneliti terutama terkait dengan perubahan sikap dan perilaku khalayak. Adapun jenis perubahan perilaku pada khalayak terkait dengan komunikasi persuasi, yakni proses yang mengarah pada perubahan sikap dan perilaku khalayak terkait dengan pesan-pesan persuasi, dan kondisi yang menyebabkan terjadinya perubahan pada diri khalayak.

Implementasi Komunikasi Persuasif Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional

Persuader merupakan orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat serta perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal.

Dalam melakukan komunikasi persuasif, persuader harus bisa memahami kriteria tanggung jawab persuasi sebagaimana yang disampaikan Larson (dalam Soemirat, 2008:226) yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberi, tahu tujuan persuasif dengan memper-timbangkan kehadiran audiens.

Sebelum melakukan implementasi komunikasi persuasif, ada hal terpenting yang perlu di perhatikan yaitu melakukan pendekatan persuasif. Yang dimaksud dengan pendekatan persuasif ialah pendekatan yang menggunakan komunikasi secara persuasif, yang dapat mempengaruhi ide, konsep, maupun keyakinan pada orang lain, sehingga terbentuklah sebuah kepatuhan. Untuk dapat menggunakan metode persuasif yang efisien, maka leader harus memiliki kemampuan / karakteristik khusus.

Ada 5 (lima) tahap yang harus dilalui dalam komunikasi persuasif, yaitu :

1. Menginformasikan

Dalam strategi mengejar target kepesertaan 95% di tahun 2019 maka duta BPJS Kesehatan Sidoarjo harus memberikan informasi sesuai dengan data yang sebenarnya.

2. Menjelaskan

Penjelasan mengenai gambaran yang lebih detail dari informasi atau pesan yang disampaikan dapat membuat komunikasi menjadi lebih tertarik dan memberikan perhatian lebih dalam proses penerimaan pesan.

3. Meyakinkan

Membentuk atau mengubah persepsi komunikasi ini tujuannya agar masyarakat dapat memahami makna serta tahapan dari program JKN dan mensterilkan hoax statement diluar sana.

4. Membujuk

Dalam tahap ini, komunikasi akan melihat apa manfaat untuk dirinya apabila ia mau mengikuti atau melakukan tahapan dalam program JKN. Disinilah seni dari persuasi, komunikator harus memiliki keterampilan dalam berbicara dan menguasai informasi yang disampaikan.

5. Mendapatkan persetujuan/komitmen

Hal ini merupakan proses akhir, dimana pada akhirnya komunikasi mengatakan “ya” atau memutuskan untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh komunikator. Dalam konteks yang lebih luas, komunikasi membuat komitmen atau rencana tindakan aktivitas yang akan dilakukan.

Sesuai dengan fungsinya sebagai sarana untuk membujuk atau mempengaruhi, maka komunikasi persuasif di implementasikan oleh BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional. Aktivitas yang dilakukan oleh Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo ini tidak hanya tentang menjaga citra perusahaan, tetapi juga sebagai leader dalam seluruh kegiatan yang berhubungan dengan public internal maupun eksternal.

Public Internal BPJS Kesehatan antara lain seperti atasan maupun sesama karyawan, baik kantor pusat maupun kantor cabang. Penyampaian informasi dengan public internal, bisa melalui atasan kepada bawahan, perkumpulan antar karyawan satu bidang tugas, atau Humas menyampaikan informasi kepada seluruh karyawan dalam satu cakupan ini disebut BPS (Best Practice Sharing). Metode komunikasi persuasif yang baik disampaikan dengan halus, luwes dan tidak bersifat memaksa atau otoriter. Dalam hal ini pimpinan harus mampu melakukan pendekatan human relations (hubungan manusiawi) terhadap bawahannya

sehingga dapat menciptakan suasana kerja yang kondusif dan juga dengan pendekatan human relations akan menghadirkan rasa saling percaya, terbuka, jujur, bertanggung jawab, saling menghormati dan saling menghargai. Sedangkan public eksternal BPJS Kesehatan yaitu pihak diluar public internal yang merupakan masyarakat pada umumnya peserta Jaminan Kesehatan Nasional, calon peserta JKN, baik secara mandiri perseorangan maupun bidang usaha (corporate).

Hambatan BPJS Kesehatan Sidoarjo dalam mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional

Dalam kegiatan sosialisasi ini juga tidak selalu berjalan dengan lancar. Tentunya ada beberapa hal yang menjadi hambatan dan kendala yang dapat ditemui secara langsung ketika pihak Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo melakukan sosialisasi. Salah satunya seperti yang di jelaskan oleh Ibu Rizky Noer, saat peneliti melakukan wawancara yakni :

” Kendala yang sering kami temui ketika melakukan sosialisasi adalah menda-patkan acuan karena masyarakat zaman sekarang lebih percaya dengan statement yang mereka lihat, mereka dengan dari luar sana, padahal belum tentu kebenarannya.”

Memang banyak sekali dan sering ditemui masyarakat yang enggan untuk menjadi peserta Jaminan Kesehatan Nasional, atau bahkan yang telah menjadi peserta pun enggan untuk meneruskan pembayaran iuran bulanan dengan berbagai macam alasan. Namun banyak juga peserta yang telah merasakan manfaat mengikuti Program Jaminan Kesehatan Nasional dan mau mereferensikan kepada rekan-rekannya.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pada pembahasan pada bab IV mengenai Implementasi Komunikasi Persuasif Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo dalam sosialisasi Program Jaminan Kesehatan Nasional, maka peneliti menarik kesimpulan dan memberi beberapa saran sebagai masukan bagi perusahaan.

Kesimpulan dari adanya Implementasi Komunikasi Persuasif Humas BPJS Kesehatan

Sidoarjo dalam sosialisasi Program Jaminan Kesehatan Nasional kepada masyarakat, peneliti menyimpulkan banyak masyarakat yang mau mengikuti program tersebut dikarenakan adanya agenda kegiatan komunikasi internal BPJS Kesehatan Sidoarjo secara rutin, hal tersebut menjadi sarana evaluasi yang di harapkan bisa membuat inovasi dalam teknis pengembangan strategi sosialisasi Program Jaminan Kesehatan Nasional kepada masyarakat. Event yang telah dilakukan Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo baik secara inisiatif pribadi perusahaan ataupun kerjasama dengan kantor pusat, seperti acara mengundang ambassador, membuka pelayanan di mall ataupun sosialisasi perwilayah desa ini ditujukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Demikian pula kampanye iklan yang teratur, baik di media cetak, media elektronik dan testimoni dari peserta yang telah merasakan manfaat dari mengikuti Program Jaminan Kesehatan Nasional ini dapat memberikan efek psikologis dalam merubah sikap komunikan.

Aktivitas sosialisasi yang dilakukan Humas BPJS Kesehatan Sidoarjo untuk mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional kepada masyarakat dengan pemberian informasi yang akurat ini telah meminimalisir kesalahpahaman para peserta dan calon peserta terhadap Program Jaminan Kesehatan Nasional.

5. DAFTAR PUSTAKA

- BPJS Kesehatan, diakses 21 Desember 2018 (11:02)
Lauradamerosa.
<http://catatankomunikasi.blogspot.com/2013/07/4-tahapan-dalam-proses-public-relations.html> diakses 29 Desember 2018 (19.58)
Larson dalam Soemirat. 2008. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung.
Mulyana, Deddy, 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: : PT Remaja Rosdakarya.
West, Richard, & H., LynnTuner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.