



**STRATEGI BRANDING BPJS KETENAGAKERJAAN DALAM
MASA PANDEMI COVID-19**
Studi Kasus Program Bantuan Subsidi Upah Bagi Pekerja Formal
Tahun 2020

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)
Ilmu Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : Strategi Branding BPJS Ketenagakerjaan Dalam Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Program Bantuan Subsidi Upah Bagi Pekerja Formal Tahun 2020
Nama : Utami Wulandari
NIM : 44318120001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 21 Agustus 2021

Mengetahui,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Pembimbing

(M. Taufiq Hidayat, M.IKom)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Branding BPJS Ketenagakerjaan Dalam Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Program Bantuan Subsidi Upah Bagi Pekerja Formal Tahun 2020

Nama : Utami Wulandari

NIM : 44318120001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 21 Agustus 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

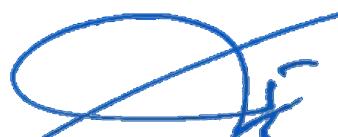

M. Taufiq Hidayat
(M. Taufiq Hidayat, M.Ikom) 
Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Strategi Branding BPJS Ketenagakerjaan Dalam Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Program Bantuan Subsidi Upah Bagi Pekerja Formal Tahun 2020

Nama : Utami Wulandari

NIM : 44318120001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 21 Agustus 2021

UNIVERSITAS
Ketua Sidang,
Nindyta Aisyah Dwityas, M. Si (*Nindyta*)

Penguji Ahli,
Andri Budiwidodo, M.Ikom (*Andri*)

Pembimbing,
M. Taufiq Hidayat, M.IKom (*Taufiq Hidayat*)

 UNIVERSITAS MERCU BUANA	SURAT PERNYATAAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
--	--	----------

No. Dokumen	15.4.03.01	Distribusi	All
Tgl. Efektif	1 MEI 2014		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Utami Wulandari
 NIM : 44318120001

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

Strategi Branding BPJS-Ketenagakerjaan Dalam Masa Pandemi Covid – 19
Studi Kasus Program Bantuan Subsidi Upah Bagi Pekerja Formal Tahun 2020.

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 21 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Utami Wulandari

Mengetahui

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Advertising
& Marketing Communication



(M. Taufiq Hidayat, M.Ikom)



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed.)

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT, serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW karena atas rahmat dan ridha-Nya, sehingga skripsi dengan judul Strategi Branding BPJS Ketenagakerjaan Dalam Masa Pandemi Covid – 19 Studi Kasus Program Bantuan Subsidi Upah Bagi Pekerja Formal Tahun 2020 ini dapat selesai.

Skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan kuliah jenjang Strata 1, Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Proposal ini tidak lepas dari bantuan dan dukungna baik moril maupun materiil dari berbagai pihak yang dirasakan penulis sebagai sumber dorongan dan semangat untuk menghadapi serta melewati kesulitan dan hambatan yang ada. Oleh karena itu tiada ungkapan tulus selain ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

- 1 Bapak Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sangat sabar membantu dalam menerima kekurangan saya dan memberikan petunjuk serta arahan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini
- 2 Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana,
- 3 Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si, Wakil Dekan Bidang Sumberdaya & Keuangan Universitas Mercu Buana,
- 4 Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si. juga selaku Pembimbing Akademik selama menempuh pendidikan dan memberikan semangat.
- 5 Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
- 6 Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA, Ketua Bidang Studi Marketing Communications
- 7 Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom, Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

- 8 Bapak dan Ibu selaku Dosen Pengajar dan staff administrasi di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, khususnya Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran yang telah membantu penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 9 Pimpinan dan rekan – rekan BPJS Ketenagakerjaan di Kantor Pusat dan Kantor Cabang Tangerang Kota, serta kawan – kawan Marccom UMB atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis.
- 10 Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, untuk doa, cinta dan kasih sayang, semangat, perhatian tulus dan dukungan yang begitu besar kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki, maka dengan segala kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat digunakan untuk memberikan ilmu terkait *marketing communication* dan dapat memberikan manfaat berupa informasi, masukan sebagai penambah wawasan bagi pembaca, khususnya bagi penulis serta memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya program studi periklanan dan komunikasi pemasaran.

Semoga Allah Subhanahuwata'ala selalu melimpahkan rahmat sehat dan sejahtera kepada kita semua.. Aamiin Yaa Robbal'alaamiin

Jakarta, Juli 2021

Penulis,

Utami Wulandari



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Program Studi *Marketing Communication*

Utami Wulandari
44318120001

5 (lima) BAB 109 halaman, 43 halaman lampiran
Bibliografi: 39 buku, 15 jurnal, 5 sumber lain

ABSTRAK

Selama ini masyarakat memiliki *brand awareness* yang relatif kecil terhadap BPJS Ketenagakerjaan. Di kalangan pekerja lebih kenal dengan nama sebelumnya Jamsostek. Selama masa pademi, BPJS Ketenagakerjaan terlibat dalam Program Bantuan Subsidi Upah Bagi Pekerja Formal. Penelitian ini diarahkan untuk menganalisis strategi *branding* BPJS Ketenagakerjaan dan tahapan untuk memperkuat *branding* BPJS Ketenagakerjaan.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran, strategi *branding*, dan taktik media *branding*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan jenis penelitian studi kasus deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan BPJS Ketenagakerjaan strategi branding yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan selain mengubah kembali panggilan menjadi BPJamsostek juga memerapkan setiap logo dan perubahan itu melalui media massa serta media sosial BPJS Ketenagakerjaan. Selain itu, branding yang sama juga diterapkan dalam meningkatkan *awareness* publik terhadap Bantuan Subsidi Upah Bagi Pekerja Formal. Sebagai saran, untuk pengembangan strategi perlu memperhatikan kebutuhan dan kebiasaan pekerja formal dengan optimalisasi penggunaan media sosial.

Kata Kunci: *branding*, BPJS Ketenagakerjaan, pandemi, *branding*, *branding* lembaga, *office branding*



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Program Studi *Marketing Communication*

Utami Wulandari
44318120001

5 (five) CHAPTER 109 pages, 43 pages of attachments
Bibliography: 39 books, 15 journals, 5 other sources

ABSTRACT

The public has relatively little brand awareness of the existence of BPJS Ketenagakerjaan. Among workers more familiar with the previous name Jamsostek. During the pandemic, BPJS Ketenagakerjaan was involved in the Wage Subsidy Assistance Program for Formal Workers. This study is directed to analyze the BPJS Employment branding strategy and the steps to strengthen the BPJS Employment branding.

The concepts used in this study are marketing communication strategies, branding strategies, and media branding tactics. This study uses a constructivist paradigm with a descriptive case study type of research.

The results of the study show that BPJS Ketenagakerjaan's branding strategy carried out by BPJS Ketenagakerjaan in addition to changing the call back to BPJamsostek also applies each logo and change through mass media and BPJS Employment social media. In addition, the same branding is also applied in increasing public awareness of Wage Subsidy Assistance for Formal Workers. As a suggestion, for developing a strategy it is necessary to pay attention to the needs and habits of formal workers by optimizing the use of social media.

Keywords: branding, BPJS Employment, pandemic, branding, agency branding, office branding

MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian.....	16
1.3. Tujuan Penelitian	17
1.4. Manfaat Penelitian	17
1.4.1. Manfaat Akademis	17
1.4.2. Manfaat Praktis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2. Tinjauan Teoritis	24
2.2.1. Komunikasi Pemasaran	24
2.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	26
2.2.3. <i>Branding</i> Lembaga.....	29
2.2.4. Strategi <i>Branding</i> Lembaga	31
2.2.5 Rebranding	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1. Paradigma Penelitian.....	37
3.2. Metode Penelitian.....	38
3.3. Subyek Penelitian.....	38

3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1. Data Primer	40
3.4.2. Data Sekunder	42
3.5. Teknik Analisis Data.....	43
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahaan Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Gambaran Umum.....	46
4.1.1. Lingkup Kerja BPJS Ketenagakerjaan.....	46
4.1.2. <i>Rebranding</i> BPJS Ketenagakerjaan ke BPJAMSOSTEK.....	50
4.1.3. Penyaluran Bantuan Subsidi Upah.....	55
4.2. Hasil Penelitian	58
4.2.1. Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran BSU - BPJS Ketenagakerjaan .	58
4.2.2. <i>Branding</i> Lewat Logo BPJS Ketenagakerjaan.....	61
4.2.3. Strategi <i>Branding</i> Program Lewat Bantuan Subsidi Upah	68
4.3. Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2. Saran.....	80
5.2.1. Saran Akademis	80
5.2.2. Saran Praktis.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82

MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2. Informan Penelitian.....	39



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perubahan Logo BPJamsostek	13
Gambar 4.1. Jumlah Peserta Aktif BPJS Ketenagakerjaan.....	48
Gambar 4.2. Struktur Organisasi BPJS Ketenagakerjaan	49
Gambar 4.3. Logo BPJS Ketenagakerjaan.....	51
Gambar. 4.4. Perubahan BPJS Ketenagakerjaan dari Waktu ke Waktu	54
Gambar 4.5. Tahapan Penyaluran Bantuan Subsidi Upah	57
Gambar 4.6. Layanan informasi melalui kontak center dan website	62
Gambar 4.7. Brosur cek saldo melalui aplikasi BPJSTKU	64
Gambar 4.8. Design standing banner JKP (Jaminan Kehilangan Pekerjaan)	64
Gambar 4.9. Tampilan <i>screen</i> laptop / pc karyawan.....	65
Gambar 4.10. Bilik layanan tanpa kontak fisik.....	66
Gambar 4.11. Design aplikasi BPJSTK Mobile.....	67
Gambar 4.12. Informasi Program BSU di Twitter BPJS Ketenagakerjaan	70



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara	86
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	90
Lampiran 3. Dokumentasi.....	106
Lampiran 4. CV Peneliti	107



UNIVERSITAS
MERCU BUANA