

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* BPJS
KESEHATAN KOTA BOGOR DALAM MENINGKATKAN PESERTA
JKN-KIS BAGI BADAN USAHA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu *Komunikasi*
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
NENDRI GAMMA MAULANA
044116185**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
FEBRUARI 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Nendri Gamma Maulana
NPM : 044116185
Judul : Analisis Strategi *Marketing Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Bogor Dalam Meningkatkan Peserta JKN-KIS Bagi Badan Usaha

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Roni Jayawinangun, M.Si
NIK. 1.0616 049 757

Pembimbing II : Layung Paramesti Martha, M.Si
NIK: 1.0616 049 756

Pembaca : Nutriana Rizkawati, M.Si
NIK. 1.1110 033 513

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 04 Februari 2021

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi

Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

NENDRI GAMMA MAULANA 044116185. “Analisis Strategi *Marketing Public Relations* BPJS Kesehatan Dalam Meningkatkan Peserta Bagi Badan Usaha”. Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan: Roni Jayawinangun

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *Strategi Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Bogor di bidang *Marketing* dalam meningkatkan peserta bagi Badan Usaha serta untuk menganalisis kendala apa saja yang dihadapi oleh BPJS Kesehatan Kota Bogor dalam meningkatkan peserta bagi Badan Usaha tersebut. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka. Proses pengumpulan data dengan cara wawancara ini dilakukan dengan narasumber dari BPJS Kesehatan Kota Bogor dari Pimpinan di bidang *Marketing* selaku *Key Informan*, Staf *Relationship Officer* dan Telekolekting BPJS Kesehatan, Staf *Marketing* Sinarmas selaku informan dan triangulan. Hasil dari penelitian ini adalah meningkatkan peserta bagi Badan Usaha di Kota Bogor yang dikategorika menggunakan 3 tahap *Strategi Marketing Public Relations* yaitu *Push* (Mendorong), *Pull* (Menarik), *Pass* (Mempengaruhi). Sehingga pada akhirnya proses *Strategi* tersebut memberikan dampak untuk meningkatnya peserta bagi Badan Usaha yang ada di Kota Bogor.

Kata Kunci: *BPJS Kesehatan, Badan Usaha, Strategi Marketing Public Relations*