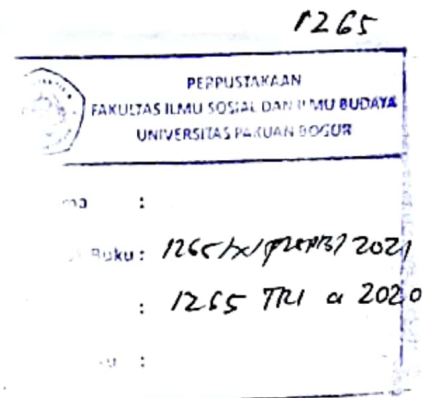


**ANALISIS STRATEGI ~~MARKETING~~ PUBLIC RELATIONS DALAM
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PESERTA BADAN
PENYELENGGARA JAMINAN SOSIAL (BPJS)
KETENAGAKERJAAN CABANG BOGOR KOTA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Menempuh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan Bogor

**TRISHA KARTIKA
044116521**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2020**

HALAMAN PENGESAHAN




Skripsi yang disusun oleh

Nama Trisha Kartika
NPM 044116521
Judul Analisis Strategi *Marketing Public Relations* dalam
Meningkatkan Kualitas Pelayanan Peserta Badan
Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan
Cabang Bogor Kota

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.


DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I	<u>Intan Tri Kusumaningtias M.I.Kom</u> NIP : 1.0616 049 761	
Pembimbing II	<u>Feri Ferdinan Alamsyah, M.Ikom</u> NIP : 1.0614 025 629	
Pembaca	<u>Yogaprasta Adinugraha, M.Si</u> NIP : 1.0641 025 628	

Ditetapkan di Bogor
Tanggal

Dekan Fakultas


Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum
NIP 1.0596 008 299



Ketua Program Studi


Muslim, M.Si
NIP 1.0909 048 513

ABSTRAK

TRISHA KARTIKA. 044116521. 2020. Analisis Strategi *Marketing Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Cabang Bogor Kota. Program Ilmu Komunikasi. Hubungan Masyarakat. Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Intan Trikusumaningtias M.Ikom, Feri Ferdinan Alamsyah M.Ikom

BPJS Ketenagakerjaan merupakan hasil akumulasi berbagai undang-undang (UU) dan peraturan yang berfokus pada jaminan sosial dan proteksi ketenagakerjaan di Indonesia. Memang proteksi dan jaminan sosial ketenagakerjaan merupakan tanggung jawab negara dan sudah diperjuangkan kaum pekerja dan buruh sejak dahulu kala. Sebelum BPJS kesehatan terbentuk, masalah proteksi dan jaminan sosial ketenagakerjaan Indonesia itu diurus oleh PT Jaminan Sosial Tenaga Kerja (Jamsostek) berdasarkan UU no 3 tahun 1992. PT Jamsostek akhirnya bertransformasi menjadi BPJS Ketenagakerjaan yang bertanggung jawab langsung ke presiden berdasarkan mandat dari UU no 24 tahun 2011. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Marketing Public Relations* BPJS Ketenagakerjaan Cabang Bogor Kota dalam meningkatkan kualitas pelayanan peserta. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme dimana peneliti melakukan penelitian dengan *Public Relations* agar dapat merekonstruksi realitas yang ada. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah informan kunci, informan aktifitas alami dilapangan dan kepustakaan yang berkaitan dengan strategi *Marketing Public Relations* BPJS Ketenagakerjaan cabang Bogor Kota. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, intepretasi data dan penarikan kesimpulan setelah dilakukan triangulasi. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Strategi yang digunakan BPJS Ketenagakerjaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan peserta adalah Pertama, Pull Strategy, yaitu dengan memaksimalkan pada kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk mempublikasikan kepada masyarakat tentang manfaat yang ditawarkan oleh BPJS Ketenagakerjaan. Kedua, Push Strategy dengan cara bekerjasama dengan beberapa media untuk kegiatan publikasi. Dan yang ketiga dengan Pass Strategy yaitu memaksimalkan pelayanan kepada peserta dan memberikan beberapa tawaran menarik ketika sudah menjadi peserta lebih dari 1 tahun di BPJS Ketenagakerjaan.

Kata Kunci: *BPJS Ketenagakerjaan, Marketing public Relations, Strategi*

ABSTRACT

TRISHA KARTIKA. 044116521. 2020. Analysis of Marketing Strategies of Public Relations in Improving the Quality of Service of the Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Branch of the Bogor City. Faculty of Social Science and Humanities, Departement of Communication Science, Pakuan University Bogor. Supervised by : Intan Trikusumaningtias M.Si, Feri Ferdinan Alamsyah M.Ikom

BPJS Ketenagakerjaan is the result of gathering various laws and regulations which focus on social security and labor protection in Indonesia. protection and social security are the responsibility of the state and workers and laborers have struggled since time immemorial. Before the BPJS Kesehatan was formed, the issues of Indonesian labor protection and social security was operated by PT. Jaminan Sosial Tenaga Kerja (Jamsostek) under Law No. 3 of 1992. PT Jamsostek finally transformed into BPJS Ketenagakerjaan which is directly responsible to the president based on the mandate of Law no 24 of 2011. This study aims to determine the Public Relations Marketing Strategy of BPJS Ketenagakerjaan branch of the Bogor City in improving the quality of participant services. This research aims to determine the Strategy of Marketing Public Relations BPJS Ketenagakerjaan Branch of the Bogor City in improving the quality of service of the participants. The paradigm used in this study is constructivism in which researchers conduct research with the Public Relations so that it can reconstruct the reality. The approach used is qualitative with the nature of descriptive research through interviews, documentation and observation. Source data obtained from this study are key informants, informant activity natural in the field and literature related to Marketing strategy Public Relations BPJS Ketenagakerjaan Branch of the Bogor City. Technique of collecting data done by means of data collection, data reduction, interpretation of data and drawing conclusions after the performed triangulation. The triangulation used is triangulation of sources. The result of this research is that Strategi used BPJS of Labour in improving the quality of service participants is First, Pull Strategy, namely with maximize on the socialization which aims to publish to the community about the benefits offered by BPJS of Labour. Second, Push Strategy with the way collaborated with some of the media for the publication. And the third with Pass Strategy that maximize the service to participants and give some an attractive offer when it became the participants were more than 1 year in BPJS of Labour.

Keywords: BPJS Ketenagakerjaan, Marketing Public Relations, Strategy