

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian melakukan wawancara pada beberapa orang yang berperan penting dalam memasarkan atau mempromosikan program kartu BPJS kesehatan, sebanyak 4 (empat) orang. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber adalah *Ketua Lembaga Kantor BPJS Cabang Utama Kota Bandung, Bagian Pemasaran Kantor BPJS Cabang Kota Bandung, Unit Kepesertaan, Unit Hukum Komunikasi dan External.*

Profil Informan

Dalam hal ini penulis menempatkan 4 (empat) orang narasumber dari pihak kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran kartu BPJS kesehatan Cabang Utama Kota Bandung:

(1) Bapak Gatot Subroto adalah sebagai ketua lembaga kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung, (2) Ibu Dini Lazuardini adalah Bagian Pemasaran Kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung yang bertugas memasarkan atau mempromosikan kartu BPJS

Kesehatan dengan sosialisasi kepada masyarakat dan menghimbau masyarakat untuk mengajak warga kota Bandung mengikuti program Kartu BPJS kesehatan, (3) Ibu Siti Nurjanah adalah Bagian Unit Kepesertaan Kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung yang bertugas untuk memberi informasi atau sosialisasi kepada masyarakat tentang BPJS dalam pembuatan kartu selain itu juga ikut mengsosialisasikan ke pada masyarakat untuk memasarkan atau mempromosikan kartu. (4) Bapak Gilang Yoga adalah bagian Unit Hukum Dan Komunikasi External Kantor BPJS Cabang Utama Kota Bandung

4.1 Temuan Penelitian

Penelitian ini dimulai sejak bulan Februari 2015. Peneliti mulai mengamati penelitian yakni Komunikasi Pemasaran Kartu Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Kota Bandung. Pada proses ini, ada beberapa tahapan yaitu melakukan wawancara kepada orang-orang yang berperan di Kantor BPJS Cabang Kota Bandung ini mengenai proses Komunikasi pemasaran yang dilakukan Kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Kota Bandung dalam memasarkan atau

mempromosikan kartu, dan apa faktor penghambat dan pendukung yang di hadapi Kantor BPJS kesehatan Cabang Kota Bandung dalam memasarkan dan mempromosikan kartu.

Tahap selanjutnya adalah melakukan keabsahan data yaitu membandingkan dan mengecek kebenaran yang ada dalam wawancara penulis dengan keaslian yang ada sebenarnya. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain. Bagaimna dokumentasi yang dilakukan apakah sesuai dengan wawancara terhadap pihak Kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kesehatan cabang Kota bandung.

Analisis dan Pembahasan

4.2 Komunikasi Pemasaran yang dilakukan BPJS Kesehatan dalam Mempromosikan Kartu

Pemasaran adalah salah satu kegiatan wajib yang dilakukan oleh seluruh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, atau dapat pula dikatakan sebagai salah satu cara penyaluran produk barang dan jasa ke tangan konsumen.

Dalam upaya memasarkan produk atau jasa, perusahaan perlu menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen dan perantara melalui

komunikasi pemasaran. Seorang pemasar produk atau jasa harus memahami bagaimana komunikasi itu berlangsung. secara umum, suatu model komunikasi pemasaran akan menjawab beberapa hal yang meliputi bagaimana promosi yang akan dilakukan, saluran komunikasi dan media apa yang akan digunakan, ditujukan untuk siapa dan apa akibat yang akan ditimbulkan.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Kota Bandung mempunyai komunikasi pemasaran dalam mempromosikan kartu agar masyarakat khususnya masyarakat kota Bandung mengenal dan mengetahui program kartu BPJS yang di selenggarakan Pemerintah.

Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kesehatan Cabang Kota Bandung yaitu aktif mengadakan sosialisasi, mendorong masyarakat kota Bandung agar masyarakat mengikuti program kartu yang di selenggarakan pemerintah, membuat brosur tentang BPJS. (1; wawancara bapak Gatot subroto)

Promosi yang dilakukan BPJS kesehatan Cabang kota Bandung Dalam memasarkan kartu kepada masyarakat yaitu dengan cara sosialisasi kepada masyarakat, karna kebanyakan masyarakat kita mungkin sudah mengetahui BPJS itu apa tetapi mereka tidak mengetahui kegunaan BPJS tersebut untuk apa dan bagaimana cara mengikutinnya. Maka dari itu BPJS Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat tahu kegunaan kartu tersebut untuk apa dan cara membuatnya bagaimana.

Sosialisasi adalah proses pembelajaran seseorang untuk mempelajari pola hidup sesuai nilai, norma dan kebiasaan yang ada dijalankannya dalam masyarakat atau kelompok dimanapun dia berada. Sosialisasi peran yang asangat penting dalam proses pembelajaran.

Tujuan sosialisasi yaitu; (1) memberi keterampilan atau informasi kepada seseorang untuk dapat hidup bermasyarakat, (2) mengembangkan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi secara efektif, (3) mengembangkan fungsi-fungsi organik seseorang melalui introspeksi yang tepat, (4) menanamkan nilai-nilai dan kepercayaan kepada seseorang yang mempunyai tugas pokok dalam masyarakat.

Fungsi sosialisasi dalam pembentukan peran dan status sosial adalah (1) mampu mempelajari dan menghayati norma-norma yang ada dalam kelompok tempat ia tinggal, (2) dapat mengenal masyarakat lebih luas, (3) mengetahui peran-peran yang dimiliki masing-masing anggota masyarakat, (4) dapat mengembangkan kemampuan sesuai peran dan status sosial.

Sosialisasi yang dilakukan BPJS Kesehatan Cabang utama kota bandung adalah melakukan kunjungan ke berbagai daerah untuk menginformasikan program BPJS kesehatan dalam memasarkan dan mempromosikan kartu. Selain mengadakan kunjungan ke berbagai daerah di kota bandung BPJS Kesehatan Cabang Kota Bandung juga menghadiri undangan perusahaan untuk mengsosialisasi tentang program BPJS Kesehatan karena beberapa perusahaan masih ada yang mengikuti program lain seperti jamsostek, dll. Maka dari itu dengan adanya sosialisasi kepada masyarakat baik pihak BPJS yang mengundang masyarakat atau diundang masyarakat menghimbau dan mengajak masyarakat kota bandung agar mengikuti program Kartu BPJS Kesehatan yang diselenggarakan oleh pemerintah. (2; ibu siti nurjanah)

Ada lima komunikasi pemasaran yaitu *Periklanan, Promosi Penjualan, PR (hubungan masyarakat), Penjualan Personal (personal selling), Pemasaran langsung (direct marketing)*. (Kolter,1997:78)

Berikut merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Kota Bandung yang masuk ke dalam komunikasi pemasaran

4.2.1 advertising (periklanan)

Periklanan merupakan unsur yang paling penting dalam menjangkau khalayak, karena melalui periklanan pesan komunikasi yang ingin disampaikan kepada khalayak diharapkan dapat tercapai sesuai dengan rencana.

“Periklanan adalah segala bentuk pengkajian non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.” (Kolter, Jilid 2, 2006,235)

Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung berupa iklan atau media elektronik, melalui televisi, radio, website, brosur:

Sedangkan Media cetak yang digunakan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung yaitu Surat Kabar PR (pikiran rakyat), dll.

Dan ada pula Media elektronik yang digunakan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung yaitu: Media elektronik yang digunakan BPJS Kesehatan adalah Iklan Televisi dimana televisi berperan sebagai salah satu alat komunikasi dalam memasarkan atau mempromosikan Kartu kepada masyarakat.

Selain iklan televisi BPJS kesehatan Cabang Utama Kota Bandung menggunakan media elektronik lewat radio, radio yang digunakan dalam memasarkan atau mempromosikan kartu kepada masyarakat yaitu menggunakan *radio Mara FM* dan radio *Cosmos FM*, BPJS Kesehatan Cabang utama Kota Bandung bekerja sama dengan kedua radio tersebut untuk memasarkan atau mempromosikan kartu kepada masyarakat. (3; ibu siti Nurjanah)

Media luar ruangan BPJS kesehatan juga menggunakan *website* dalam memasarkan dan mempromosikan kartu kepada masyarakat iklan melalui website www.bpjs-kesehatan.go.id dalam website tersebut masyarakat dapat mengetahui kegunaan BPJS dan cara mengikuti Program tersebut bagaimana, selain itu masyarakat juga bisa mendaftarkan secara online di website tersebut.

Periklanan mempunyai peran dalam menyampaikan positioning yang diharapkan untuk jasa. Karena sifat jasa yang tidak berwujud, maka sulit mempromosikannya. Untuk itulah perusahaan memilih media berwujud sebagai sarana promosi. Media tersebut diklasifikasikan menjadi dua yaitu media *above the line* dan media *below the line*.

Media *above the line* (media lini atas) meliputi media cetak seperti surat kabar dan majalah, media elektronik seperti radio dan televisi, media luar ruangan seperti internet. Sedangkan media *below the line* (media lini

bawah) meliputi direct mail, pameran, peragaan, poin of sale, selebaran, poster, leaflet, brosur dan banyak lagi. (Kolter, Jilid 2, 2006:240)

a. Periklanan *media above the line* (media lini atas)

Periklanan Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan (BPJS) Kesehatan yang termasuk ke dalam periklanan media *above the line* (media lini atas) dalam memasarkan kartu, yaitu dengan memanfaatkan media cetak seperti surat kabar dan majalah media elektronik seperti radio dan televisi, media luar ruangan seperti internet atau website.

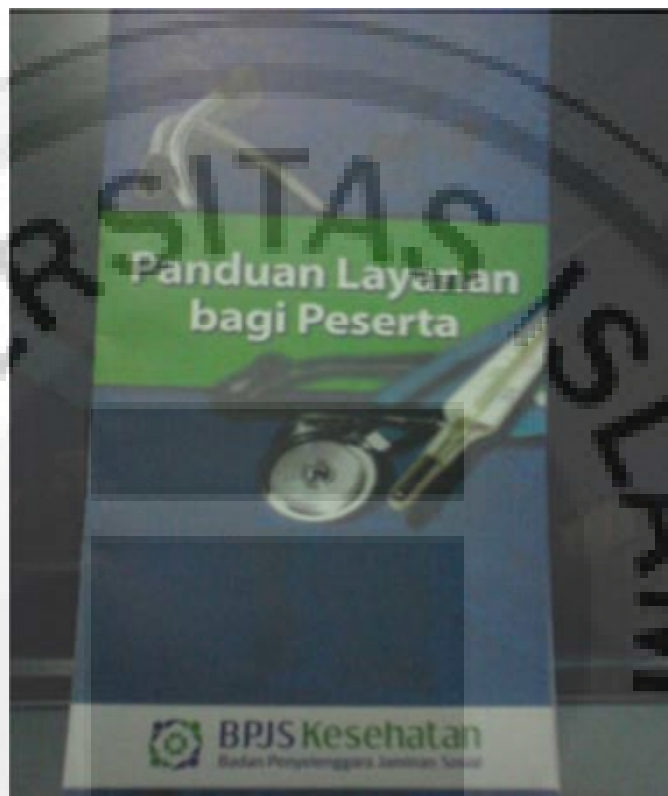
Media cetak yang digunakan BPJS dalam memasarkan dan mempromosikan kartu antara lain surat kabar yaitu Koran Pikiran rakyat (PR).

sedangkan media elektronik menggunakan media televisi sebagai sarana informasi kepada masyarakat. selain televisi media elektronik radio juga digunakan BPJS Kesehatan sebagai alat informasi dalam memasarkan dan mempromosikan kartu kepada masyarakat. radio yang ikut bekerjasama dengan BPJS Kesehatan yaitu Radio mara Fm, dan Radio Cosmos Fm yang digunakan BPJS Kesehatan dalam memasarkan dan mempromosikan kartu untuk bersosialisasi kepada masyarakat.

b. Periklanan media *below the line* (media lini bawah)

Sedangkan media *below the line* (media lini bawah) yang dilakukan Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan (BPJS)

Kesehatan cabang kota bandung yaitu dengan memanfaatkan poster, brosur sebagai sarana untuk mengenalkan program kartu kepada masyarakat kota bandung.



Gambar 4.1

Iklan Panduan Layanan Bagi peserta dalam bentuk brosur

Brosur panduan layanan peserta ini yaitu informasi atau panduan layanan bagi peserta yang ingin mengikuti program Kartu BPJS Kesehatan. Dengan adanya brosur tersebut masyarakat yang ingin mengikuti bisa mengetahui prosesnya bagaimana. karna dalam brosur tersebut terdapat antara lain;

- informasi BPJS Kesehatan, yaitu peserta jamina kesehatan adalah (1) penerima bantuan iuran Jaminan Kesehatan, (2) bukan penerima bantuan iuran Jaminan kesehatan.
- Hak Peserta, (1) mendapatkan kartu peserta sebagai bukti sah untuk memperoleh pelayanan kesehatan, (2) memperoleh manfaat dan informasi tentang hak dan kewajiban serta prosedur pelayanan kesehatan, (3) mendapatkan pelayanan kesehatan di fasilitas kesehatan yang bekerjasama dengan BPJS Kesehatan, dan (4) menyampaikan keluhan atau pengaduan, kritik dan saran secara lisan atau tertulis ke kantor BPJS Kesehatan.
- kewajiban peserta,(1) mendaftarkan dirinya sebagai peserta serta membayar iuran yang besarnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, (2) melaporkan perubahan data peserta, baik karna pernikahan, perceraian, kematian, kelahiran, pindah alamat, atau pindah fasilitas kesehatan tingkat1.

- anggota keluarga yang di tanggung, (1) pekerja penerima upah, (2) pekerja bukan penerima upah dan bukan bekerja.
- iuran, (1) peserta penerima bantuan iuran jaminan kesehatan iuran dibayar oleh pemerintah, (2) iuran peserta pekerja penerima upah yang bekerja pada lembaga pemerintahan 5% dari gaji atau upah perbulan dengan ketentuan 3% dibayar oleh pemberi kerja dan 2% dibayar oleh peserta, (3) pekerja penerima upah yang bekerja di BUMN, BUMD, dan swasta sebesar 4,5% dari gaji atau upah perbulan dengan ketentuan 4% dibayar oleh pemberi kerja dan 0,5% dibayar oleh peserta, (4) iuran untuk keluarga tambahan penerima upah besaran iuran 1% dari gaji atau upah per orang per bulan dibayar oleh pekerja penerima upah, (5) pembayaran iuran paling lambat tanggal 10 setiap bulan.
- denda keterlambatan, (1) keterlambatan iuran pekerja upah denda administratif sebesar 2% perbulan dari

total iuran yang tertunggak, (2) keterlambatan pembayaran iuran peserta bukan penerima upah dan bukan pekerja dikenakan denda keterlambatan sebesar 2% perbulan dari total iuran yang tertunggak.

- penghentian pelayanan kesehatan, (1) pekerja penerima upah, jika terjadi keterlambatan pembayaran iuran lebih dari 3 bulan maka pelayanan kesehatan dihentikan sementara, (2) pekerja bukan penerima upah dan bukan pekerja jika terjadi keterlambatan pembayaran iuran 6 bulan maka pelayanan kesehatan dihentikan sementara.
- fasilitas kesehatan bagi peserta, fasilitas kesehatan yang bekerjasama dengan BPJS Kesehatan terdiri dari; (1) fasilitas tingkat pertama yaitu puskesmas, klinik, praktek dokter umum. (2) fasilitas kesehatan tingkat lanjut yaitu RSU, RSUP, RSUD, dll.
- pelayanan kesehatan/manfaat yang dijamin, (1) pelayanan kesehatan tingkat pertama meliputi

pelayanan kesehatan non spesialisik, (2) pelayanan kesehatan rujukan tingkat lanjut meliputi pelayanan kesehatan rawat jalan dan rawat inap, (3) ambulan hanya diberikan untuk pasien rujukan dari fasilitas kesehatan lainnya dengan tujuan menyelamatkan nyawa pasien.



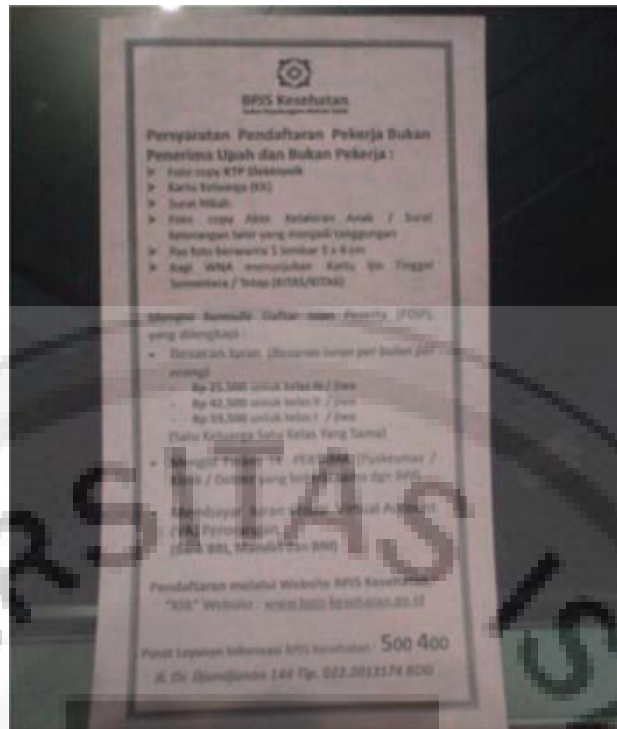
Gambar 4.2

Iklan cara pendaftaran pekerja penerima upah peserta program jaminan kesehatan BPJS Kesehatan dalam bentuk brosur

Iklan brosur pekerja penerima upah adalah setiap orang yang bekerja pada pemberi kerja dengan menerima gaji atau upah. Yang

termasuk dalam pekerja penerima upah adalah; Pegawai Negri Sipil, Anggota TNI, Anggota POLRI, Pejabat Negara, Pegawai Pemerintahan non Pegawai Negri, Pekerja lain tidak termasuk diatas yang menerima upah.

Cara pendaftaran menjadi anggota; (1) Mengisi formulir registrasi dan data seluruh karyawan dengan anggota keluarga, (2) Pemberi kerja/badan usaha menerima nomer Virtual Account (VA) Badan usaha dari petugas BPJS Kesehatan untuk dilakukan pembayaran iuran ke Bank yang telah kerjasama, (3) bukti pembayaran iuran diserahkan ke Petugas BPJS kesehatan untuk dicetakan kartu peserta, (4) pemberi kerja/badan usaha menerima kartu peserta untuk didistribusikan kepada karyawan.

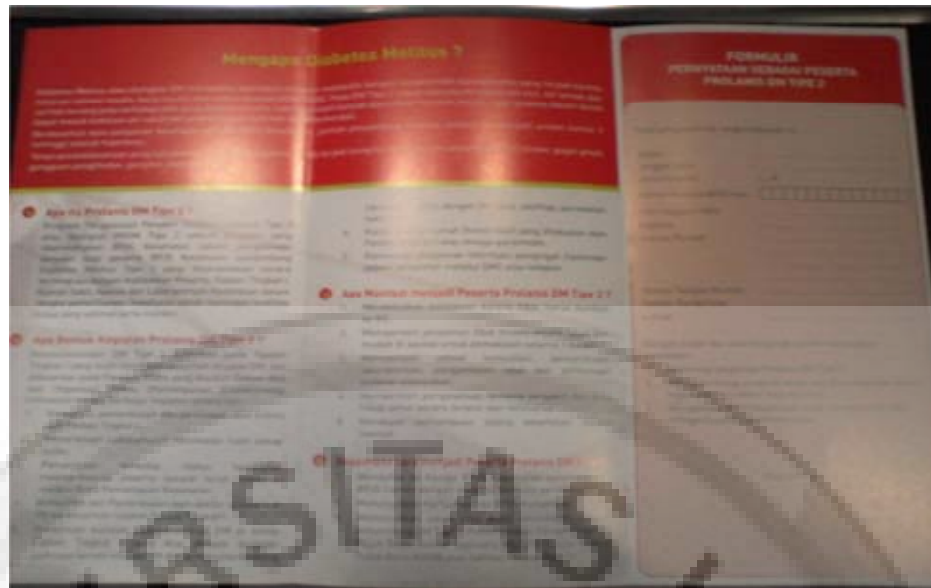


Gambar 4.3

Persyaratan Pendaftara Pekerja bukan Penerima upah dan bukan pekerja

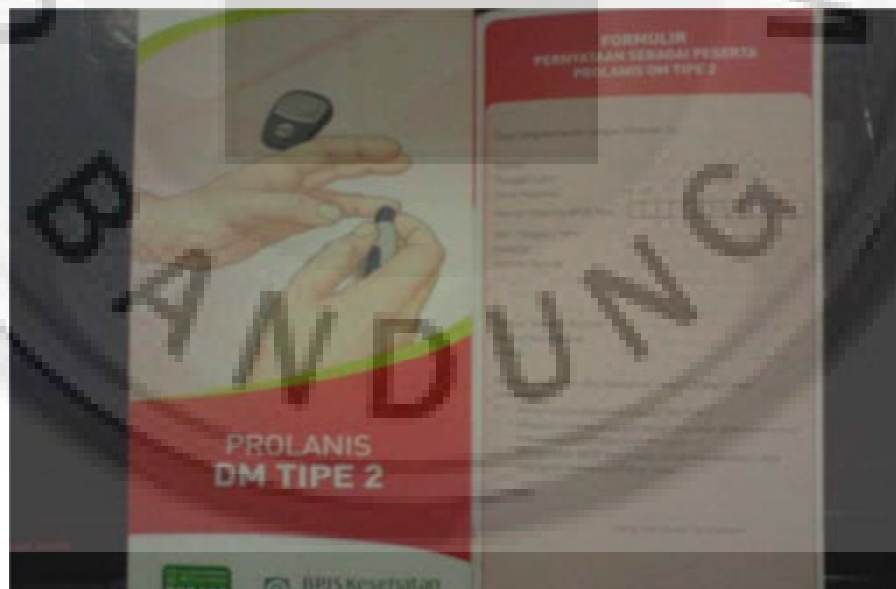
Yang terdapat di gambar 4.3 yaitu persyaratan pendaftaran pekerja bukan penerima upah dan bukan pekerja yang ingin menjadi anggota BPJS Kesehatan meliputi; fotocopy KTP, kartu keluarga, surat nikah, fotocopy akte kelahiran, foto, dll.

Ada pula program yang dikembangkan Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan (BPJS) Kesehatan dalam pengelolaan penyakit bagi peserta salah satunya yaitu peserta yang menderita Propolis DM Tipe 2 atau untuk ibu-ibu yang mempunyai anak balita yang perlu imunisasi dasar lengkap.



Gambar 4.4

Program pengelolaan penyakit diabetes melitus tipe 2



Gambar 4.5

Formulir Pernyataan Sebagai Peserta Propolis DM Tipe 2

Diabetes atau disingkat DM merupakan kelompok penyakit metabolik dengan karakteristik hiperglikemia yang terjadi karena kelainan sekresi insulin, kerja insulin atau kedua-duanya [ADA, 2005]. Pada DM Tipe 2 tubuh manusia terutama sel otot, sel lemak dan sel hati kurang peka terhadap efek kerja hormon insulin, sehingga lebih banyak dibutuhkan hormon insulin agar glukosa dalam darah dapat masuk kedalam sel tubuh dan produksi gula oleh hati dapat terkendali.

Berdasarkan data pelayanan kesehatan peserta BPJS Kesehatan, jumlah penyandang diabetes melitus menempati urutan nomor 2 tertinggi setelah hipertensi. Tanpa penatalaksanaan yang baik diabetes melitus berpotensi untuk terjadi komplikasi antara lain jantung koroner, stroke, gagal ginjal, gangguan penglihatan, gangren, impotensi, dll.

Program Pengelolaan Penyakit Diabetes Melitus Tipe 2 atau disingkat PPDM Tipe 2 adalah Program yang dikembangkan BPJS Kesehatan dalam pengelolaan penyakit bagi peserta BPJS Kesehatan Penyandang Diabetes Melitus Tipe 2 yang dilaksanakan secara terintegrasi dengan melibatkan Peserta, Faskes Tingkat 1, Rumah Sakit, Apotek Dan Laboratorium Kesehatan dalam rangka pemeliharaan kesehatan untuk mencapai kualitas hidup yang optimal serta mandiri.

Manfaat menjadi peserta Propolis DM Tipe 2 dalam program yang dikembangkan Badan Penyelenggara jaminan Kesehatan (BPJS) kesehatan antara lain yaitu;

1. Mendekatkan pelayanan karena tidak harus berobat ke RS.
2. Memproleh pelayanan obat kronis secara cepat dan mudah di apotek untuk pemakaian selama 1 (satu) bulan.
3. Memproleh jadwal konsultasi, pemeriksaan laboratorium, pengambilan obat dan pertemuan bulanan paguyuban.
4. Memproleh pengetahuan tentang penyakit dan pola hidup secara sehat secara teratur dan terstruktur.
5. Mendapat pemantauan status kesehatan secara intensif.

Bagi peserta yang ingin mendaftar menjadi peserta Propolis DM Tipe 2 caranya adalah;

1. Mendaftarkan ke kantor BPJS Kesehatan setempat atau BPJS Center dengan mengisi formulir pendaftaran.
2. Menunjukkan kartu peserta BPJS Kesehatan.
3. Menunjukkan salah satu bukti identifikasi sebagai penyandang DM Tipe 2 (rekomendasi Faskes Tingkat 1, Rujukan Balik Dokter Spesialis RS/SRB, Kartu Khusus Rujukan Balik/KKRB atau Salinan Resep Obat).

Selain Propolis DM Tipe 2 Program yang dikembangkan Badan Penyelenggara Jaminan sosial (BPJS) Kesehatan yaitu Imunisasi Dasar Lengkap program tersebut bagi peserta ibu-ibu yang mempunyai balita.



Gambar 4.6

Formulir peserta dalam pemberian imunisasi dasar lengkap pada balita

Imunisasi dasar lengkap adalah pemberian 5 (lima) vaksin imunisasi sesuai jadwal, tubuh bayi dirangsang untuk memiliki kekebalan sehingga tubuhnya mampu melawan serangan berbagai penyakit. Pada masa awal kehidupannya, bayi sangat rentan terkena penyakit berbahaya, seperti polio, tetanus, dan campak. Pemberian imunisasi dasar lengkap berguna untuk memberi perlindungan menyeluruh terhadap penyakit-penyakit berbahaya.

Imunisasi sangat penting dilakukan pada balita karna pada umur tersebut mereka masih sangat rentan terhadap penyakit. Oleh karena itu, hendaknya para orang tua lebih memperhatikan jadwal imunisasi bagi anaknya.

Badan penyelenggara jaminan sosial (BPJS) Kesehatan membuat program imunisasi dasar lengkap untuk memudahkan para ibu-ibu dalam mengimunitasikan kepada anaknya/balita agar terlindungi dari penyakit berbahaya. Program Imunisasi dasar lengkap ini dapat diperoleh pada puskesmas di seluruh Indonesia dan tidak dipungut biaya (gratis) dan merupakan program pemerintahan.

4.2.2 Personal selling (penjualan perseorangan)

Penjualan perseorangan merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya (Kolter, Jilid 2, 2006:251)

Bauran komunikasi pemasaran dengan melakukan penjualan perseorangan (personal selling) juga dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kesehatan cabang utama kota Bandung yaitu dengan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat. Dalam personal selling terjadi interaksi langsung, saling tatap muka antara penjual dan pembeli. Atau lebih identik dengan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan yang di ajukan

oleh masyarakat tentang program kartu BPJS kesehatan. (4; ibu dini lazuardini)

Bentuk personal selling (penjualan langsung) yang dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung yaitu aktif mengikuti sosialisasi kepada masyarakat. baik dari pihak BPJS yang diundang perusahaan untuk melakukan sosialisasi atau atau sebaliknya. (5; ibu dini lazuardini)

Kegiatan sosialisasi yang diadakan BPJS Kesehatan yaitu antara lain;

- Memberitahukan masyarakat apa itu BPJS, fungsinya agar masyarakat bisa tau apa itu BPJS Kesehatan, karna mungkin masyarakat kita ada yang belum mengetahui BPJS itu apa.
- Menginformasikan kepada masyarakat cara untuk menjadi anggota BPJS Kesehatan.
- Menginformasikan kepada masyarakat persyaratan dan prosedur untuk pembuatan kartu.
- Menginformasikan iuran yang di ambil setiap peserta dari berbagai golongan/tingkatan berapa.
- Menginformasikan kepada masyarakat siapa saja anggota yang ditanggung dalam program BPJS Kesehatan, baik pekerja penerima upah atau bukan penerima upah dan bukan bekerja.

- Menginformasikan kepada masyarakat hak peserta dalam menjadi anggota Program BPJS Kesehatan.
- Menginformasikan kepada masyarakat tentang denda keterlambatan pembayaran iuran kepada masyarakat yang dimana jika telat membayar iuran denda maka akan dihentikan untuk sementara.
- Menginformasikan kepada masyarakat fasilitas kesehatan bagi peserta.
- Menginformasikan kepada masyarakat pelayanan kesehatan atau manfaat yang dijamin oleh peserta.
- Dan menginformasikan kepada masyarakat pelayanan kesehatan yang tidak dijamin oleh peserta.

Itu salah satu kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan BPJS Kesehatan dalam mensosialisasi kepada masyarakat tentang Program Kartu BPJS Kesehatan yang di lakukan BPJS Kesehatan dalam memasarkan dan mempromosikan kartu BPJS Kesehatan kepada masyarakat.

Tujuan menginformasikan kepada masyarakat tentang Kartu BPJS Kesehatan yang di harapkan masyarakat menjadi lebih mengetahui Program Kartu BPJS kesehatan karna program ini adalah program pemerintah maka BPJS Kesehatan Cabang Utama Kota Bandung menghimbau dan mengajak masyarakat kota bandung untuk mengikuti Program Kartu BPJS Kesehatan.

(6; ibu siti nurjanah)

Peserta/Undangan sosialisasi BPJS Kesehatan meliputi

- Pemerintahan, yang dilakukan BPJS Kesehatan yaitu melakukan sosialisasi masyarakat yang bekerja di pemerintahan.
- Pegawai Negri, yang dilakukan BPJS Kesehatan yaitu melakukan sosialisasi kepada masyarakat yang bekerja menjadi pegawai negri TNI, POLRI, PNS, dll.
- Prusahaan Swasta, yang dilakukan BPJS Kesehatan yaitu melakukan sosialisasi kepada masyarakat yang bekerja di Prusahaan.
- masyarakat, yang dilakukan BPJS Kesehatan yaitu melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan mendatangi wilayah atau daerah-daerah, seperti melakukan sosialisasi ke kecamatan, kelurahan, puskesmas, dll.
- media cetak dan elektronik, selain terjun langsung kepada masyarakat media cetak dan elektronik juga digunakan BPJS Kesehatan dalam mensosialisasi kepada masyarakat. media cetak yang digunakan BPJS Kesehatan berupa iklan harian yaitu surat kabar/koran, sedangkan media elektronik yang digunakan BPJS Kesehatan yaitu seperti televisi, dan radio dimana radio yang digunakan untuk mensosialisasi kepada masyarakat kota bandung yaitu radio Mara Fm dan Cosmos Fm.
-

4.2.3 Sales Promotion (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan merupakan sebuah teknik yang memiliki potensial sangat signifikan untuk memperbaiki penjualan jangka pendek dan efektifitas pun dapat diukur. Meskipun nilai strateginya masih menjadi bahan perdebatan, namun promosi penjualannya tetap merupakan sarana pemasaran yang penting. Promosi penjualan terdiri dari semua kegiatan pemasaran yang mencoba merangsang terjadinya aksi pembelian suatu produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu yang singkat (Kolter, Jilid2, 2006:263)

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Kota Bandung tidak menggunakan komunikasi pemasaran dalam bentuk sales promotion (promosi penjualan) dikarenakan BPJS kesehatan sudah tidak perlu lagi menggunakan komunikasi pemasaran sales promotion karna BPJS kesehatan ini adalah program pemerintahan. Maka dari itu BPJS kesehatan tidak menggunakan komunikasi pemasaran dalam bentuk Sales Promotion (promosi penjualan). (6 :ibu dini lazuardini)

4.2.4 Public Relations (Hubungan masyarakat)

PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terancam dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Hal ini diungkapkan ibu Siti Nurjanah Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Kota Bandung untuk saat ini tidak

menggunakan Komunikasi Pemasaran dalam bentuk *Public Relations* (*Hubungan masyarakat*).

4.2.5 Direct Marketing (Pemasaran Langsung)

Direct Marketing juga merupakan sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media periklanan untuk menghasilkan tanggapan yang dapat diukur atau transaksi pada lokasi manapun. *Direct Marketing* merupakan teknik yang dapat menjangkau seluruh audiens dengan baik tanpa adanya tatap muka, dan tergantung bagaimana teknik penyampainnya. Dalam *Direct Marketing*, komunikasi promosi ditujukan langsung pada konsumen individual, dengan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi oleh konsumen yang bersangkutan menggunakan media komunikasi non personal (telepon, surat, e-mail, dll) untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan.

Contoh : katalog, pemasaran telpon, kios, internet, dan lain sebagainya. (kolter,2006:117)



Gambar 4.7

Layanan informasi

Layanan informasi melalui telepon menjadi tempat masyarakat dalam membutuhkan informasi atau keluhan tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan seputar tentang BPJS Kesehatan. Dengan adanya layanan informasi masyarakat akan lebih mudah mendapatkan informasi yang diinginkan masyarakat.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Cabang Kota Bandung menggunakan komunikasi pemasaran *direct marketing* (Pemasaran Langsung), ini dikarenakan BPJS cabang kota bandung selain menggunakan

pemasaran telepon/layanan telepon juga menggunakan media internet (websites) sebagai tempat promosi dalam memasarkan kartu, karena dalam website tersebut kita bisa mengetahui tentang BPJS kesehatan, prosedur/persyaratan untuk mendaftar sebagai peserta, dan informasi tentang pembuatan kartu BPJS kesehatan. Bukan hanya di media internet, televisi dan radio juga digunakan BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan kartu.

Dari beberapa kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan dirasa sudah cukup efektif sejauh ini, sebagian besar mengetahui tentang program kartu BPJS kesehatan yang diadakan pemerintah. Dari yang awalnya tidak mengetahui program kartu BPJS kesehatan menjadi tahu, semua itu tidak lepas dari kegiatan komunikasi yang dilakukan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang Kota Bandung dalam mempromosikan kartu BPJS kesehatan.

4.2 Faktor Pendukung yang dihadapi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan.

4.2.1 Dukungan Pemerintah

Dukungan yang sangat besar didapatkan dari pemerintah karena Peran pemerintah tentu sangat dibutuhkan mengingat BPJS Kesehatan merupakan program yang dicanangkan oleh pemerintah kita. Dukungan pemerintah kepada BPJS Kesehatan dalam bentuk keikutsertaan mempromosikan BPJS Kesehatan kepada masyarakat. (7; bapak gilang yoga)

4.3.2 Dukungan Lapisan Masyarakat

Selain dukungan dari pemerintah dukungan yang sangat besar dari Masyarakat menjadi elemen paling penting dalam menjalankan program BPJS ini. Karena sasaran dari program BPJS adalah masyarakat bisa ikut bergabung dan memilih BPJS sebagai jaminan kesehatannya. Kepercayaan masyarakat juga menjadi inti utama dalam mendukung BPJS sebagai program yang terpercaya dan mampu melayani berbagai lapisan masyarakat. (6; siti nurjanah)

Puluhan masyarakat dari kecamatan cicendo sangat antusias ketika diadakan sosialisasi tentang Program Kartu BPJS Kesehatan yang diadakan oleh BPJS Kesehatan Cabang Kota Bandung dalam memasarkan dan mempromosikan kartu, mereka pun diberikan pemahaman tentang BPJS Kesehatan.



Gambar 4.8

Antusias masyarakat dalam mengikuti sosialisasi BPJS Kesehatan di kecamatan cicendo

(sumber : Arsip BPJS Kesehatan)



Gambar 4.9

Antusias masyarakat dalam mengikuti sosialisasi di kantor BPJS Kesehatan
Cabang Kota Bandung

(Sumber : arsip BPJS Kesehatan)

4.4 Faktor Penghambat yang dihadapi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan.

4.4.1 Jangkauan Masyarakat di Daerah Pedalaman

Faktor penghambat dalam memasarkan dan mempromosikan kartu kepada masyarakat yaitu Sulitnya menjangkau masyarakat di daerah pedalaman menjadi penghambat bagi BPJS Kesehatan untuk mensosialisasikan program pemerintah ini. Makanya banyak lapisan masyarakat dipedalaman yang masih asing mendengar program pemerintah

ini. Kurangnya akses jalan masuk ke daerah terpencil dengan jalan yang susah ditempuh menjadi penghambat bagi BPJS Kesehatan dalam memasarkan dan mensosialisasi kepada masyarakat. Jadi program BPJS dalam memasarkan atau mensosialisasikan masih tidak merata ke berbagai daerah yang terpencil.

4.4.2 Kurang partisipasi sebagian masyarakat

Selain jangkauan masyarakat yang belum merata dalam mempromosikan atau memasarkan kartu kurangnya partisipasi masyarakat dalam mengikuti sosialisasi yang diadakan BPJS Kesehatan itu menjadi faktor penghambat dalam memasarkan dan mempromosikan kartu.

Masih sedikit sekali masyarakat yang berinisiatif hadir ke tempat sosialisasi yang diadakan oleh BPJS Kesehatan, padahal jika masyarakat mau mengikuti dan insiatif meluangkan waktu untuk hadir dalam sosialisasi yang di adakan BPJS Kesehatan dalam memasarkan dan mempromosikan kartu mungkin masyarakat dapat mengetahui informasi tentang BPJS dan tahu cara mengikutinnya seperti apa. Karna Program ini dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan jaminan kesehatan yang layak.