



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
MENDORONG PERUBAHAN PERILAKU ANGGOTA UMKM MENJADI
KEPESERTAAN BPJS KETENAGAKERJAAN**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations



Disusun Oleh

Fani Khairunnisa

44218110146

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fani Khairunnisa

NIM : 44218110146

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

Strategi Marketing Public Relations Dalam Mendorong Perubahan Perilaku Anggota UMKM Menjadi Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan

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, Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Fani Khairunnisa



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Strategi Marketing Public Relations Dalam Mendorong Perubahan perilaku Anggota UMKM Menjadi Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan**

Nama : Fani Khairunnisa

NIM : 44218110146

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, Februari 2021

Mengetahui,
Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Fani Khairunnisa
NIM : 44218110146
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul : **Strategi Marketing Public Relations Dalam Mendorong Perubahan perilaku Anggota UMKM Menjadi Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan**

Jakarta, Februari 2021

Ketua Sidang : Dr. A. Rahman, HI, M.Si



(.....)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penguji Ahli : Ida Anggraini Ananda, M.Si


(.....)

Pembimbing : Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom


(.....)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Strategi Marketing Public Relations Dalam Mendorong Perubahan perilaku Anggota UMKM Menjadi Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan**

Nama : Fani Khairunnisa

NIM : 44218110146

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, Februari, 2021

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

Public Relations

(Suryaning Hayati, SE, MM)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

(Poneo Budi Sulistyono, M.Comn.Ph.Di)

(Dr. Farid Hamid, MSi)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Fani Khairunnisa
44218110145

Strategi Marketing Public Relations Dalam Mendorong Perubahan Perilaku Anggota UMKM Menjadi Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan

Biografi : 5 Bab 123 hal + Lampiran + 23 Buku acuan + 2 Jurnal + 2 media online + 1 Website BPJS Ketenagakerjaan

ABSTRAK

BPJS Ketenagakerjaan merupakan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial memberikan perlindungan kepada seluruh pekerja Indonesia baik sektor formal maupun informal. Para pekerja wajib memiliki perlindungan dari resiko sosial ekonomi seperti kecelakaan dan kematian dalam masa kerja. Oleh karena itu, perlu adanya perlindungan bagi para tenaga kerja agar terjamin keselamatan dalam menjalankan pekerjaannya. Sehingga dapat mengurangi resiko adanya gangguan dalam sosial ekonomi dan mengganggu kesejahteraan secara drastis. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui strategi Marketing Public Relations dalam mendorong perubahan perilaku anggota UMKM menjadi kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan.

Penelitian ini menggunakan teori *Marketing Public Relations* menurut Thomas L. Harris yang meliputi konsep *Push*, *Pull*, dan *Pass* dan konsep proses manajemen menurut Scot M. Cutlip, yakni factfinding, planning, communications-actions dan evaluating.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber. Narasumber dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan, Staff Account Representative Khusus dan juga pelaku UMKM.

Hasil penelitian dari strategi Marketing Public Relations mendorong perubahan perilaku anggota UMKM mejadi kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan adalah dengan melaksanakan kegiatan sosialisasi, mengikuti Bazar dan Pameran, menggunakan brosur, flyer, baliho dan pemberitaan di media cetak/online.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa bidang kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan berkoordinasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM untuk bersinergi memberikan sosialisasi kepada UMKM mengenai pentingnya menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan. Sehingga UMKM dapat mengetahui bahwa perlunya perlindungan jaminan sosial dalam menghadapi resiko kerja.

Kata Kunci : Marketing Public Relations, Sosialisasi, Komunikasi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Fani Khairunnisa
44218110145

Marketing Public Relations strategy in encouraging changes in the behavior of UMKM members into BPJS Employment membership.

Biografi : 5 Bab, 123 page + attachment + 23 literatures + 2 Journal + 2 mass media online + 1 Website BPJS Ketenagakerjaan

ABSTRACT

BPJS Employment is a Social Security Administering Body that provides protection to all Indonesian workers, both in the formal and informal sectors. Workers are required to have protection from socio-economic risks such as accidents and death in the course of work. Therefore, there is a need for protection for workers to ensure safety in carrying out their work. So that it can reduce the risk of social and economic disturbances and drastically disrupt welfare. The purpose of the study was to determine the Marketing Public Relations strategy in encouraging changes in the behavior of UMKM members into BPJS Employment membership.

This study uses the theory of Marketing Public Relations according to Thomas L. Harris which includes the concept of Push, Pull, and Pass and the concept of management process according to Scott M. Cutlip, namely fact finding, planning, communications actions and evaluating.

The research method used is a case study with a qualitative descriptive type of research by conducting in-depth interviews with informants. The resource persons in this study were the Head of BPJS Employment Participation Division, Special Account Representative Staff and also UMKMs member.

The results of the research from the Marketing Public Relations strategy that encourage changes in the behavior of UMKM members into BPJS Employment participation are by carrying out socialization activities, participating in Bazaars and Exhibitions, using brochures, flyers, billboards and news in print/online media. This study concludes that the BPJS Employment membership sector coordinates with the Cooperatives and UMKM Office to synergize in providing socialization to UMKM regarding the importance of being BPJS Employment participants. So that UMKM can know the need for social security protection in dealing with work risks.

Keywords: Marketing Public Relations, Socialization, Communications

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Nikmat dan Karunia-Nya kepada kita semua untuk menimba ilmu di bangku perkuliahan hingga saat ini peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Strategi Marketing Public Relations Dalam Mendorong Perubahan Perilaku Anggota UMKM Menjadi Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan”**

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing peneliti, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, dosen pembimbing peneliti. Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan masukannya dalam membimbing penulis dalam menyusun tugas akhir
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Bapak & Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan banyak Ilmu dan bimbingan selama perkuliahan
6. Kedua Orang Tua Penulis yang telah meberikan doa, kasih sayang dan dukungan baik darisegi moral dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kakak dan Adik, yang selalu senantiasa memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam pembuatan tugas akhir ini.
8. Sahabatku Nanda Ramadanti yang tak pernah hentinya memberikan perhatian, menjadi pengingat dan dukungan kepada penulis untuk tetap semangat dalam mengerjakan tuhas akhir.
9. Teman-teman peneliti yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti.

Peneliti menyadari dengan kerendahan hati bahwa dalam proposal ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan didalamnya. Oleh karena itu peneliti sangat mengharapakan kritik dan saran dari pembaca untuk memperbaiki penelitian ini. Dengan segala kekurangan dan kelebihanannya, semoga dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Jakarta, Februari 2021

Hormat saya,



Fani Khairunnisa

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
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	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Penelitian Akademis	12
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis	12
BAB II Kajian Pustaka	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teori	23
2.2.1 Komunikasi	23
2.2.1.1 Komunikasi Persuasif	25
2.2.2 Public Relations	27
2.2.3 Strategi	29
2.2.4 Marketing Public Relations	31
2.2.3.1 Strategi Marketing Public Relations	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Subjek Penelitian	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Data Primer	49
3.4.2 Data Sekunder	50
3.5 Teknik Analisis Data	51
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1 Sejarah BPJS Ketenagakerjaan	57
4.1.2 Visi & Misi BPJS Ketenagakerjaan	60

4.1.3	Program BPJS Ketenagakerjaan	60
4.1.4	Sistem Keanggotaan BPJS Ketenagakerjaan	65
4.1.5	Struktur Organisasi	68
4.2	Hasil Penelitian	69
4.2.1	Strategi Marketing Public Relation BPJS Ketenagakerjaan Kepada UMKM Untuk Menjadi Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan	73
4.2.1.1	Strategy Push.....	73
4.2.1.2	Pull Strategy	76
4.2.1.3	Strategi Pass	84
4.2.2	Evaluasi Strategi Marketing Public Relations (Push Strategy, Pull Strategi, Pass Strategi)	85
4.2.3	Hambatan dalam memberikan informasi mengenai BPJS Ketenagakerjaan	87
4.3	Pembahasan.....	89
4.3.1.	Push Strategy.....	90
4.3.2.	Pull Strategy	91
4.3.3.	Pass Strategy	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		96
5.1	Simpulan	96
5.2	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
---------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BPJS Ketenagakerjaan Depok	65
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Draft dan Transkrip Wawancara
- Lampiran 2 Surat Penelitian
- Lampiran 3 Curriculum Vitae

