

SKRIPSI

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN
CITRA BADAN PENYELENGGARA JAMINAN SOSIAL
KESEHATAN KOTA MAKASSAR**



Oleh:

SRI NUR ARMI

Nomor Induk Mahasiswa : 105611100917

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN AKHIR

Judul Penelitian : Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra
Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan
Kota Makassar

Nama Mahasiswa : Sri Nur Armi

Nomor Induk Mahasiswa : 10561.11009.17

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

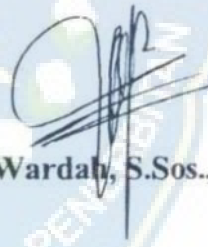


Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Drs. H. Anwar Parawangi, M.Si



Wardah, S.Sos., M.A

Mengetahui

Dekan Fisipol
Unismuh Makassar

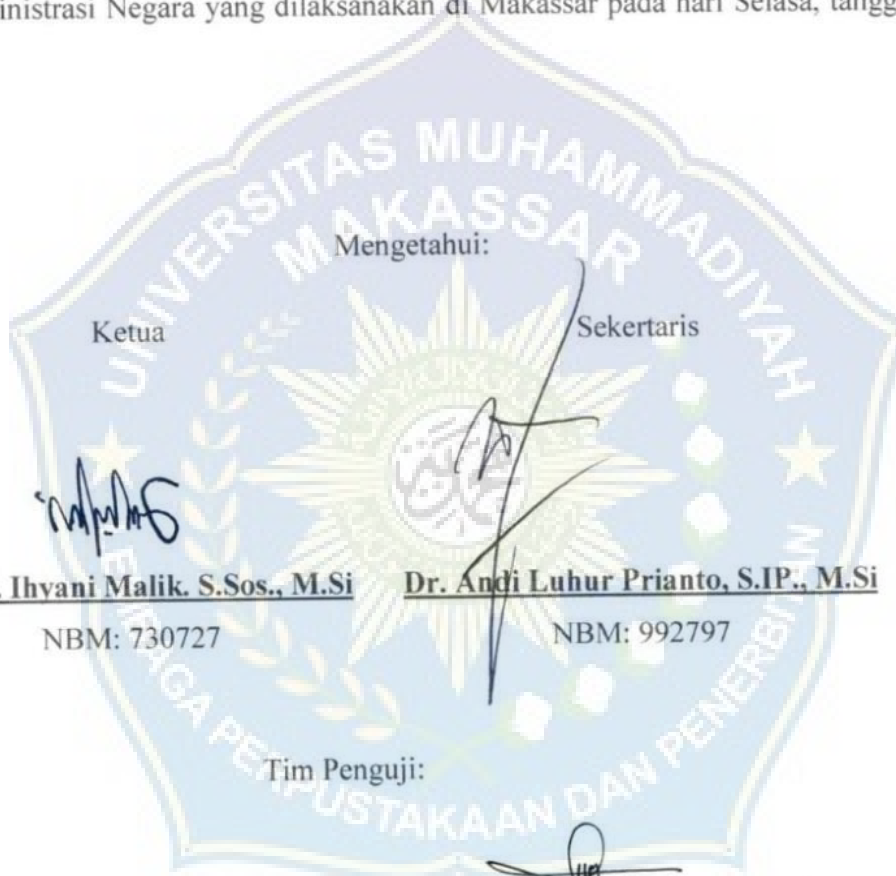
Ketua Program Studi
Ilmu Administrasi Negara


Dr. H. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM. 730727


Dr. Nur Wahid, S.Sos., M.Si
NBM. 991742

HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor 0174/FSP/A.4-II/VIII/45/2023 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Ilmu Administrasi Negara yang dilaksanakan di Makassar pada hari Selasa, tanggal 15 Agustus 2023



Mengetahui:

Ketua

Sekretaris

Dr. Hj. Ihvani Malik, S.Sos., M.Si

NBM: 730727

Dr. Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si


NBM: 992797

Tim Penguji:


1. Dr. Jaelan Usman, M.Si

()

2. Dr. Hj. Sudarmi, M.Si

()

3. Wardah, S.Sos., M.A

()

4. Hardianto Hawing, S.T., M.A

()

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Sri Nur Armi

Nomor Induk Mahasiswa : 10561 11009 17

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Menyatakan bahwa benar penelitian ini adalah karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 9 Agustus 2023

Yang Menyatakan,

Sri Nur Armi



ABSTRAK

Sri Nur Armi, 2023. **Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Kota Makassar** (dibimbing oleh Dr. Drs. H. Anwar Parawangi, M.Si dan Wardah, S.Sos)

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui strategi *Public Relations* Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kota Makassar dalam membangun citra (2) untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kota Makassar dalam membangun citra. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan tugas-tugasnya *Public Relations* BPJS Kesehatan kota makassar yaitu sebagai pemberi penjelasan telah menjalankan tugasnya dengan memberikan penjelasan, meluruskan hal-hal yang menyimpang atau masyarakat pertanyakan terhadap perusahaan dan sebagai fasilitator komunikasi juga telah baik dengan memanfaatkan media sosial, media cetak, media elektronik sebagai pusat informasi dan publikasi kepada publik dalam mempertahankan citra perusahaan BPJS Kesehatan kota Makassar. Dalam aspek faktor pendukung Kerjasama yang baik dengan pihak eksternal seperti kerjasama dengan beberapa pihak seperti perusahaan dan instansi yang ada di wilayah lingkup kota makassar. faktor penghambat adalah kurangnya partisipasi masyarakat dalam keikutsertaan sebagai peserta BPJS Kesehatan dan Perbedaan sudut pandang yang dimaksud adalah media dalam mempublikasikan pemberitaan BPJS Kesehatan Kota Makassar secara tidak utuh. Perbedaan ini biasa muncul akibat adanya komplain masyarakat sehingga terkadang ada media yang menggiring opini tentang layanan BPJS Kesehatan sehingga membuat masyarakat mendapat informasi yang tidak utuh.

Kata kunci: Strategi, *Public Relations* , Membangun, Citra, BPJS Kesehatan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberi berbagai karunia dan nikmat yang tiada terhitung kepada seluruh makhluknya terutama manusia. Demikian pula salam dan shalawat kepada Nabi kita Muhammad SAW yang merupakan panutan dan contoh kita di akhir zaman. Dengan keyakinan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Kota Makassar”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang saya ajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat Bapak Dr. Drs. H. Anwar Parawangi, M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Wardah, S.Sos selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Secara khusus penulis sampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta dan tersayang Ayahanda dan Ibunda yang sangat berjasa dalam membesarkan, merawat dan memberikan pendidikan sampai jenjang saat ini, yang tidak pernah bosan untuk mendoakan, menyemangati, memotivasi serta memberikan bantuan moril maupun materil sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dan tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan pada program S1 Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. Nur Wahid, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Ibu Nurbiah Tahir, S.Sos., M.AP selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberi ilmu kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Pihak BPJS Kesehatan Kota Makassar yang telah banyak memberikan informasi dan data yang dibutuhkan selama penelitian berlangsung.
7. Saudara(i)ku angkatan 2017 Ilmu Administrasi Negara selaku teman seperjuangan dalam meraih cita-cita yang telah banyak memberikan saran, motivasi dan selalu setia menemani saya dalam suka maupun duka, serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung terselesaikannya skripsi

ini.

Dan seluruh rekan serta pihak yang penulis tidak sebutkan namanya satu persatu, penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga atas bantuan dan doanya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini sangatlah jauh dari kata sempurna. Dan demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun penulis sangat diharapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar, 09 Agustus 2023
Penulis,

Sri Nur Armi



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Konsep dan Teori.....	10
C. Kerangka Pikir	29
D. Fokus Penelitian.....	30
E. Deskripsi Fokus Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Lokasi	33
B. Jenis dan Tipe Penelitian	33
C. Informan	33
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Teknik Analisis Data	35
F. Teknik Pengabsahan Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	38
B. Hasil Penelitian.....	47
C. Pembahasan	59
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58

B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak 1 Mei 2010, telah diterbitkan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Lahirnya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik berdasar pada UUD 1945 Pasal 28 huruf f mengamanatkan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengelola, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Informasi Publik pada hakekatnya adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan Badan Publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik. Badan Publik sendiri diartikan dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik Nomor 14 tahun 2008 sebagai lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif, dan badan lain yang fungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan negara yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara dan/atau anggaran pendapatan dan belanja daerah, atau organisasi non pemerintah sepanjang sebagian atau seluruh dananya bersumber sumbangan masyarakat dan/atau luar negeri.

Dengan lahirnya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik, menuntut adanya tata kelola pemerintahan yang baik serta mensyaratkan adanya akuntabilitas transparansi dan peran serta masyarakat. Kebutuhan akan informasi sudah menjadi bagian keseharian kehidupan bermasyarakat. Dan bidang Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public Relations* menjadi salah satu peran penting dalam hal ini sebagai bentuk dari pelayanan publik pemerintah. Menurut Newsom dan Scott dalam Ardianto (2012) bahwa *Public Relations* adalah tanggung jawab dan sikap tanggap dalam kebijakan dan informasi demi kepentingan utama lembaga bersangkutan dan masyarakatnya.

Kehumasan atau *Public Relations* merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari organisasi. Keberadaannya menjadi sebab keunggulan dan penunjang keberhasilan organisasi. Karena pada dasarnya kehumasan sebagai jembatan penghubung (mediator) antara organisasi dan publik melalui komunikasi. Humas bertujuan untuk memelihara kepercayaan publik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan organisasi.

Rahma (2022), menyebutkan proses komunikasi dari kehumasan dilakukan untuk memberikan informasi atau pesan dan membuat khalayak menerima informasi tersebut. Informasi yang disampaikan praktisi kehumasan dapat mempengaruhi dan merubah sikap, perilaku, dan pengetahuan publik sarasannya. Sehingga hasil dari aktivitas kehumasan adalah *good will* dan *good image*.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan merupakan Badan Usaha Milik Negara yang ditugaskan khusus oleh pemerintah untuk

menyelenggarakan jaminan pemeliharaan kesehatan bagi seluruh rakyat Indonesia, terutama untuk Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun PNS dan TNI/POLRI, Veteran, Perintis Kemerdekaan berserta keluarganya dan Badan Usaha lainnya ataupun rakyat biasa.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan adalah program pemerintah yang mulai beroperasi sejak tanggal 1 Januari 2014. Sebelumnya BPJS Kesehatan bernama Askes (Asuransi Kesehatan) yang dikelola oleh PT Askes Indonesia (Persero), namun sesuai UU No. 24 Tahun 2011 tentang BPJS, PT Askes Indonesia berubah menjadi BPJS Kesehatan sejak tanggal 1 Januari 2014.

Masalah kesehatan di Indonesia yang tidak kunjung usai membuat pemerintah harus mengambil tindakan supaya masyarakat tetap dapat merasakan keadilan dan memperoleh haknya serta tidak menimbulkan kerugian. Guna meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat pemerintah mengadakan jaminan sosial. Jaminan sosial ini diselenggarakan oleh pemerintah yang berguna untuk memenuhi kebutuhan hidup dasar yang layak, dimulai dari Jamkesmas, Jamkesda, AKSES dan yang terbaru adalah Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan (M. Pertiwi & Nurcahyanto, 2017) yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) kemudian berubah menjadi Badan Hukum Publik yang bertugas untuk menyelenggarakan jaminan kesehatan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Tabel 1.1
Kasus dan keluhan terhadap pelayanan BPJS kesehatan
Berbagai daerah Di Indonesia

No	Tanggal	Sumber	Kasus
1.	10/04/2021	Ombudsman.go.id (Hery Susanto anggota Ombudsman RI)	penyelenggaraan jaminan kesehatan nasional (JKN) masih banyak dikeluhkan masyarakat, masalah pelayanan BPJS kesehatan yang banyak diadukan meliputi antrean pelayanan, pasien yang ditolak rumah sakit atau fasilitas kesehatan selain itu tindakan tertentu seperti operasi yang kerap mundur atau sulitnya mendapatkan jadwal tindakan
2.	20/1/2018	Ombudsman.go.id (miftahul Hadi Kepala Perwakilan Ombudsman jatim)	Ditemukan 11 kesalahan administrasi dikantor BPJS kesehatan diantaranya tidak ada loket khusus ibu hamil, lansia, dan penyandang disabilitas. Tidak ada ruang menyusui, tidak ada prosedur dan tata cara penyampaian pengaduan, dan tidak ada sarana pengukur kepuasan.
3.	7/03/2018	Tempo.co (Gerry A kepala cabang BPJS Selong NTB)	PIIP (Program pemberian informasi dan pengelolaan pengaduan) belum di manfaatkan oleh fasilitas kesehatan
4.	19/12/2017	Riauonline.co.id (Chairilumam, asisten Ombudsman RI perwakilan riau)	Ditemukan 14 permasalahan di FTKP, diantaranya yang menjadi sorotan antara lain keterbatasan SDM& fasilitas kompetensi petugas kurang memadai dan kehabisan obat

Sumber: Data diolah 2023

Dengan berbagai permasalahan yang di alami BPJS diseluruh Indonesia, BPJS Kota Makassar juga mengalami beberapa permasalahan. Melalui observasi awal oleh peneliti melalui media online. Menemukan masih adanya keluhan dari masyarakat yaitu:

"Saya adalah salah satu peserta BPJS Kesehatan, selama ini saya hanya banyak melihat keluhan peserta BPJS melalui media koran. Tapi beberapa waktu lalu kami yang mengalaminya langsung. Ada keluarga saya yang juga peserta BPJS dipersulit waktu mau berobat di salah satu rumah sakit pemerintah di Kota Makassar. Pasien sudah tidak bisa menahan sakitnya tapi belum bisa ditangani karena masih harus mengurus administrasi dan

lain sebagainya,” Ungkap Andi Hafid via rilis ke Tribun, Selasa (26/2/2019). Penulis: Muh. Hasim Arfah | Editor: Hasrul

Keluhan selanjutnya berdasarkan ringkasan ulasan google BPJS kota Makassar terdapat keluhan masyarakat seperti yang dikeluhkan oleh Ilhanul hakim pada bulan januari 2023 yang mengatakan pelayanan sangat tidak memuaskan dikarenakan antrian panjang dan hanya satu loket yang beroperasi. Silvia Safitri menulis di kolom ulasan pada bulan juli 2022 juga mengeluhkan tentang pelayanan customer servis yang tidak ramah, tidak informatif dan tidak profesional. Keluhan selanjutnya dari Adiyatma ramadhan pada bulan januari 2023 menulis keluhan tentang antrian yang sangat meresahkan dikarenakan penumpukan antrian akibat pelayanan yang lambat dari petugas loket.

Sebagai salah satu lembaga jaminan sosial berskala nasional bukanlah hal yang mudah untuk menjalankan dan mewujudkan sistem jaminan kesehatan yang berkualitas, berkesinambungan dan menyeluruh. BPJS Kesehatan yang diamanatkan oleh pemerintah agar memberikan jaminan kesehatan bagi seluruh lapisan rakyat di Indonesia ini, pastilah menemukan kendala dalam pelaksanaan termasuk dalam memberi ataupun menjaga kepercayaan masyarakat akan sistem jaminan kesehatan tersebut, maka dibutuhkan sebuah konsep, strategi serta langkah-langkah yang efektif untuk mencapai keberhasilan dalam memberikan pelayanan fasilitas kesehatan dan meningkatkan kepercayaan peserta maupun calon peserta BPJS Kesehatan (Putri, 2017).

Penulis memilih BPJS Kesehatan Kota Makassar ini karena lembaga tersebut sangat memiliki peran di masyarakat dalam hal menyelenggarakan pemeliharaan kesehatan. BPJS Kesehatan melakukan berbagai kiat untuk menarik

perhatian hingga membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga ini dengan melakukan promosi melalui media elektronik, media cetak, serta media sosial khususnya di Kota Makassar.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi *Public Relations* Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Kota Makassar dalam Membangun Citra”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, adapun permasalahan yang dijadikan sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi *Public Relations* Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kota Makassar dalam membangun citra?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi *Public Relations* Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan kota Makassar dalam membangun citra?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi *Public Relations* Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kota Makassar dalam membangun citra?
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kota Makassar dalam

membangun citra?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis:

Sebagai referensi ilmiah dalam kajian Ilmu Administrasi Publik

2. Manfaat Praktis:

- a. Sebagai persyaratan wajib dalam penyelesaian studi pada sarjana Ilmu Administrasi Publik Universitas Muhammadiyah Makassar.
- b. Sebagai sumber yang dapat dijadikan masukan ataupun usulan bagi Kantor BPJS Kesehatan Kota Makassar khususnya pada bagian *Public Relations*.



BAB II

TINAJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang mungkin memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian dan Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian dan Perbedaan Penelitian
1	Humairah, (2019) dengan judul penelitian “Strategi <i>Public Relations</i> Bank Muamalat Indonesia (BMI) Dalam Membangun Citra Perusahaan”	Adapun jenis penelitian digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan <i>Public Relations</i> Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bengkulu dalam mempertahankan citra perusahaan yaitu datang ke rumah nasabah untuk sosialisasi mengenai produk Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bengkulu, datang ke pengajian dengan tujuan edukasi tentang produk, dan membagikan brosur yang sudah dicetak sebelumnya. Jenis strategi lain seperti corporate social responbility dan	1. Adapun persamaannya adalah sama-sama meneliti bagaimana strategi <i>Public Relations</i> dalam membangun citra perusahaan. 2. Perbedaannya adalah objek penelitian ini membahas strategi <i>Public Relations</i> bank yang berbasis syariah, sedangkan peneliti membahas strategi <i>Public Relations</i> BPJS Kesehatan Kota Makassar dalam membangun citra.

		etika berpakaian dari pihak internal.	
2.	Ridha, (2014) dengan judul penelitian “Strategi <i>Public Relations</i> Membangun Citra Perusahaan Pada Excellent Islamic School (EXISS) A BA TA Srengseng Jakarta Barat “	Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mereka menggunakan berbagai macam strategi dalam melakukan promosi sekolah ke masyarakat. Strategi tersebut antara lain menggunakan media elektronik berupa <i>website</i> perusahaan, <i>mailing list</i> , dan juga program yang sedang dikembangkan saat ini yaitu <i>talk fasion</i> dimana program tersebut merupakan program yang tidak dimiliki oleh sekolah-sekolah setingkat lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> Adapun persamaannya adalah sama-sama menggunakan analisis deskriptif dan membahas tentang <i>Public Relations</i> Perbedaannya adalah objek penelitian ini membahas strategi <i>Public Relations</i> sekolah berbasis islami, sedangkan peneliti membahas strategi <i>Public Relations</i> BPJS Kota Makassar dalam membangun citra.
3.	Syamsuddin, (2022) dengan judul penelitian “ <i>Public Relations</i> Kota Balikpapan”	Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Hasil Penelitian <i>Public Relations</i> Pemerintah di Kota Balikpapan, terdapat tugas-tugas yang mempengaruhi citra Pemerintah Kota Balikpapan, yaitu tugas sebagai juru bicara pemerintah. Dalam aspek juru bicara pemerintah Humas dan Protokol atau <i>Public Relations</i>	<ol style="list-style-type: none"> Adapun persamaannya adalah sama-sama meneliti bagaimana strategi atau peran <i>Public Relations</i> dalam mempengaruhi ataupun membangun citra. Perbedaannya adalah terdapat pada institusi dimana peneliti terdahulu meneliti di pemerintahan Kota Balikpapan

		<p>Pemerintah Di Kota Balikpapan telah menjalankan tugasnya dengan memberikan penjelasan dan meluruskan terhadap hal-hal yang menyimpang atau yang masyarakat pertanyakan kepada pemerintah.</p>	<p>sementara peneliti akan melakukan penelitian di Kantor BPJS Kesehatan Kota Makassar.</p>
--	--	--	---

Sumber: Olahan Peneliti dari berbagai Sumber

B. Konsep dan Teori

1. Strategi Humas

a. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia definisi strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Adapun menurut Ahmad S. Adnanputra pakar humas dalam naskahnya yang berjudul *Public Relations Strategi* mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan suatu rencana (*plan*) adalah produk dari perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen (Sari, 2019)

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Berpikir staretgi meliputi tindakan memperkirakan atau membangun tujuan masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang akan membantu atau yang akan menghalangi tercapainya tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan (Bagus, 2019).

Menurut Cutlip Center Broom dalam Bagus (2019), perencanaan strategi bidang humas meliputi kegiatan :

- 1) Membuat Keputusan mengenai sasaran dan tujuan program.
- 2) Melakukan identifikasi khalayak penentu.
- 3) Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan startegi yang akan dipilih.
- 4) Memutuskan strategi yang akan digunakan.

Sedangkan menurut Mintzberg dalam Sari (2019), setidaknya ada lima kegunaan dari kata strategi yakni:

- 1) Sebuah rencana, suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar.
- 2) Sebuah cara, suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor.
- 3) Sebuah pola, dalam suatu rangkaian tindakan.
- 4) Sebuah posisi, suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan.
- 5) Sebuah perspektif, suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.

Sementara.

Dari beberapa definisi mengenai strategi, secara umum strategi merupakan teknik yang disusun untuk mencapai sebuah kemenangan atau tujuan tertentu. Strategi ini pada umumnya berkaitan dengan organisasi, dimana strategi dirancang oleh petinggi atau pemimpin organisasi supaya langkah yang dilakukan organisasinya dapat mencapai sasaran.

b. Jenis Strategi

Menurut George A. Steiner pada buku yang berjudul Kebijakan dan Strategi Manajemen dalam Sari (2019) dikatakan bahwa tidak ada klasifikasi atau

pengelompokan strategi yang diterima secara umum. Hanya saja dapat dilakukan penggolongan menurut dimensi strateginya:

- 1) Klasifikasi berdasarkan ruang lingkup yakni strategi dapat lebih luas atau lebih sempit sesuai dengan pemahaman.
- 2) Klasifikasi berdasarkan hubungannya dengan tingkat organisasi yakni strategi yang berdasar pada jenjang setiap divisi yang memiliki strateginya masing-masing dan merupakan cabang dari strategi utama sebuah badan.
- 3) Klasifikasi berdasarkan keterkaitan strategi dengan sumber material atau bukan material yakni dengan melihat bentuk fisik seperti SDM yang tersedia atau gaya manajemen, pola pikir atau falsafah perusahaan.
- 4) Klasifikasi berdasarkan tujuan dan fungsi sebagai contoh pertumbuhan adalah sasaran utama dari kebanyakan perusahaan dan terdapat banyak strategi yang dapat dipilih untuk menjamin pertumbuhan tersebut.
- 5) Klasifikasi berdasarkan strategi pribadi manajer. Semakin tinggi tingkat manajer, semakin penting artinya strategi ini bagi kehidupan organisasi.

2. *Public Relatios*

a. *Pengertian Public Relatios*

Public Relations merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai publik, mereka berhak mengetahui rencana kebijaksanaan aktivitas, program kerja dan rencana usaha-usaha suatu organisasi/perusahaan berdasarkan keadaan, harapan-harapan dan sesuai dengan keinginan publik sarannya. Keutamaan utama dari *Public Relations* dalam

mewakili top manajemen suatu lembaga atau organisasi tersebut, merupakan bentuk kegiatan two ways communication adalah ciri khas dari fungsi dan peranan *Public Relations*. Hal tersebut dikarenakan salah satu tugas *Public Relations* adalah bertindak sebagai narasumber informasi dan merupakan saluran informasi Rosady Roslan dalam (Humairah, 2019).

Elvinaro Ardiato dalam Amaliah (2015) *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik.

Menurut International *Public Relations Associations* (IPRA) dalam (Sulandjari & Nanda, 2020), humas adalah fungsi manajemen yang memiliki ciri yang terencana dan kontinu melalui organisasi dan lembaga pemerintah (public) atau swasta untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka. Sebagai sebuah profesi, seorang praktisi humas bertanggung jawab memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Pengertian humas pemerintah (government relations) yaitu semua tindakan yang dilakukan oleh organisasi/instansi dalam usaha membina hubungan secara harmonis dengan publiknya serta membina martabat organisasi/instansi dari pandangan publik guna untuk memperoleh pengertian, kerjasama, dukungan serta

kepercayaan dari publik dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya. Hubungan Masyarakat (Humas) yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun Humas Pemerintah juga melakukan hal yang Sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Humas Pemerintahan lebih menekankan pada public services atau demi meningkatkan pelayanan umum bagi masyarakat (Syamsuddin, 2022).

Dari berbagai tugas yang harus dilakukan oleh seorang PR, tujuan yang paling ingin dicapai dalam bidang *Public Relations* adalah keberhasilan dalam komunikasi internal dan eksternal. Tujuan sentral dari *Public Relations* adalah mengacu kepada kepentingan pencapaian sasaran (target) yaitu masyarakat (Safitri, 2014). Menurut Lattimore dalam (Syamsuddin, 2022) menyatakan ada tiga tanggung jawab dalam kegiatan *Public Relations* yaitu :

- 1) Sebagai pemberi penjelasan, yaitu orang yang bekerja sebagai konsultan dalam mendefinisikan masalah, menyarankan pilihan dan memantau implementasi kebijakan.
- 2) Sebagai fasilitator komunikasi, yaitu orang yang biasanya bertugas dalam suatu organisasi yang berkaitan langsung dengan lingkungan yang berperan untuk menjaga hubungan dan komunikasi dua arah.
- 3) Sebagai fasilitator pemecahan masalah, yaitu orang yang bermitra dengan senior untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah dan tugas paling dasar dan jika tiga tanggung jawab ini tercapai citra baik di mata masyarakat akan tercapai.

Secara garis besar *Public Relations* merupakan kegiatan yang terdapat dalam suatu organisasi, perusahaan atau instansi yang memiliki peranan penting untuk menciptakan dan memelihara citra yang baik kepada sasaran publiknya. Kegiatan *Public Relations* merupakan upaya untuk membangun relasi kepada publik agar tercipta rasa saling percaya.

b. Peran *Public Relations*

Peran *Public Relations* Danandjaja dalam Sari (2019) adalah memelihara komunikasi timbal balik didalam maupun diluar organisasi, meluaskan serta mempertahankan komunikasi yang baik sehingga dapat mengurangi masalah yang akan muncul. *Public Relations* merupakan penyambung komunikasi baik dari dalam maupun luar organisasi. Dalam upaya menciptaka hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publik maka ruang lingkup kegiatan atau tugas *Public Relations* pada dasarnya terbagi dua yaitu:

1) Membina hubungan ke dalam (*public internal*)

Yang dimaksud dengan public internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri dan mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif didalam masyarakat sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi atau instansi.

2) Membina hubungan ke luar (*public eksternal*)

Yang dimaksud dengan public eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap organisasi atau instansi yang diwakilinya.

Perkembangan profesionalisme *Public Relations* yang berkaitan dengan

pengembangan pesan *Public Relations*, baik sebagai praktisi maupun profesi dalam suatu organisasi atau perusahaan, menurut Dozier D.M merupakan salah satu kunci untuk memahami fungsi *Public Relations* dan komunikasi organisasi. Selain itu hal tersebut juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi *Public Relations* dan pencapaian profesionalisme dalam *Public Relations*.(Zulfikri, 2013)

Dari beberapa literatur yang ada, dikatakan bahwa pada dasarnya peranan *Public Relations* hampir sama (Yunizar Khairunnisa, 2016). Namun, secara garis besar aktivitas utamanya *Public Relations* berperan sebagai berikut:

1) *Communicator*

Artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak atau elektronik dan lisan atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader.

2) *Relationship*

Kemampuan peran *Public Relations* membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama, dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.

3) *Back up Management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan atau

organisasi.

4) *Good Image Maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *Public Relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra atau Nama baik lembaga atau organisasi dan produk yang diwakilinya.

3. Strategi *Public Relations*

Sebagaimana yang diketahui sebelumnya bahwa tujuan *Public Relations* yakni membangun dan mengembangkan citra yang positif bagi suatu perusahaan atau organisasi terhadap publik internal ataupun publik eksternal. Maka strategi *Public Relations* adalah bagian dari suatu rencana *Public Relations* yang diarahkan untuk membentuk persepsi yang menguntungkan sehingga menghasilkan citra yang positif menurut Rosady Ruslan dalam (Ridha, 2014)

Ada dua komponen yang berperan penting dalam menjalankan strategi *Public Relations* antara lain:

a. **Komponen Sasaran**

Umumnya adalah konsumen atau publik yang mempunyai persamaan persepsi sehingga menguntungkan bagi organisasi dan publik. Seperti contoh, orang tua siswa menginginkan anak mereka mendapatkan pelajaran atau pengajaran yang maksimal, demikian juga para guru menginginkan apa yang diajarkan mereka diterapkan di rumah dan orang tua membantu dalam pekerjaan rumah para siswanya. Apabila dapat diwujudkan maka akan menguntungkan keduanya.

b. Komponen Sarana

Pada komponen ini berfungsi untuk mengarahkan apabila terjadi konflik antara organisasi dengan publik internal maupun eksternal, dengan memberikan tiga pilihan alternatif yakni:

1) Pencegahan

Divisi *Public Relations* dalam suatu organisasi akan berupaya untuk mencegah terjadinya suatu konflik sebelum terjadi dengan mengarahkan publik, pihak manajemen organisasi atau perusahaan bahkan perwakilan pemerintah kearah yang diinginkan.

2) Negosiasi

Cara ini dipakai apabila konflik telah terjadi. Maka fungsi *Public Relations* adalah bernegosiasi dengan publik agar permasalahan diselesaikan dengan cara rasional.

3) Kristalisasi Pada tahap ini peran *Public Relations* yaitu memisahkan publik yang tidak terlibat konflik.

Sedangkan landasan umum dalam proses penyusunan strategi *Public Relations* adalah:

- 1) Mengidentifikasi permasalahan yang muncul
- 2) Identifikasi unit sasarannya
- 3) Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sasarannya
- 4) Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran
- 5) Pemilihan opsi atau unsur taktik *Public Relations*

- 6) Mengidentifikasi dan mengevaluasi terhadap perubahan kebijaksanaan atau peraturan yang diterapkan organisasi atau bahkan pemerintah
- 7) Menjabarkan strategi *Public Relations* dan taktik atau cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan dan dilaksanakan.

4. Citra dan Ruang Lingkupnya

1. Pengertian Citra

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi yang hendak dicapai bagi dunia Humas atau *Public Relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.

Frank Jefkins dalam Ridha (2014) mendefinisikan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Sedangkan menurut Soemirat dan Ardianto mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan disektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

Menunjukkan adanya citra secara langsung atau citra yang telah

dipengaruhi, citra yang mendapat berbagai pengaruh. Kalau seseorang sudah bisa mendapat berbagai macam atau bentuk gambaran atau citra, apalagi citra organisasi.

Citra yang baik dari suatu organisasi merupakan aset yang sangat penting karena citra mempunyai suatu dampak persepsi publik dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Setiap perusahaan harus mempunyai citra di masyarakat, dan citra itu sendiri dapat berperingkat baik, sedang, atau buruk. Citra buruk melahirkan dampak yang negatif bagi operasi bisnis perusahaan dan juga melemahkan kemampuan perusahaan untuk bersaing.

Citra perusahaan di mata publik dapat terlihat dari pendapat atau pola pikir pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Citra perusahaan adalah adanya persepsi yang berkembang di benak publik terhadap realitas. Realitas terbentuknya citra perusahaan karena adanya persepsi. Citra organisasi bisa merupakan citra dari pimpinan, ada citra yang menjadi keinginan, harapan dan sebagainya. Citra yang bisa mendapat kepercayaan adalah citra dari kenyataan identitas organisasi.

2. Jenis-jenis Citra

Menurut Frank Jefkins, dalam (Ridha, 2014), Hubungan Masyarakat ada beberapa jenis citra (image) yang dikenal di dunia *Public Relations* diantaranya:

1) Citra Cermin (*Mirror Image*)

Citra cermin diyakini oleh perusahaan bersangkutan terutama para pimpinannya yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Setelah diadakan studi tentang tanggapan, kesan dan citra

masyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan dengan kenyataan citra di lapangan, karena bisa terjadi citra sebaliknya yakni citra negatif.

2) Citra Kini (*Current Image*)

Citra merupakan kesan baik yang diperoleh dari orang lain tentang perusahaan atau hal lain yang berkaitan dengan produknya. Berdasarkan pengalaman dan informasi kurang baik penerimannya, sehingga dalam posisi tersebut pihak humas akan menghadapi resiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk dan hingga muncul kesalahpahaman yang menyebabkan citra kini yang ditanggapi secara tidak adil atau bahkan kesan yang negatif diperolehnya.

3) Citra keinginan (*Wish Image*)

Citra keinginan ini adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga atau perusahaan, atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal, menyenangkan dan diterima dengan kesan yang selalu positif, yang diberikan oleh publiknya atau masyarakat umum.

4) Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal, serta diterima oleh publiknya. Dalam hal ini *Public Relations* berupaya atau bahkan ikut bertanggung jawab untuk mempertahankan citra perusahaan.

5) Citra Majemuk (*Multiple Image*)

Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan, pihak *Public Relations* menampilkan pengenalan terhadap identitas perusahaan, atribut, logo, brands name, dll

6) Citra Penampilan (*Performance Image*)

Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri para professional pada perusahaan bersangkutan. Mungkin masalah citra penampilan ini kurang diperhatikan atau banyak disepelekan orang

3. Membangun Citra

Membicarakan citra sama halnya dengan pekerjaan bagaimana manusia membangun image atau persepsi organisasi atau perusahaan dibenak khalayak. Citra yaitu persepsi yang paling menonjol. Jika suatu perusahaan memiliki citra baik dimata konsumen maka relatif lebih bisa diterima konsumen dari pada perusahaan yang tidak memiliki citra. Bukan saja hanya citra positif tetapi juga ada citra negatif, kedua macam citra bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku yang bersifat positif atau negatif. Citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atau kenyataan yang sesungguhnya. Suatu citra yang sesungguhnya bisa dimunculkan kapan saja, caranya adalah dengan menjelaskan secara jujur apa yang menjadi penyebabnya, baik itu informasi yang salah atau suatu perilaku yang keliru (Bagus, 2019)

Citra merupakan kesan yang timbul sebagai hasil dari pemahaman yang terbentuk dan diperoleh dari pengetahuan, pengalaman serta persepsi seseorang

terhadap sesuatu. Frank Jefkins dalam (Syamsuddin, 2022) menjelaskan beberapa jenis citra (*image*) sebagai berikut:

1. Citra bayangan (*mirror image*) Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpinnya, mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya.
2. Citra yang berlaku (*current image*) Adalah citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.
3. Citra yang diharapkan (*wish image*) Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
4. Citra perusahaan (*corporate image*) Adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
5. Citra majemuk (*multiple image*) Banyaknya jumlah pegawai, cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya

Sementara itu menurut Putri (2017) Citra adalah tujuan utama, dan juga merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *Public Relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak

(intangible) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan tanggapan positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.

Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan baik dan menguntungkan suatu citra lembaga/organisasi atau produk barang, dan jasa pelayanannya yang diwakili oleh pihak humas/PR. Landasan citra berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi, serta proses akumulasi dari amanat kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut, akan mengalami suatu proses yang cepat atau lambat akan membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak dan itu sering dinamakan citra (*image*) (Ardianto, 2004)

4. Konsep Pelayanan Publik

a. Pengertian Pelayanan Publik

Pelayanan publik tidak terlepas dari masalah kepentingan umum, yang menjadi asal-usul timbulnya istilah pelayanan publik. Sebelum menjelaskan lebih lanjut mengenai pelayanan publik, maka peneliti akan menguraikan terlebih dahulu pengertian pelayanan publik. Pengertian pelayanan publik telah didefinisikan oleh banyak pakar. Salah satunya yang dikemukakan oleh Agus Dwiyanto (2006) mendefinisikan pelayanan publik adalah : Serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan warga pengguna. Pengguna yang dimaksudkan disini adalah warga

negara yang membutuhkan pelayanan publik, seperti pembuatan Kartu Tanda Penduduk (KTP), akta kelahiran, akta nikah, akta kematian, sertifikat tanah, izin usaha, Izin Mendirikan Bangunan (IMB), izin gangguan (HO), izin mengambil air tanah, berlangganan air minum, listrik dan sebagainya.

Berdasarkan Undang Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yaitu: Pelayanan publik adalah segala bentuk kegiatan dalam rangka pengaturan, pembinaan, bimbingan, penyediaan fasilitas, jasa dan lainnya yang dilaksanakan oleh aparatur pemerintah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan kepada masyarakat sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku. H.A.S. Moenir (2002) menyatakan: Pelayanan umum adalah suatu usaha yang dilakukan kelompok atau seseorang atau birokrasi untuk memberikan bantuan kepada masyarakat dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu.

Litjan Poltak Sinambela, dkk (2011) menyatakan pelayanan publik diartikan “pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi tertentu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.” Sedangkan pendapat lain dari Ratminto & Atik Septi Winarsih (2006) Pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Usaha Milik

Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pelayanan merupakan kegiatan utama pada orang yang bergerak di bidang jasa, baik itu orang yang bersifat komersial ataupun yang bersifat non komersial. Namun dalam pelaksanaannya terdapat perbedaan antara pelayanan yang dilakukan oleh orang yang bersifat komersial yang biasanya dikelola oleh pihak swasta dengan pelayanan yang dilaksanakan oleh organisasi non komersial yang biasanya adalah pemerintah. Kegiatan pelayanan yang bersifat komersial melaksanakan kegiatan dengan berlandaskan mencari keuntungan, sedangkan kegiatan pelayanan yang bersifat non- komersial kegiatannya lebih tertuju pada pemberian layanan kepada masyarakat (layanan publik atau umum) yang sifatnya tidak mencari keuntungan akan tetapi berorientasikan kepada pengabdian.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah segala bentuk jasa pelayanan baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi pemerintah di Pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

b. Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Kegiatan pelayanan publik diselenggarakan oleh instansi pemerintah. Instansi pemerintah merupakan sebutan kolektif meliputi satuan kerja atau satuan orang kementerian, departemen, lembaga, pemerintahan non

departemen, kesekretariatan lembaga tertinggi dan tinggi negara, dan instansi pemerintah lainnya, baik pusat maupun daerah termasuk Badan Usaha Milik Daerah. Sebagai penerima pelayanan publik adalah orang, masyarakat, instansi pemerintah dan badan hukum misalnya Polri, Kejaksaan, Kehakiman dan sebagainya. Kegiatan pelayanan publik atau disebut juga dengan pelayanan umum, yang biasanya menempel di tubuh lembaga pemerintahan dinilai kurang dapat memenuhi tugasnya sesuai dengan harapan masyarakat, sebagai konsumen mereka.

Salah satu yang dianggap sebagai biang keladinya adalah bentuk orang birokrasi, sehingga birokrasi seperti dikemukakan oleh Achmat Batinggi (1999) adalah Merupakan tipe dari orang yang dimaksudkan untuk mencapai tugas- tugas administratif yang besar dengan cara mengkoordinir secara sistematis (teratur) pekerjaan dari banyak orang. Konsep birokrasi bukan merupakan konsep yang buruk. Organisasi birokrasi mempunyai keteraturan dalam hal pelaksanaan pekerjaan karena mempunyai pembagian kerja dan struktur jabatan yang jelas sehingga komponen birokrasi mempunyai tanggung jawab dan wewenang untuk melaksanakan kewajibannya. Pelaksanaan pekerjaan dalam orang birokrasi diatur dalam mekanisme dan prosedur agar tidak mengalami penyimpangan dalam mencapai tujuan orang. Dalam organisasi birokrasi segala bentuk hubungan bersifat resmi dan berjenjang berdasarkan struktur orang yang berlaku sehingga menuntut ditaatinya prosedur yang berlaku pada orang tersebut.

Adapun yang menjadi ciri ideal birokrasi menurut Max Weber seperti yang dikutip dan diterjemahkan oleh Ahmad Batingi (1999) antara lain adalah: a. Pembagian kerja yang kurang jelas, b. Adanya hierarki jabatan, c. Adanya pengaturan sitem yang konsisten, d. Prinsip formalistic impersonality, e. Penempatan berdasarkan karier, f. Prinsip rasionalitas. Dengan adanya otonomi daerah, diharapkan memberikan dampak nyata yang luas terhadap peningkatan pelayanan terhadap masyarakat. Dengan demikian pelimpahan wewenang dari pemerintah pusat ke daerah memungkinkan terjadinya penyelenggaraan pelayanan dengan jalur birokrasi yang lebih ringkas dan membuka peluang bagi pemerintah daerah untuk melakukan efektivitas dalam pemberian dan peningkatan kualitas pelayanan.

Dalam pasal 14 UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik menyatakan penyelenggara memiliki hak: a. Memberikan pelayanan tanpa dihambat pihak lain yang bukan tugasnya; b. Melakukan kerjasama; c. Mempunyai anggaran pembiayaan penyelenggaraan pelayanan publik; d. Melakukan pembelaan terhadap pengaduan dan tuntutan yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam penyelenggaraan pelayanan publik; dan e. Menolak permintaan pelayanan yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

Dalam pasal 15 UU No. 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik penyelenggara berkewajiban: a. Menyusun dan menetapkan standar pelayanan; b. Menyusun, menetapkan, dan mempublikasikan maklumat pelayanan; c. Menempatkan pelaksana yang kompeten d. Menyediakan

sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik yang mendukung terciptanya iklim pelayanan yang memadai; e. Memberikan pelatihan yang berkualitas sesuai dengan asas-asas penyelenggaraan pelayanan publik. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penyelenggara pelayanan publik adalah setiap institusi penyelenggara negara yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik. Sebagai penyelenggara pelayanan publik hendaknya instansi memperhatikan hak dan kewajiban sebagai penyelenggara pelayanan publik sesuai yang telah diamanatkan pada undang-undang.

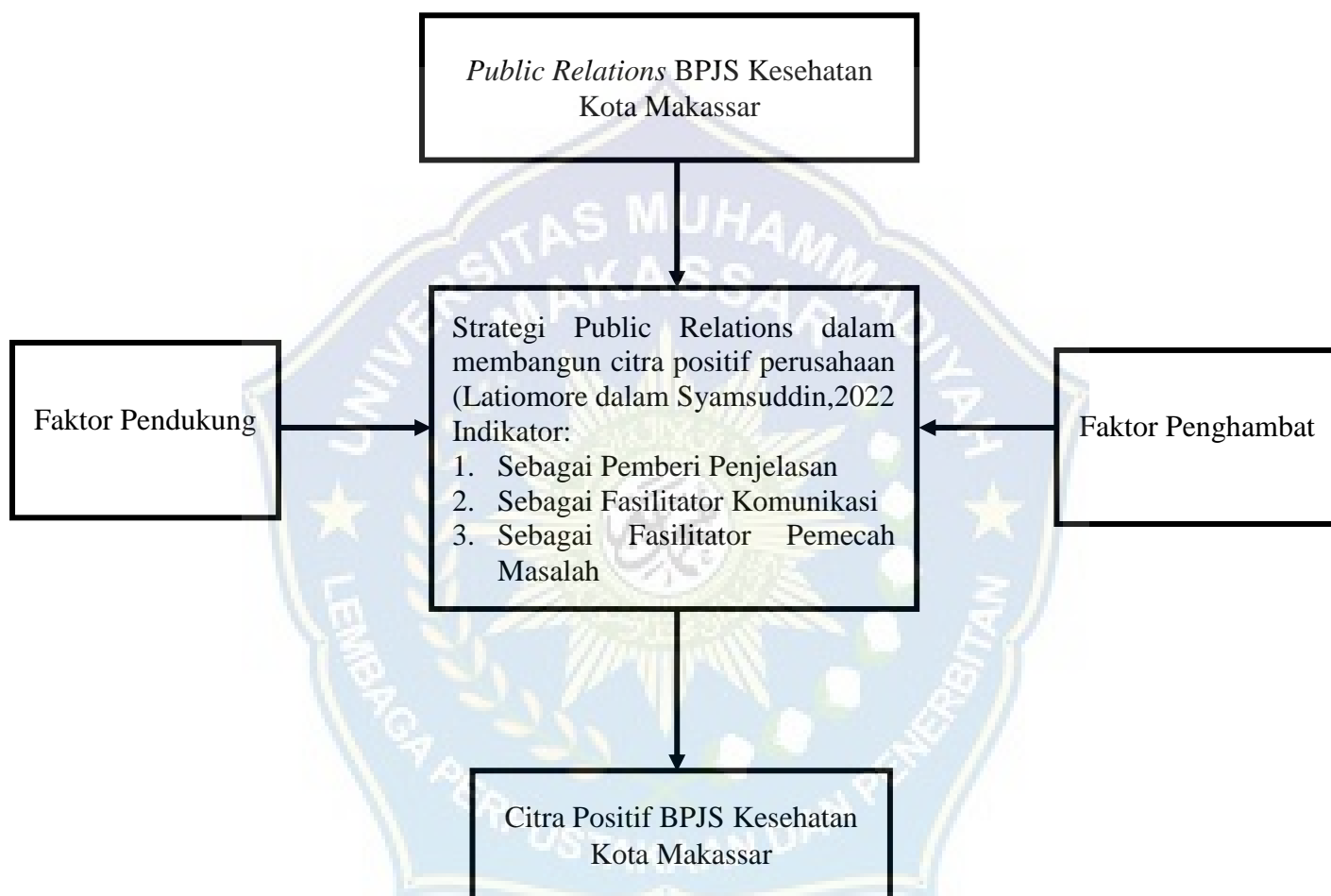
C. Kerangka Pikir

Perusahaan BPJS kesehatan membentuk unit *Public Relations* dengan tugas dan fungsi terkait penyebarluasan informasi tentang program pembangunan dibidang kesehatan. Namun pada perkembangannya, khususnya dengan terbitnya undang-undang keterbukaan informasi publik, tugas dan fungsi *Public Relations* bertambah. Kebutuhan masyarakat untuk terlibat aktif dalam pembangunan dibidang kesehatan mendorong kebutuhan terhadap akses data dan informasi pun bergeser kepada kebutuhan akan tanggapan atau jawaban atas keluhan masyarakat dan atas munculnya berita-berita negatif terkait pelaksanaan pembangunan dibidang kesehatan.

Dalam upaya menjawab perkembangan kebutuhan masyarakat ini, *Public Relations* menghadapi tantangan dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya, hal ini terkait dengan struktur dan kelembagaan yang sepenuhnya mendukung kemandirian, kebutuhan akan sumber daya manusia profesional, lalu terkait

kewenangan dan akses yang masih sangat terbatas terhadap data dan informasi yang dibutuhkan. Secara sederhana kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2: Bagan Kerangka Pikir



D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah bagaimana *Public Relations* atau Humas BPJS kesehatan Kota Makassar Membangun citra yang baik di mata masyarakat. Maka fokus penelitian Strategi *Public Relations* dalam membangun citra positif perusahaan BPJS kesehatan Kota makassar dan faktor penghambat dan

pendukung strategi *Public Relations* dalam membangun citra perusahaan BPJS kesehatan Kota Makassar.

E. Deskripsi Fokus Penelitian

Untuk memudahkan penelitian, maka fokus penelitian dijabarkan sebagai berikut :

1. *Public Relations* BPJS kesehatan Kota Makassar. *Public Relations* (PR) yang mewakili fungsi manajemen yang bertanggung jawab untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan antara organisasi dan publiknya, baik itu publik internal maupun eksternal, dengan tujuan untuk menciptakan citra positif dan membangun kepercayaan.
2. Strategi *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar dalam membangun citra positif strategi yang dimaksud adalah rencana aksi yang digunakan oleh organisasi untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan dengan publiknya.
3. Sebagai Pemberi penjelasan, yaitu orang yang bekerja sebagai konsultan dalam mendefinisikan masalah, menyarankan pilihan dan memantau implementasi kebijakan.
4. Sebagai fasilitator komunikasi, yaitu orang yang biasanya bertugas dalam suatu organisasi yang berkaitan langsung dengan lingkungan yang berperan untuk menjaga hubungan dan komunikasi dua arah.
5. Sebagai fasilitator pemecahan masalah, yaitu orang yang bermitra dengan senior untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah dan tugas paling

dasar dan jika tanggung jawab ini tercapai citra baik di mata masyarakat akan tercapai.

6. Faktor penghambat dan pendukung. Yaitu segala hal yang dapat menjadi penghambat dan pendukung strategi *Public Relations* dalam membangun citra



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi

Waktu penelitian dilakukan selama dua bulan terhitung mulai bulan April sampai dengan Juli dan lokasi penelitian dilakukan di kantor BPJS Kesehatan Kota Makassar

B. Jenis dan Tipe Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk memberikan gambaran faktual mengenai strategi *Public Relations* pada lingkungan kerja BPJS Kesehatan Kota Makassar.

Pendekatan kualitatif dipilih karena dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik isu yang belum diketahui. Selain itu, metode kualitatif dapat memberi rincian yang terinci tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif (Sugiyono 2009).

2. Tipe Penelitian

Adapun tipe penelitian bersifat deskriptif, yaitu untuk mendeskripsikan dan mengkaji data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi, data dokumentasi dan studi kepustakaan.

C. Informan

Adapun informan dalam penelitian ini adalah orang yang didasarkan pada kemampuan dan pengalamannya untuk memberikan informasi strategi *Public Relations*. Informan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Daftar Informan

NO	INFORMAN	INISIAL	KETERANGAN
1.	Greisthy E. L. Borotoding	G B	Kepala Cabang
2.	Nur Rochman	N R	Kepala Bagian SDM Umum dan Komunikasi Publik
3.	Tiara	T R	Staff SDM Umum dan Komunikasi Publik
4.	Tiara Indah Lestari	T I L	Humas
5.	Jumriati	J R	Masyarakat
6.	Lastri	L T	Masyarakat

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu :

1. *Interview* (Wawancara)

Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak di BPJS Kesehatan Kota Makassar. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.

2. Observasi

Proses pengumpulan data secara observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung atau berkunjung langsung pada tempat yang diteliti dalam hal ini di BPJS Kesehatan Kota Makassar.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan mengumpulkan dokumen-dokumen atau penelitian terdahulu dari sumber terpercaya yang relevan dengan judul yang diangkat yaitu, strategi *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar. Dan review terhadap pemberitaan, baik media cetak maupun on-line yang berkaitan dengan pelaksanaan e-government di BPJS Kesehatan Kota Makassar

E. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif maka diperlukan teknik langkah-langkah untuk menganalisis data yang telah diperoleh. Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, memilah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menurut model Miles dan Huberman yaitu:

- a. Pengumpulan data adalah langkah untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan. Teknik yang dilakukan adalah wawancara dengan informan yang bersangkutan.
- b. Reduksi data atau Klasifikasi data, semua hasil data yang telah dikumpulkan, penulis melakukan penyederhanaan data dari catatan yang dilakukan lapangan dan membuat ringkasan yang dikategorikan berdasarkan jawaban.
- c. Proses pemilihan, penyederhanaan data mentah yang terdapat pada catatan lapangan yang ada. Setelah dari lokasi penelitian data kemudian dimasukkan ke dalam laporan secara detail dan terperinci. Data hasil lapangan kemudian dirangkum dan dipilah pilah yang pokok dan penting data yang dianggap paling

penting kemudian diberi kode, kemudian membuat pola untuk perkembangan data dan laporan lapangan. Reduksi ini dilakukan secara terus menerus selama proses penelitian berlangsung.

- d. Penyajian Data, menyajikan kategori jawaban yang telah direduksi dalam bentuk tabel dengan mendisplay data agar dapat mempermudah penulis untuk memahami data yang telah didapatkan.
- e. Penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini, verifikasi data dilakukan secara terus menerus selama proses penelitian berlangsung, sejak pertama melakukan pengumpulan data peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari makna dari data yang dikumpulkan dan menuangkannya dalam bentuk kesimpulan.

F. Teknik Pengabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian sangatlah penting dilakukan yang bertujuan untuk menentukan validitas dan reabilitas data yang telah di peroleh pada saat penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengabsahan data yang digunakan yaitu teknik yang disebut triangulasi. Triangulasi dalam melakukan pengujian kredibilitas dapat diartikan yaitu pengecekan data-data dari berbagai sumber yang diambil oleh peneliti dengan melakukan macam-macam cara dan berbagai waktu yang ditentukan peneliti.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber yaitu teknik yang dilakukan dalam pengujian kredibilitas dari data. Dilakukan dengan mengecek data peneliti yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah diperoleh dari sumber-sumber yang telah ditentukan oleh peneliti

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik yaitu teknik dalam menguji kredibilitas data, teknik ini

dilakukan dengan mengecek data-data terhadap sumber data yang telah ditentukan peneliti dengan teknik yang berbeda dari cara sebelumnya.

3. Triangulasi waktu

Salah satu yang mempengaruhi kredibilitas sebuah penelitian yaitu waktu. Data yang telah dikumpulkan narasumber masih dalam keadaan jasmani yang segar, belum banyak terjadi masalah, maka data yang dia berikan akan lebih valid sehingga data akan lebih kredibel. Sehingga untuk melakukan pengajuan kredibilitas terhadap data dapat dilakukan melalui cara yaitu melakukan pengecekan dengan bentuk wawancara, observasi dan teknik - teknik lain di waktu atau di situasi yang berbeda.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

BPJS Kesehatan Makassar merupakan perubahan dari PT ASKES (Persero) Cabang Makassar. Perubahan terjadi sesuai dengan Undang-Undang nomor 24 tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) yang resmi beroperasi pada tanggal 11 Januari 2014. BPJS Kesehatan Cabang Makassar terletak di JL.A.P Pettarani No.78 Makassar 90013 (Lantai 1) dengan bangunan fisik gedung berlantai 2. Sebelah Utara berbatasan dengan Resto Boncafe, Sebelah Selatan berbatasan dengan Kantor MSA Kargo, Sebelah Barat berbatasan dengan perumahan rakyat, sebelah Timur berbatasan dengan Jl. Abdul Dg Sirua.

1. Transformasi PT ASKES (Persero) menjadi BPJS Kesehatan

BPJS Kesehatan merupakan Badan Hukum Publik yang ditugaskan khusus oleh pemerintah untuk menyelenggarakan jaminan pemeliharaan kesehatan bagi Pegawai Negeri Sipil, Anggota TNI/POLRI, Penerima Pensiun PNS dan TNI/POLRI, Veteran, Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya dan Badan Usaha lainnya.

Tahun 1968 pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan yang secara jelas mengatur pemeliharaan kesehatan bagi Pegawai Negeri dan Penerima Pensiun (PNS dan ABRI) beserta anggota keluarganya. Menteri Kesehatan membentuk Badan Khusus di lingkungan Departemen Kesehatan RI yaitu Badan Penyelenggara Dana Pemeliharaan Kesehatan (BPDPK). Pada tahun 1984 pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 1984 tentang

Pemeliharaan Kesehatan bagi Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun (PNS, ABRI dan Pejabat Negara) beserta anggota keluarganya. Dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1984, status badan penyelenggara diubah menjadi Perusahaan Umum Husada Bhakti. Pada Tahun 1991 kepesertaan program jaminan pemeliharaan kesehatan yang dikelola Perum Husada Bhakti ditambah dengan Veteran dan Perintis Kemerdekaan beserta anggota keluarganya. Disamping itu, perusahaan di ijinan memperluas jangkauan kepesertaannya ke badan usaha dan badan lainnya sebagai peserta sukarela.

Pada tahun 1992 status Perum diubah menjadi Perusahaan Perseroan (PT Persero) dengan pertimbangan *fleksibilitas* pengelolaan keuangan, kontribusi kepada Pemerintah dapat dinegosiasi untuk kepentingan pelayanan kepada peserta dan manajemen lebih mandiri. Pada tahun 2005 PT Askes (Persero) ditunjuk sebagai penyelenggara Program Jaminan Kesehatan Bagi Masyarakat Miskin (PJKMM). Tahun 2008 Pemerintah mengubah nama Program Jaminan Kesehatan Bagi Masyarakat Miskin (PJKMM) menjadi Program Jaminan Kesehatan Masyarakat (Jamkesmas). Pada tahun 2011 PT Askes (Persero) resmi ditunjuk menjadi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) yang meng-cover jaminan kesehatan seluruh rakyat Indonesia yang tertuang dalam UU BPJS Nomor 24 tahun 2011. Mulai tanggal 11 Januari 2014, PT Askes Indonesia (Persero) berubah nama menjadi BPJS Kesehatan sesuai dengan Undang-Undang no. 24 tahun 2011 tentang BPJS.

2. Visi dan Misi

a) Visi BPJS Kesehatan

Visi BPJS Kesehatan ialah "cakupan semesta 2019". Paling lambat tanggal 1 Januari 2019, seluruh penduduk Indonesia memiliki jaminan kesehatan nasional

untuk memperoleh manfaat pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatannya yang diselenggarakan oleh BPJS.

b) Misi BPJS Kesehatan

Misi BPJS Kesehatan ialah membangun kemitraan strategis dengan berbagai lembaga dan mendorong partisipasi masyarakat dalam perluasan kepesertaan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Misi tersebut adalah:

- 1) Menjalankan dan memantapkan sistem jaminan pelayanan kesehatan yang efektif, efisien dan bermutu kepada peserta melalui kemitraan yang optimal dengan fasilitas kesehatan.
- 2) Mengoptimalkan pengelolaan dana program jaminan sosial dan dana BPJS Kesehatan secara efektif, efisien, transparan, dan akuntabel untuk mendukung kesinambungan program
- 3) Membangun BPJS Kesehatan yang efektif berlandaskan prinsip-prinsip tata kelola organisasi yang baik dan meningkatkan kompetensi pegawai untuk mencapai kinerja unggul.
- 4) Mengimplementasikan dan mengembangkan sistem perencanaan dan evaluasi, kajian, manajemen mutu, dan manajemen risiko atas seluruh operasionalisasi BPJS Kesehatan.
- 5) Mengembangkan dan memantapkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung operasionalisasi BPJS Kesehatan.

3. Landasan Hukum BPJS Kesehatan

Adapun Landasan Hukum BPJS Kesehatan:

- a) Undang-Undang Dasar 1945

- b) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional
- c) Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
- d) Peraturan Presiden RI Nomor 12 Tahun 2013 tentang Jaminan Kesehatan

4. Hak dan Kewajiban

Dalam undang-undang nomor 24 Tahun 2011 Bab IV Bagian Keempat di jelaskan mengenai hak dan kewajiban BPJS, yakni: Hak BPJS Kesehatan Dalam melaksanakan kewenangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 BPJS berhak untuk:

- a) Memperoleh dana operasional untuk penyelenggaraan program yang bersumber dari Dana Jaminan Sosial dan/atau sumber lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- b) Memperoleh hasil monitoring dan evaluasi penyelenggaraan program Jaminan Sosial dari DJSN setiap 6 (enam) bulan.

Adapun kewajiban dari BPJS Kesehatan antara lain:

- 1) Memberikan nomor identitas tunggal kepada Peserta;
- 2) Mengembangkan aset Dana Jaminan Sosial dan aset BPJS untuk sebesar- besarnya kepentingan Peserta;
- 3) Memberikan informasi melalui media massa cetak dan elektronik mengenai kinerja, kondisi keuangan, serta kekayaan, dan hasil pengembangannya;
- 4) Memberikan Manfaat kepada seluruh Peserta sesuai dengan Undang-

Undang tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional;

- 5) Memberikan informasi kepada Peserta mengenai hak dan kewajiban untuk mengikuti ketentuan yang berlaku;
- 6) Memberikan informasi kepada Peserta mengenai prosedur untuk mendapatkan hak dan memenuhi kewajibannya;
- 7) Memberikan informasi kepada Peserta mengenai saldo jaminan hari tua dan pengembangannya 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun;
- 8) Memberikan informasi kepada Peserta mengenai besar hak pension 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun;
- 9) Membentuk cadangan teknis sesuai dengan standar praktik aktuarial yang lazim dan berlaku umum;
- 10) Melakukan pembukuan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku dalam penyelenggaraan Jaminan Sosial; dan
- 11) Melaporkan pelaksanaan setiap program, termasuk kondisi keuangan, secara berkala 6 (enam) bulan sekali kepada Presiden dengan tembusan kepada DJSN.

5. Fungsi, Tugas, dan Wewenang

UU BPJS menentukan bahwa BPJS Kesehatan berfungsi menyelenggarakan program jaminan kesehatan. Jaminan Kesehatan menurut UU SJSN diselenggarakan secara nasional berdasarkan prinsip asuransi sosial dan prinsip ekuitas, dengan tujuan menjamin agar peserta memperoleh manfaat pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatan. Dalam melaksanakan fungsi sebagaimana tersebut diatas BPJS bertugas:

- a) Melakukan dan menerima pendaftaran peserta;
- b) Memungut dan mengumpulkan iuran dari peserta dan pemberi kerja;
- c) Menerima bantuan iuran dari Pemerintah;
- d) Mengelola Dana Jaminan Sosial untuk kepentingan peserta;
- e) Mengumpulkan dan mengelola data peserta program jaminan sosial;
- f) Membayarkan manfaat dan/atau membiayai pelayanan kesehatan sesuai dengan ketentuan program jaminan sosial; dan
- g) Memberikan informasi mengenai penyelenggaraan program jaminan sosial kepada peserta dan masyarakat.

Dalam melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud di atas BPJS berwenang:

- a) Menagih pembayaran Iuran;
- b) Menempatkan Dana Jaminan Sosial untuk investasi jangka pendek dan jangka panjang dengan mempertimbangkan aspek likuiditas, solvabilitas, kehati-hatian, keamanan dana, dan hasil yang memadai;
- c) Melakukan pengawasan dan pemeriksaan atas kepatuhan peserta dan pemberi kerja dalam memenuhi kewajibannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan jaminan sosial nasional;
- d) Membuat kesepakatan dengan fasilitas kesehatan mengenai besar pembayaran fasilitas kesehatan yang mengacu pada standar tarif yang ditetapkan oleh Pemerintah;
- e) Membuat atau menghentikan kontrak kerja dengan fasilitas kesehatan;

- f) Mengenaikan sanksi administrative kepada peserta atau pemberi kerja yang tidak memenuhi kewajibannya;
- g) Melaporkan pemberi kerja kepada instansi yang berwenang mengenai ketidak patuhannya dalam membayar iuran atau dalam memenuhi kewajiban lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- h) Melakukan kerja sama dengan pihak lain dalam rangka penyelenggaraan program jaminan sosial.

6. Tata Nilai

Tata Nilai Organisasi (organization values) dan Pernyataan Makna (meaning statement) Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan: Pernyataan makna (meaning statement) dari BPJS Kesehatan adalah “Kami Yakin dengan Pertolongan Tuhan Yang Maha Esa dapat Mencapai Cakupan sebagai Warisan untuk Indonesia Yang Lebih Baik”. Tata Nilai Organisasi BPJS Kesehatan Makassar

a. Integritas (*Integrity*)

Integritas merupakan prinsip dalam menjalankan setiap tugas dan tanggung jawab melalui keselarasan berfikir, berkata dan berperilaku sesuai keadaan sebenarnya

b. Profesional (*Professional*)

Profesional merupakan karakter dalam melaksanakan tugas dengan kesungguhan sesuai kompetensi dan tanggung jawab yang diberikan.

c. Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Pelayanan prima merupakan tekad dalam memberikan pelayanan terbaik

dengan ikhlas kepada seluruh peserta.

d. Efisien Operasional (*Operation Excellence*)

Efisien operasional merupakan upaya untuk mencapai kinerja optimal melalui perencanaan yang tepat dan penggunaan anggaran yang rasional sesuai dengan kebutuhan.

7. Prinsip Pelaksanaan BPJS Kesehatan

Sesuai dengan Undang-undang nomor 40 tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional, maka BPJS kesehatan bekerja sesuai dengan prinsip:

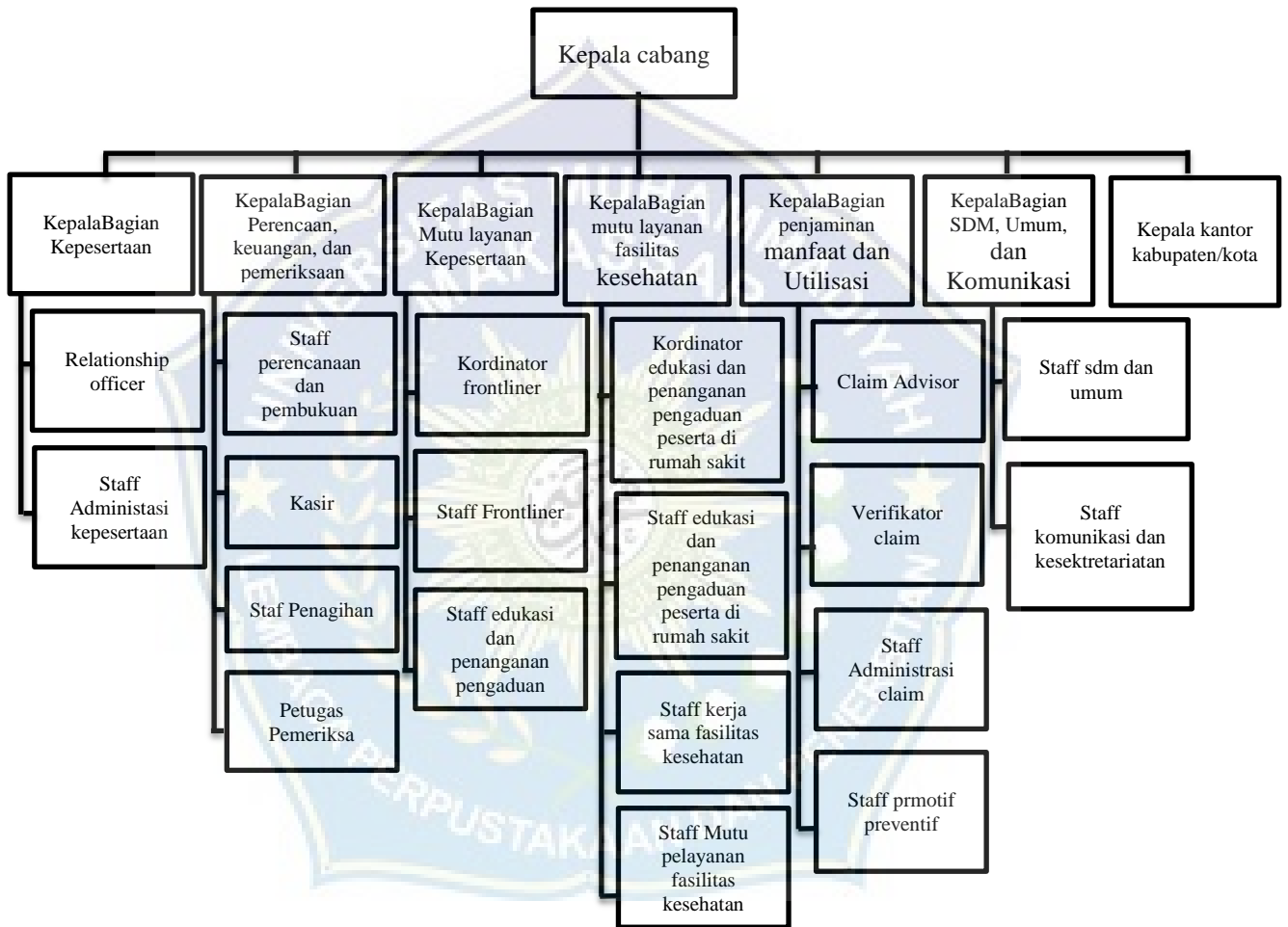
- a. Gotong royong, dengan kewajiban semua peserta membayar iuran maka akan terjadi prinsip kegotong royong dimana yang sehat membantu yang sakit yang kaya membantu yang miskin
- b. Nirlaba. Badan penyelenggara jaminan sosial tidak diperbolehkan mencari untung.
- c. Keterbukaan, kehati-hatian, akuntabilitas, efisiensi, dan efektivitas. Prinsip manajemen ini mendasari seluruh pengelolaan dana yang berasal dari iuran peserta dan hasil pengembangan.
- d. Portabilitas. Prinsip ini menjamin bahwa sekalipun peserta berpindah tempat tinggal atau pekerjaan selama masih di wilayah republik Indonesia tetap dapat menggunakan hak sebagai peserta JKN
- e. Kepesertaan bersifat wajib. Agar seluruh rakyat indonesia menjadi peserta sehingga dapat terlindungi. penerapannya tetap disesuaikan dengan kemampuan ekonomi rakyat dan pemerintah serta kelayakan penyelenggara program
- f. Dana amanat. Dana yang terkumpul dari iuran peserta merupakan dana titipan kepada badan penyelenggara untuk dikelola sebaik-

baiknya untuk kepentingan peserta

- g. Hasil pengelolaan dana jaminan nasional dipergunakan seluruhnya untuk pengembangan program dan untuk sebesar-besarnya kepentingan peserta.

8. Struktur Organisasi BPJS Kesehatan Kota Makassar

Gambar 4.1 Struktur organisasi



Sumber : BPJS kesehatan Kota Makassar

B. Hasil Penelitian

1. Strategi *Public Relations* Badan Penyelenggara jaminan sosial kesehatan kota Makassar dalam membangun citra

Informasi merupakan kebutuhan dasar setiap orang, pengembangan pribadi dan lingkungan sosial, serta merupakan bagian penting dari ketahanan nasional. Oleh karena itu, penyebarluasan informasi menjadi sangat penting, karena selain informasi yang bersifat rahasia seperti strategi dan taktik perang, semua pemberian dan pelayanan informasi yang berkaitan dengan kepentingan umum harus disampaikan kepada masyarakat.

Bahkan dalam UU No. 14 Tahun 2008 dikatakan jika hak memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri negara demokrasi yang menjaga kedaulatan rakyat untuk mencapai penyelenggaraan negara dengan baik. Undang-undang juga mengatur bahwa keterbukaan informasi publik merupakan sarana untuk mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggara negara dan badan publik lainnya serta segala sesuatu yang menyangkut pada kepentingan publik.

Berdasarkan analisis data hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, BPJS Kesehatan Kota Makassar khususnya bagian *Public Relations* memiliki beberapa peran penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Peran bagian *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar dalam penyebarluasan informasi kepada masyarakat adalah dengan memanfaatkan kerjasama dengan wartawan lokal maupun nasional untuk penyebarluasan serta pemanfaatan media yang dimiliki oleh BPJS Kesehatan Kota Makassar. Peran *Public Relations* dalam menyebarkan informasi dengan menjalin kerjasama atau komunikasi dengan menggunakan media dan masyarakat. Faktor pendukung dan penghambat strategi

Public Relations dalam meningkatkan citra positif perusahaan BPJS Kesehatan Kota Makassar. Secara garis besar salah satu tugas *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat terbagi menjadi tiga yaitu sebagai pemberi penjelasan, sebagai fasilitator komunikasi, dan sebagai fasilitator pemecahan masalah.

Tabel 4.1

Strategi kegiatan BPJS Kesehatan Kota Makassar dalam membangun citra

Sumber : data diolah

No	Nama kegiatan	Lokasi	Tahun
1.	Forum koordinasi pengawasan dan kepatuhan tingkat kabupaten kota	Takalar	2022
2.	Kuliah umum entrepreneurship dan penandatanganan MOU UNIBOS dan BPJS Kesehatan Kota Makassar	Universitas Bosowa Makassar	2023
3.	BPJS Kesehatan kota makassar menyiapkan posko mudik kesehatan	Pelabuhan Soekarno Hatta Makassar	2023
4.	BPJS Kesehatan kota makassar dan Universitas Hasanuddin tingkatkan kompetensi mahasiswa dibidang JKN	Universitas Hasanuddin Makassar	2023

a. Strategi *Public Relations* Sebagai pemberi penjelasan

Strategi public relations sebagai pemberi penjelasan yaitu orang yang bekerja sebagai konsultan untuk mendefinisikan masalah, menyarankan pilihan, dan memantau implementasi kebijakan (Lattimore, 2010). Sebagai Pemberi Penjelasan adalah kemampuan *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar dalam hal ini menjelaskan masalah yang sedang terjadi, mengembangkan program, dan bertanggung jawab penuh atas implementasi program agar terciptanya hubungan yang baik antara Perusahaan dengan masyarakat. sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Indah lestari yang mengatakan bahwa :

“Salah satu tugas *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar ialah sebagai pemberi penjelasan yang bisa dilaksanakan secara formal ataupun Informal dilihat dari bagaimana permasalahan tersebut dan disinilah peran *Public Relations* BPJS Kesehatan kota makassar dalam memberikan penjelasan dan meluruskan terhadap hal-hal yang menyimpang atau yang ingin ditanyakan masyarakat terhadap Perusahaan kami (Wawancara 05 Mei 2023)

Berdasarkan penuturan narasumber dapat disimpulkan bahwa salah satu tugas *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar yaitu untuk memberikan penjelasan terhadap suatu hal yang dibutuhkan masyarakat Sama halnya dengan hasil wawancara Ibu Tiara indah lestari yang mengatakan bahwa:

“Kalau mengenai *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar salah satu tugasnya yaitu pemberi penjelasan. Pemberi penjelasan ini *Public Relations* wajib menyuarakan apa yang dikerjakan Perusahaan dan memberikan penjelasan atau menampung informasi apa yang diminta publik atau masyarakat sehingga terkadang pentingnya *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar bekerja sama dengan media-media yang ada di Kota Makassar seperti media cetak, *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar bekerja sama dengan Tribun Timur. Untuk media elektronik itu sendiri Kota makassar memiliki chanel local yaitu Celebes TV dan Fajar TV ” (tanggal wawancara 05 Mei 2023)

Selain ibu Ibu Tiara indah lestari juga menambahkan salah satu tugas Public reation yaitu sebagai pemberi penjelasan dengan memanfaatkan media-media yang ada di Kota Makassar.

Wawancara yang dilakukan dengan salah satu masyarakat di Kota Makassar sebagai peserta BPJS Kesehatan yang mengatakan bahwa :

“Tugas *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar sebagai pemberi penjelasan sudah sangat baik, karena mengenai tentang layanan produk dipublikasikan semua lewat media-media yang bekerja sama dengan *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar sehingga terjadinya transparansi yang baik dengan masyarakat dan perusahaan itu sendiri, itulah kenapa saya katakan bagian humas BPJS Kesehatan kota makassar cukup baik.” (tanggal wawancara 05 Mei 2023)

Berdasarkan penuturan narasumber dapat disimpulkan bahwa salah satu

tugas *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar dinilai cukup baik sebagai juru bicara perusahaan karena adanya transparansi informasi antara masyarakat dengan perusahaan Wawancara yang dilakukan dengan salah satu masyarakat peserta layanan BPJS Kesehatan yang mengatakan bahwa :

“Dari pandangan saya tugas *Public Relations* sebagai pemberi penjelasan sudah baik dikarenakan unggul dalam berbagai aspek salah satunya pemanfaatan media social yang dimana pencapaian dalam penyebaran informasi ini sudah sangat unggul antara pemerintah dengan masyarakat menurut saya pribadi.” (tanggal wawancara 05 Mei 2023)

Berdasarkan penuturan narasumber dapat disimpulkan bahwa tugas *Public Relations* sebagai pemberi penjelasan sudah dilaksanakan dengan baik khususnya dalam hal pemanfaatan media sosial.

Strategi Public Relation sebagai pemberi penjelasan berupa transparansi informasi antara masyarakat dengan BPJS dengan penyebaran informasi melalui pemanfaatan media cetak, media televisi dan media sosial

b. *Public Relations* sebagai fasilitator komunikasi

Public Relations yaitu orang yang berada pada batas antara organisasi dengan lingkungannya yang menjaga agar komunikasi dua arah tetap berlangsung (Lattimore, 2010). sebagai fasilitator komunikasi yang memfasilitasi komunikasi antara masyarakat dengan perusahaan terkait dengan produk layanan melalui berbagi media dan aplikasi seperti mobile JKN dan Pandawa.

Dalam mempertahankan citra Perusahaan dimata masyarakat tugas *Public Relations* bukan hanya pemberi penjelasan, tetapi salah satunya juga yaitu sebagai fasilitator komunikasi. Kemampuan *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar sebagai penghubung antara perusahaan dengan masyarakat, hal ini bertujuan untuk memberi informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat

dalam membuat keputusan demi kepentingan bersama. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Indah lestari yang mengatakan bahwa :

“Mengenai tentang fasilitator komunikasi, Humas BPJS Kesehatan Kota Makassar lebih memanfaatkan media social karena perkembangan zaman dan dilihat juga dari banyaknya peminat masyarakat terhadap media social seperti pengguna Instagram, Facebook, maupun Twitter karena menurut saya masyarakat lebih tertarik membaca suatu informasi yang di sertai gambar di social media dibandingkan dengan media cetak seperti koran dan lain-lain. Tetapi kita juga tidak melupakan media-media yang lainnya seperti media cetak dan media elektronik.” (Tanggal Wawancara 05 Mei 2023)

Berdasarkan penuturan narasumber dapat disimpulkan bahwa tugas *Public Relations* Pemerintah sebagai fasilitator komunikasi BPJS Kesehatan Kota Makassar dijalankan dengan memanfaatkan media social, media cetak maupun media elektronik. Seperti yang dijelaskan oleh staff bagian komunikasi publik dan kesekretariatan BPJS Kesehatan Kota Makassar Ibu Tiara indah lestari:

“Strategi dalam menyebarkan informasi kami dari bagian *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar menerapkan konsep kemitraan media, kemitraan media ini adalah bentuk kerjasama kami dengan media lokal maupun nasional. Jadi, polanya dalam setiap media kami peruntukan kepada setiap anggota *Public Relations* untuk berkordinasi dengan para wartawan untuk mengambil dan menyebarkan informasi dari kegiatan maupun program-program dari kegiatan BPJS Kesehatan Kota makassar” . (tanggal wawancara 5 Mei 2023).

Profesionalitas merupakan suatu hal yang penting dalam melakukan sebuah kerjasama agar kedua belah pihak yang bekerjasama tidak ada yang merasa dirugikan karena mereka bekerja dengan sikap profesionalitas. Adapun harapan *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar kepada wartawan yang menjadi partner terdekat, sebagaimana yang dikatakan ibu Tiara indah lestari:

“Harapan *Public Relations* BPJS Kesehatan kota Makassar terhadap media sebagai partner terdekat, untuk menjaga reputasi Intansi BPJS Kesehatan Kota Makassar adalah tetap menjunjung tinggi profesionalisme wartawan sebagai pencari berita dan mewartakan melalui mediana guna memberi informasi kepada masyarakat untuk dijadikan bahan informasi maupun bahan yang dapat menambah wawasan atau pengetahuan masyarakat” (tanggal wawancara 05 Mei 2023).

Komunikasi yang efektif antara instansi/prusahaan dengan masyarakat mampu menciptakan sinergitas yang positif. Untuk mewujudkan hal tersebut, dalam meningkatkan komunikasi dengan masyarakat pihak perusahaan BPJS kesehatan kota makassar *Public Relations* selalu berbenah seperti yang dikatakan oleh bapak Nur Rochman :

“Memperkenalkan dan menyiapkan nomor call center 165 di setiap rumah sakit dan puskesmas untuk bisa menerima langsung keluhan maupun pertanyaan-pertanyaan dari peserta BPJS Kesehatan. Selain itu kami juga selalu melakukan banyak evaluasi dengan melihat google review untuk melihat rating kepuasan pelayanan dari peserta. (tanggal wawancara 05 Mei 2023)

Seperti pada penjelasan di atas bagian *Public Relations* BPJS kesehatan terus berbenah dalam hal pelayanan kepada peserta BPJS agar komunikasi dan informasi bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. dalam hal pelaksanaan penyebar luasan informasi kepada masyarakat pihak *Public Relations* menggunakan media cetak maupun media online.

Kemampuan *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar untuk membantu mencari solusi dari masalah komunikasi terhadap masyarakat atau relasi organisasi dan Perusahaan BPJS Kesehatan Kota makassar dalam hal ini memiliki aplikasi yaitu JKN Moblie.

Mobile JKN (Jaminan Kesehatan Nasional) merupakan salah satu aplikasi yang diluncurkan oleh BPJS (Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial) Kesehatan Indonesia. Aplikasi ini dibuat senantiasa untuk memudahkan

masyarakat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan mereka kapanpun dan dimanapun dengan hanya menggunakan akses internet. Terlebih lagi, seiring berkembangnya teknologi masa kini, hampir semua bentuk pelayanan masyarakat serba mengandalkan cara online dari rumah saja. seperti yang dikatakan oleh Kabag SDMUMKP bapak nur rochman yang mengatakan bahwa :

“BPJS Kesehatan Kota Makassar sudah memiliki aplikasi JKN Mobile, yang tersedia di apple store dan play store. Aplikasi ini bertujuan untuk memudahkan para pelanggan BPJS Kesehatan untuk mengakses informasi tentang bpjs baik untuk konsultasi, pembayaran iuran mengurus administrasi tanpa harus datang ke kantor, sebab permasalahan yang sering terjadi adalah membludaknya antrian peserta di kantor dalam hal mengurus administrasi”. (tanggal wawancara 5 mei 2023)

Wawancara yang dilakukan dengan salah satu masyarakat mengenai tanggapannya terhadap aplikasi JKN mobile mengatakan bahwa :

“Mobile JKN adalah inovasi yang yang luar biasa dari BPJS Kesehatan. Selain tampilannya yang user friendly, aplikasi ini memangkas sistem birokrasi administrasi sehingga prosesnya bisa dilakukan kita sendiri. Tentu ini sangat membantu. Apalagi, tidak semua orang memiliki banyak waktu untuk datang langsung ke Kantor BPJS Kesehatan untuk mengurus segala administrasi kepesertaannya. Maka dari itu saya menyarankan agar yang belum mengunduh aplikasi Mobile JKN, segeralah mengunduhnya. Setelah itu, jangan lupa pelajari masing-masing fiturnya agar kita bisa menikmati segala bentuk kemudahan dan manfaat yang ada di Apikasi Mobile JKN ini,” (tanggl wawancara 5 mei 2023)

Inovasi yang dilakukan BPJS kesehatan kota makassar tidak berhenti disitu, pihak *Public Relations* BPJS Kesehatan kota makassar juga memberikan layanan informasi kepada masyarakat melalui aplikasi WhatsApp. Dalam wawancaranya Kabag SDMUMKP bapak nurochman mengatakan bahwa :

“BPJS Kesehatan Kota Makassar khususnya bagian *Public Relations* membentuk kelompok informasi masyarakat. kelompok informasi yang dilakukan ini adalah bernama Pandawa (pelayanan administrasi melalui whatsApp) hal ini dilakukan untuk memudahkan penyebaran informasi

ke masyarakat dan memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan pihak penyelenggara jaminan kesehatan”. (tanggal wawancara 5 mei 2023)

c. *Public Relations* Sebagai fasilitator Pemecah Masalah

Public relation sebagai fasilitator pemecahan masalah, adalah orang yang bermitra dengan manajer senior untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah (Lattimore, 2010).

Sebagai Fasilitator pemecah masalah jika terjadi pemberitaan yang tidak benar maka tentunya pihak *Public Relations* harus segera meluruskan pemberitaan tersebut seperti yang dikatakan oleh ibu Tiara indah lestari :

“ Ketika terjadi pemberitaan yang tidak sesuai kami memiliki *counter* hak jawab tidak lebih dari 1x24 jam untuk Klarifikasi ke media tersebut, menyampaikan sanggahan jika dalam pemberitaan tersebut tidak menyatakan fakta apalagi jika terindikasi *cover bold side*” (wawancara dengan kepala bagian humas, tanggal wawancara 05 Mei 2023).

Dengan melakukan sebuah klarifikasi tentang pemberitaan yang keliru menjadi hal yang sangat penting yang harus dilakukan oleh seorang *Public Relations* guna menjaga nama baik instansi BPJS Kesehatan Kota Makassar. Jelas, bahwa pola kemitraan media juga didukung dengan penggunaan media secara merata oleh kajian yang dilakukan oleh bagian *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar dapat menjadikan informasi tersebar luas secara merata baik kalangan yang dapat menggunakan atau memiliki media elektronik ataupun tidak. Adapun permasalahan yang biasa dikeluhkan masyarakat adalah tentang informasi yang kurang jelas tentang layanan produk dan antrian panjang saat pengurusan administrasi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut pihak BPJS Kesehatan Kota Makassar harus meningkatkan kinerja karyawan nya untuk bisa melakukan pelayanan prima terhadap masyarakat agar stigma tentang bahwa Petugas BPJS Kesehatan hanya melayani kelas tertentu dapat di antisipasi dan pada akhirnya akan

memberikan citra positif terhadap perusahaan.

Adapun permasalahan yang biasanya dikeluhkan masyarakat adalah pelayanan BPJS Kesehatan Kota Makassar yang tidak efisien, yang mana mereka harus mengantri lama untuk mendapatkan pelayanan. Upaya yang dilakukan BPJS Kesehatan Kota Makassar untuk mengatasi masalah tersebut adalah menyediakan aplikasi JKN Mobile dan Pandawa

Berdasarkan penuturan narasumber tersebut tugas *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar dalam hal sebagai fasilitator pemecahan masalah sudah terjalin dengan baik antara perusahaan dengan publik itu sendiri.

2. Faktor pendukung dan penghambat *Public Relations* BPJS Kesehatan kota Makassar dalam membangun citra perusahaan

Dalam segala bentuk kegiatan tentu ada faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pencapaian suatu tujuan, begitu pula dengan pelaksanaan fungsi *Public Relations* BPJS Kesehatan Cabang Makassar dalam meningkatkan citra perusahaan yang baik bagi perusahaan.

a. Faktor pendukung

Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) merupakan salah satu program gagasan pembangunan untuk meningkatkan kehidupan masyarakat dalam hal kesehatan. Kesuksesan program ini tidak akan diraih tanpa adanya dukungan - dukungan baik itu dari Pemerintah, masyarakat, lingkungan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan program ini. Faktor pendukung BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program JKN adalah:

1) Kerjasama yang baik antar pegawai BPJS Kesehatan kota Makassar

Kerjasama yang terjadi antar pegawai pada Bagian *Public Relations* BPJS

Kesehatan Kota Makassar merupakan salah satu faktor pendukung dalam pelaksanaan komunikasi yang berkaitan dengan kegiatan BPJS Kesehatan Kota Makassar . Kerjasama yang dimaksud adalah kerjasama dalam hal pembagian tugas yang diberikan oleh pimpinan sehingga tujuan yang ingin dicapai perusahaan dapat berjalan dengan baik. Setiap karyawan mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Kerjasama antar pegawai ini sangat penting, hal tersebut dikarenakan bagian *Public Relations* salah satu bagian terpenting yang menyampaikan informasi secara luas kepada masyarakat terkait kegiatan perusahaan sehingga kerjasama antar pegawai dalam melaksanakan kegiatan *Public Relations* sangat diperlukan, kerjasama tersebut diwujudkan dengan saling berkoordinasi antar pegawai maupun antar bidang.

2) Dukungan Instansi-instansi Pemerintah di Kota Makassar

Faktor pendukung berasal dari pemerintah, tentunya sangat penting Dukungan yang berasal dari instansi- instansi pemerintah disebabkan karena adanya kewajiban setiap ASN untuk terdaftar program JKN. Selain itu institusi pemerintah turut mendukung dan menyukseskan nya sehingga mereka mengadakan seminar-seminar tentang JKN dengan mengundang BPJS Kesehatan sebagai narasumber.

Selain dukungan dari pemerintah pusat, dukungan juga banyak berdatangan dari instansi-instansi pemerintah yang terkait, seperti Dinas Ketenagakerjaan, Pemerintah Kota, Kantor Imigrasi, Dinas Kesehatan, dan asosiasi- asosiasi kesehatan lainnya yang ada di kota makassar. Dukungan tersebut tercermin dari banyaknya seminar- seminar mengenai program JKN BPJS Kesehatan yang dilakukan di Kota Makassar.

3) Dukungan dari badan usaha/perusahaan yang ada di kota Makassar

Perusahaan sebagai salah satu kategori peserta JKN menyadari pentingnya informasi sehingga mereka berinisiatif mengundang BPJS Kesehatan ke Kantor mereka guna melaksanakan sosialisasi baik bagi pekerja maupun pemberi kerja (pemilik). Jika perusahaan tidak memberikan kesempatan bagi BPJS Kesehatan maka tentu informasi mengenai program ini bisa saja hanya sebatas aturan pemerintah yang akhirnya tidak terealisasikan maksud dan tujuan program. Ada juga dukungan dari perusahaan- perusahaan tempat kami akan melakukan sosialisasi. Banyak perusahaan yang aktif dan berinisiatif dengan mengundang kami melakukan sosialisasi di perusahaan mereka.

4) Inovasi Pelayanan Publik

Menurut Peraturan Menteri PANRB No. 30 Tahun 2014, inovasi pelayanan publik adalah terobosan jenis pelayanan publik baik yang merupakan gagasan/ide kreatif orisinal dan/atau adaptasi/modifikasi yang memberikan manfaat bagi masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. BPJS kesehatan sendiri telah berupaya untuk melakukan pembenahan pelayanan peserta BPJS kesehatan Kota Makassar. Seperti yang dikatakan oleh Kabag SDMUMKP bapak Nur Rochman :

“Kami telah berbenah dalam hal pelayanan dengan inovasi digitalisasi dengan adanya Aplikasi Mobile JKN. Sehingga masyarakat maupun peserta JKN bisa melakukan pengecekan segala administrasi baik untuk cetak kartu, melihat iuran maupun mengambil nomor antrian. Selain itu kami juga memiliki inovasi layanan via Whatsapp dengan Nama Pandawa (pelayanan administrasi melalui whatsapp) Sehingga hal ini bisa menyelesaikan permasalahan penumpukan antrian peserta di kantor BPJS Kesehatan kota Makassar”. (Tanggal wawancara 05 Mei 2023).

b. Faktor penghambat

Faktor penghambat strategi *Public Relations* dalam membangun citra positif BPJS Kesehatan Kota Makassar.

1) Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang belum merata membuat informasi yang diberikan sulit untuk dipahami oleh masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah, sehingga ada beberapa prosedur yang mereka kurang pahami, pada saat di kemudian hari terjadi komplain. Hal ini senada yang dikemukakan oleh Kabag SDMUMKP Bapak Nur Rochman:

“Untuk kalangan masyarakat dengan berpendidikan rendah sangat sulit untuk membangun komunikasi karena kebanyakan masih tidak mengerti jika terjadi antrian” (Tanggal wawancara 05 Mei 2023).

2) Karakter masyarakat

Ada beberapa karakter masyarakat yang menghambat program ini salah satunya yaitu pada saat membutuhkan jaminan kesehatan saja mereka melakukan pembayaran iuran. Hal ini banyak pada kasus ibu hamil, dimana setelah melahirkan mereka tidak lagi mau membayar iuran kesehatan. Masyarakat kadang kala malas mencari informasi yang benar tentang BPJS Kesehatan, sehingga informasi yang beredar kadang kala tidak lengkap dan salah, sehingga di kemudian hari memunculkan masalah. Hal ini diungkapkan oleh Kabag SDMUMKP Bapak Nur Rochman :

“Yang menjadi permasalahan lain di awal program JKN berjalan adanya sebagian masyarakat yang membayar iuran diawal saja ketika mereka sedang sakit dan setelah sehat tidak mau lagi membayar iuran, hal ini banyak terjadi pada kasus ibu melahirkan” (tanggal wawancara 05 Mei 2023).

3) Tidak mau berpindah ke BPJS Kesehatan

Hambatan yang paling sering dihadapi itu berkaitan dengan complain peserta. Masih banyak peserta khususnya peserta eks JPK Jamsostek yang belum mau menerima perubahan dari program jaminan kesehatan Jamsostek dengan program baru dari BPJS Kesehatan. Karyawan yang selalu membanding-

bandingkan program jaminan kesehatan yang dulu dengan yang sekarang. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa BPJS Kesehatan merupakan transformasi dari PT Askes. Selain itu, BPJS Kesehatan juga memiliki peserta lama yang dulunya di Jamsostek. Sehingga, bagi peserta lama selalu saja ada keluhan mengenai perbedaan pelayanan yang diperoleh. Komplain juga banyak muncul berkaitan dengan apa yang mereka dapatkan dalam sosialisasi tidak sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan. Padahal, itu bias jadi bukan kesalahan dari BPJS Kesehatan melainkan dari pihak lain yang terkadang memberikan informasi yang kurang benar.

C. Pembahasan

1. Strategi *Public Relations* Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Dalam membangun Citra perusahaan

Public Relations (PR) atau biasa disebut dengan Humas merupakan fungsi manajemen untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi atau instansi dengan publiknya karena hal itu mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan dalam organisasi tersebut, adanya humas yaitu untuk membina hubungan yang baik yang timbul dari publik maupun instansi. Secara garis besar salah satu tugas *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat terbagi menjadi tiga yaitu sebagai pemberi penjelasan, sebagai fasilitator komunikasi, dan sebagai fasilitator pemecahan masalah apabila ketiga tugas terjalin dengan baik maka terciptanya citra yang baik tersebut terhadap masyarakat.

a. Strategi *Public Relations* sebagai Pemberi penjelasan

Salah satu tugas *Public Relations* BPJS Kesehatan kota Makassar adalah sebagai pemberi penjelasan. Strategi *Public Relations* BPJS kesehatan kota makassar dalam kaitannya sebagai pemberi penjelasan adalah dengan melakukan hubungan baik dengan beberapa media mainstream yang ada di kota makassar

seperti media fajar, Celebes, dan tribun timur. Bentuk kerjasama yang dilakukan adalah pihak *Public Relations* BPJS kesehatan kota makassar dengan media adalah dengan mempublikasikan kegiatan maupun berita yang terkait dengan BPJS Kesehatan kota makassar seperti tentang berita perubahan biaya kelas untuk pasien BPJS kesehatan agar informasi tersebut dapat diketahui oleh masyarakat.

Berdasarkan analisis penulis, bahwa strategi *Public Relations* sebagai pemberi penjelasan yang memfasilitasi pemberian informasi tentang produk layanan. Pemberian penjelasan yang dilakukan oleh pihak *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar merupakan salah satu aktifitas utama seorang *Public Relations* dalam hal ini sebagai bentuk communicator, relationship, back up management dan good image maker sebagaimana yang diutarakan oleh (Yunizar Khairunnisa, 2016) sebagai aktivitas utamanya *Public Relations*.

b. Strategi *Public Relations* Sebagai Fasilitator Komunikasi

Salah satu tugas *Public Relations* BPJS Kesehatan kota Makassar adalah Sebagai fasilitator Komunikasi. Strategi *Public Relations* BPJS kesehatan kota makassar dalam kaitannya sebagai Fasilitator komunikasi adalah dengan memanfaatkan media sosial karena perkembangan digitalisasi dan keterbukaan akses informasi. Selain itu strategi yang dilakukan adalah dengan mengajak para wartawan untuk berdiskusi dalam hal publikasi pemberitaan yang baik tentang kegiatan maupun layanan produk BPJS Kesehatan kota Makassar. Untuk menjaga komunikasi dengan masyarakat pihak BPJS Kesehatan kota Makassar juga menyediakan nomor call center 165 di setiap rumah sakit dan puskesmas untuk bisa menerima langsung keluhan maupun pertanyaan-pertanyaan dari peserta BPJS Kesehatan.

Berdasarkan analisis penulis, bahwa strategi *Public Relations* sebagai

fasilitator komunikasi yang memfasilitasi komunikasi antara internal maupun eksternal dan perusahaan dengan masyarakat dalam bentuk media seperti aplikasi JKN mobile dan Pandawa. Dua bentuk yang dilakukan *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar merupakan salah satu aktifitas utama seorang *Public Relations* dalam hal ini sebagai bentuk communicator, relationship, back up management dan good image maker sebagaimana yang diutarakan oleh (Yunizar Khairunnisa, 2016) sebagai aktivitas utamanya *Public Relations*

c. Strategi *Public Relations* sebagai Fasilitator pemecah Masalah

Salah satu tugas *Public Relations* BPJS Kesehatan kota Makassar adalah Sebagai fasilitator Pemecah Masalah. Strategi *Public Relations* BPJS kesehatan kota Makassar dalam kaitannya sebagai Fasilitator pemecah masalah adalah dengan memiliki sarana Aplikasi JKN Mobile yang bertujuan untuk memudahkan para pelanggan BPJS Kesehatan untuk mengakses informasi tentang layanan BPJS kesehatan baik untuk konsultasi, pembayaran iuran dan mengurus administrasi tanpa harus datang ke kantor. Inovasi yang dilakukan juga adalah dengan membentuk kelompok informasi kelompok informasi yang dimaksud adalah bernama Pandawa (pelayanan administrasi melalui whatsapp) hal ini dilakukan untuk memudahkan penyebaran informasi ke masyarakat dan memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan pihak penyelenggara jaminan kesehatan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, BPJS Kesehatan kota makassar memiliki pandangan yang sama dengan teori *Public Relations*, yang menganggap keberadaan *Public Relations* sangat berpengaruh terhadap lancarnya penyebaran informasi mengenai kebijakan perusahaan kepada publiknya. Strategi yang dilakukan sesuai dengan teori penyebaran informasi

(information diffusion theory) yang dikemukakan oleh rogers yang mengatakan bahwa informasi dapat menyebar melalui jaringan sosial dan memiliki dampak pada persepsi dan perilaku publik. Seperti yang kita ketahui bahwa *Public Relations* bertujuan untuk membentuk good will, toleransi, saling kerjasama, saling menghargai, serta yang terpenting adalah mendapat opini publik yang favorable, sehingga akan terbangunlah pencitraan positif terhadap perusahaan. Teori ini sangat sesuai dengan data lapangan yang didapat oleh penulis bahwa dalam membentuk citra tergantung oleh kemampuan bidang *Public Relations* dalam mengatur strategi atau langkah-langkah dalam membina hubungan yang harmonis dengan publiknya sehingga informasi-informasi yang di publikasikan akan dapat diterima positif oleh konsumen atau masyarakat pengguna jasa BPJS Kesehatan.

Menurut analisa penulis, strategi *Public Relations* sebagai membangun citra positif perusahaan dengan melakukan kemitraan media dan komunikasi masyarakat sangat membantu membangun citra positif terhadap BPJS Kesehatan kota makassar. Selain itu pihak *Public Relations* sesuai dengan teori Two way asymmetrical. Teori ini dikemukakan oleh james gruning (1992) yang mengatakan bahwa *Public Relations* melakukan kampanye melalui komunikasi dua arah, dan penyampaian pesan-pesan berdasarkan hasil riset serta strategi komunikasi persuasif publik secara ilmiah. Unsur kebenaran informasi diperhatikan membujuk publik agar mau bekerjasama, bersikap terbuka sesuai harapan organisasi.

2. Faktor pendukung dan penghambat Strategi *Public Relations* BPJS

Kesehatan Kota Makassar dalam membangun citra

a. Faktor Pendukung

Keberhasilan suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan tidak terlepas dari beberapa faktor yang mendukung keberhasilan tersebut. Adapun faktor pendukung Strategi *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar dalam membangun citra adalah sebagai berikut :

1) Kerjasama antara pegawai dalam hal pelaksanaan tugas dan tanggung jawab

Kerjasama yang baik terjadi antara pegawai tentunya sesuatu yang harus terjadi didalam sebuah perusahaan. Dalam hal bentuk kerjasama yang terjadi dalam perusahaan BPJS Kesehatan khususnya bagian *Public Relations* melakukan pembagian tugas. Setiap pegawai yang mendapatkan tugas harus bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan. Contoh pembagian tugas seperti adanya pegawai yang bertugas untuk membuat desain iklan, editor video dan publikasi yang memberikan dampak pada promosi produk BPJS Kesehatan kota makassar dan pada akhirnya memberikan kesan positif terhadap persepsi publik.

2) Kerjasama yang baik dengan pihak eksternal

Kerjasama yang baik dengan pihak eksternal yang dimaksud adalah kerjasama dengan beberapa pihak seperti perusahaan dan instansi yang ada di wilayah lingkup kota makassar. Kerjasama yang terjalin adalah kerjasama dalam hal kegiatan seminar tentang produk layanan BPJS Kesehatan kota makassar. Kegiatan kerjasama ini diharapkan mampu memberikan citra positif terhadap persepsi publik tentang layanan BPJS Kesehatan kota makassar.

b. Faktor penghambat

Meski sudah terjalin hubungan baik dengan media dan masyarakat namun jalinan yang dibangun bukan tanpa hambatan. Masih banyak kendala yang dihadapi Pihak *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota makassar dalam

membangun citra positif

1) Kurangnya Partisipasi Masyarakat

Ada beberapa karakter masyarakat yang menghambat program ini salah satunya yaitu pada saat membutuhkan jaminan kesehatan saja mereka melakukan pembayaran iuran. Hal ini banyak pada kasus ibu hamil, dimana setelah melahirkan mereka tidak lagi mau membayar iuran kesehatan. Masyarakat kadang kala malas mencari informasi yang benar tentang BPJS Kesehatan,

Selain itu Hambatan yang paling sering dihadapi itu berkaitan dengan complain peserta. Masih banyak peserta khususnya peserta eks JPK Jamsostek yang belum mau menerima perubahan dari program jaminan kesehatan Jamsostek dengan program baru dari BPJS Kesehatan. Karyawan yang selalu membandingkan program jaminan kesehatan yang dulu dengan yang sekarang. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa BPJS Kesehatan merupakan transformasi dari PT Askes. Selain itu, BPJS Kesehatan juga memiliki peserta lama yang dulunya di Jamsostek. Sehingga, bagi peserta lama selalu saja ada keluhan mengenai perbedaan pelayanan yang diperoleh. Komplain juga banyak muncul berkaitan dengan apa yang mereka dapatkan dalam sosialisasi tidak sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan. Padahal, itu bisa jadi bukan kesalahan dari BPJS Kesehatan melainkan dari pihak lain yang terkadang memberikan informasi yang kurang benar.

2) Perbedaan sudut pandang, artinya media dalam mempublikasikan pemberitaan Perusahaan BPJS Kesehatan Kota Makassar secara utuh.

Perbedaan sudut pandang yang dimaksud adalah media dalam mempublikasikan pemberitaan BPJS Kesehatan Kota Makassar secara tidak utuh. Perbedaan ini biasa muncul akibat adanya komplain masyarakat sehingga

terkadang ada media yang menggiring opini tentang layanan BPJS Kesehatan sehingga membuat masyarakat mendapat informasi yang tidak utuh. Kondisi inilah yang menjadi hambatan bagi *Public Relations* dalam membangun citra perusahaan terhadap persepsi publik.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai strategi *Public Relations* dalam membangun citra perusahaan BPJS Kesehatan Kota Makassar. Terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan :

1. Dalam menjalankan Strategi dan tugas-tugasnya *Public Relations* BPJS Kesehatan Kota Makassar yaitu sebagai pemberi penjelasan telah menjalankan tugasnya dengan memberikan penjelasan, meluruskan terhadap hal-hal yang menyimpang atau yang masyarakat pertanyakan kepada pihak BPJS Kesehatan kota Makassar. Sebagai fasilitator komunikasi *Public Relations* BPJS Kesehatan kota Makassar juga telah dilaksanakan dengan baik dengan memanfaatkan Komunikasi dengan media. Penggunaan media dalam menyebarkan informasi dengan memilih media yang sudah terdaftar sebagai media resmi dan kredibel yang telah menjadi mitra BPJS kesehatan kota makassar. Dan sebagai fasilitator pemecah masalah pihak *Public Relations* BPJS Kesehatan kota makassar sudah melakukan dengan baik hal ini dapat dilihat dengan adanya Aplikasi mobile JKN yang memudahkan para masyarakat sebagai peserta BPJS Kesehatan selain itu Inovasi yang dilakukan juga adalah dengan membentuk kelompok informasi kelompok informasi yang dimaksud adalah bernama Pandawa (pelayanan administrasi melalui

whatsApp) hal ini dilakukan untuk memudahkan penyebaran informasi ke masyarakat dan memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan pihak penyelenggara jaminan kesehatan sehingga masalah seperti informasi yang tidak utuh dan antrian panjang.

2. Dalam Aspek Faktor Pendukung Kerjasama yang baik dengan pihak eksternal seperti kerjasama dengan beberapa pihak seperti perusahaan dan instansi yang ada di wilayah lingkup kota makassar. faktor penghambat adalah kurangnya partisipasi masyarakat dalam keikutsertaan sebagai peserta BPJS Kesehatan dan Perbedaan sudut pandang media dalam mempublikasikan pemberitaan BPJS Kesehatan Kota Makassar secara tidak utuh. Perbedaan ini biasa muncul akibat adanya komplain masyarakat sehingga terkadang ada media yang menggiring opini tentang layanan BPJS Kesehatan sehingga membuat masyarakat mendapat informasi yang tidak utuh.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah penulis peroleh selama melakukan penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dari penelitian yang telah dilakukan, diharapkan agar peranan *Public Relations* dalam membangun *citra perusahaan* BPJS Kesehatan lebih di maksimalkan, karena perlu menciptakan hubungan yang baik antara masyarakat dengan pegawai BPJS Kesehatan, agar tercipta komunikasi yang baik sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Memperbaiki dan meningkatkan kinerja BPJS *Center* di setiap rumah sakit, guna mendukung peran *Public Relations* dalam meningkatkan citra perusahaan BPJS Kesehatan.
3. Diharapkan dari penelitian ini, bahwa semua faktor-faktor yang mendukung peranan *Public Relations* dalam meningkatkan citra perusahaan BPJS Kesehatan dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Serta, faktor penghambat yang ada dan yang pernah terjadi dapat menjadi pembelajaran untuk kemajuan dan pengembangan BPJS Kesehatan



DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, R. (2015). *Peranan Public Relations dalam Meningkatkan Brand Image Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Cabang Makassar.*
- Ardianto, E. (2012). *Analisis wacana kritis pemberitaan harian pikiran rakyat dan harian kompas sebagai Public Relations politik dalam membentuk branding reputation presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY).* Jurnal ilmu komunikasi, 2(1), 14-57.
- Bagus, R. O. (2019). *Strategis Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.* 1–6.
- Bagus, R. O. (2019). *Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.*
- Humairah, S. (2019). *Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bengkulu).*
- Kadarisma, A. (2021). *Perlindungan Hukum Terhadap Peserta BPJS dalam Pelayanan Kesehatan.*
- Khairunisa, Y. (2016). *Strategi Public Relations Pt. Telkom Indonesia Tbk Di Makassar Dalam Menjaga Citra Perusahaan.* 17–20.
- Litjan Poltak Sinambela, dkk.(2011) *Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan, Implementasi.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Moenir, A.S. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia,* Cetakan keenam. Jakarta: Bumi Aksara.
- Putri, M. L. (2017). *Strategi Public Relations Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (Bpjs) Kesehatan Pusat Dalam Membangun Citra Perusahaan.*
- Rahma, S. (2022). *Strategi Humas Dalam Mempertahankan Reputasi PT Semen Tonasa Di Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) (Issue 8.5.2017).* Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ridha, W. (2014). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Excellent Islamic School (Exiss) a Ba Ta.*
- Sari, W. R. (2019). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Lembaga*

- Pada Badan Wakaf Al-Qur'an. In *Ilmu Komunikasi Sosial*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeda.
- Sulandjari, R., & Nanda, A. (2020). *Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan pada TIKI JNE*. 4, 15–26.
- Syamsuddin, A. (2022). *Public Relations pemerintah di kota Balikpapan*.
- Yunizar Khairunnisa. (2016). *Strategi Public Relations Pt. Telkom Indonesia Tbk Di Makassar Dalam Menjaga Citra Perusahaan*. 17–20.
- Zulfikri, A. (2013). Strategi Publik Relations PT RAPP dalam Membangun Citra Positif Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 104–115.






Lampiran 1 Ulasan Peserta BPJS Kesehatan Kota Makassar

Ilhanul Hakim
1 ulasan · 5 foto

★★★★★ 2 bulan lalu

INTINYA **PELAYANAN** SANGAT TIDAK MEMUASKAN antrian panjang dan hanya 1 loket yang oprasi, yang empatnya kemana



Adiyatma Ramadhan
1 ulasan

★★★★★ 2 bulan lalu

Sessajaki ... 3 x antri .

1. Antri di pintu masuk.
2. antri berdiri
3. antri duduk ..

Pelayanan lambat.... Gimana menumpuk antri klw lambat

Silvia Safitri
2 ulasan · 2 foto

★★★★★ 9 bulan lalu

Parah sekali **pelayanan** csnya, tidak ramah, tidak informatif.. Tidak Profesional, perlu banyak peningkatan

Andi Ikmal
9 ulasan

★★★★★ setahun lalu

Saya dusuruh **pelayanan** lewat wa dengan **pelayanan** lambat. Sedangkan teman saya di perbolehkan masuk walaupun urusan sama

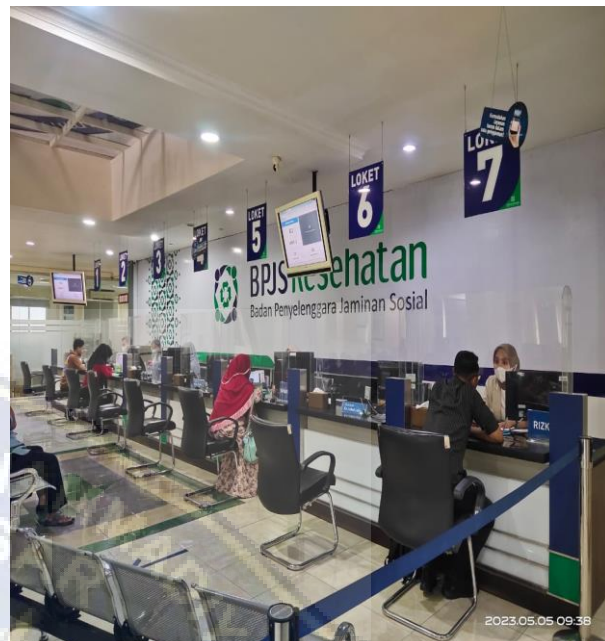
Lampiran 2 Foto Dokumentasi Penelitian



Wawancara bersama Staff komunikasi dan kesekretariatan Ibu Tiara indah lestari



Wawancara bersama kepala bagian SDM, Umum, dan Komunikasi Bapak Nur Rochman





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 0527/FSP/A.1-VIII/III/1444 H/2023 M
Lamp. : 1 (satu) Eksamplar
Hal : **Pengantar Penelitian**

Kepada Yth.
Bapak Rektor, Cq. Lembaga Penelitian dan
Pengabdian pada Masyarakat (LP3M) Unismuh
Di -
Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan rencana penelitian mahasiswa untuk melengkapi data dalam rangka Penulisan Skripsi, maka diharapkan kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan Pengantar Penelitian kepada :

Nama Mahasiswa : Sri Nur Armi
St a m b u k : 10561 11009 17
J u r u s a n : Ilmu Administrasi Negara
Lokasi Penelitian : Di Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS)
Kesehatan Kota Makassar
Judul Skripsi : *"Strategi Public Relations Badan Penyelenggara
Jaminan Sosial Kesehatan Kota Makassar dalam
Membangun Citra"*

Demikian Pengantar Penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik, diucapkan banyak terima kasih.

Jazakumullahu. Khaeran Katziraa.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar, 30 Maret 2023
Ketua Jurusan IAN

Dr. Nur Wahid, S.Sos, M.Si
NBM : 991 742



Nomor : 1106/05/C.4-VIII/III/1444/2023

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

Hal : Permohonan Izin Penelitian

08 Ramadhan 1444 H

30 March 2023 M

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
di -

Makassar

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0527/FSP/A.6-VIII/III/1444H/2023M tanggal 30 Maret 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SRI NUR ARMI
No. Stambuk : 10561 1100917
Fakultas : Fakultas Sosial dan Politik
Jurusan : Ilmu Administrasi Negara
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"STRATEGI PUBLIC RELATIONS BADAN PENYELENGGARA JAMINAN SOSIAL KESEHATAN KOTA MAKASSAR DALAM MEMBANGUN CITRA"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 3 April 2023 s/d 3 Juni 2023.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Ketua LP3M,


Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.
NBM 101 7716



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulseprov.go.id> Email : ptsp@sulseprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : **14442/S.01/PTSP/2023**

Kepada Yth.

Lampiran : -

Kepala Kantor BPJS Kesehatan Kota
Makassar

Perihal : **Izin penelitian**

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 1106/05/C.4-VIII/III/1444/2023 tanggal 30 Maret 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : **SRI NUR ARMI**
Nomor Pokok : 105611100917
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" STRATEGI PUBLIC RELATIONS BADAN PENYELENGGARA JAMINAN SOSIAL KESEHATAN KOTA MAKASSAR DALAM MEMBANGUN CITRA "

Yang akan dilaksanakan dari ; Tgl. **03 April s/d 03 Juni 2023**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 31 Maret 2023

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



Ir. H. SULKAF S LATIEF, M.M.
Pangkat : PEMBINA UTAMA MADYA
Nip : 19630424 198903 1 010

Tembusan Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Bupati/Walikota C q. Kepala Bappelitbangda Prov. Sulsel, apabila kegiatan dilaksanakan di Kab/Kota
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat
4. Menyerahkan 1 (satu) eksampulardcopy dan softcopy kepada Gubernur Sulsel. Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian dan Pengembangan Daerah Prov. Sulsel
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

REGISTRASI ONLINE IZIN PENELITIAN DI WEBSITE :
<https://izin-penelitian.sulselprov.go.id>



NOMOR REGISTRASI 20230331183878



Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 'Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah.'
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **sertifikat elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan melakukan scan pada QR Code

