



**Strategi Engagement BPJS Ketenagakerjaan
dalam Media Sosial Instagram (Kasus
Bantuan Subsidi Upah Periode
2021-2022)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
OLEH
MUHAMMAD BASHIR AL FATTAH
55221120042**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**



**PROGRAM STUDI MAGISTER
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Judul : **STRATEGI ENGAGEMENT BPJS
KETENAGAKERJAAN DALAM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (KASUS BANTUAN SUBSIDI
UPAH PERIODE 2021-2022)**

Nama : Muhammad Bashir Al Fattah

NIM : 55221120042

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Jakarta, 7 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

(Dr. Nurhayani Saragih, M.Si.)



**PROGRAM STUDI MAGISTER
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : **STRATEGI ENGAGEMENT BPJS
KETENAGAKERJAAN DALAM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (KASUS BANTUAN SUBSIDI
UPAH PERIODE 2021-2022)**

Nama : Muhammad Bashir Al Fattah

NIM : 55221120042

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 7 Agustus 2024

Jakarta, 7 Agustus 2024

Mengetahui

Ketua Sidang




Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si

Penguji Ahli

Dr. Enjang Pera Irawan, M.I.Kom

Pembimbing

Dr. Nurhayani Saragih, M.Si.

()
()
()



**PROGRAM STUDI MAGISTER
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : **STRATEGI ENGAGEMENT BPJS
KETENAGAKERJAAN DALAM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (KASUS BANTUAN SUBSIDI
UPAH PERIODE 2021-2022)**

Nama : Muhammad Bashir Al Fattah

NIM : 55221120042

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 7 Agustus 2024

Jakarta, 7 Agustus 2024

Mengetahui

Ketua Sidang

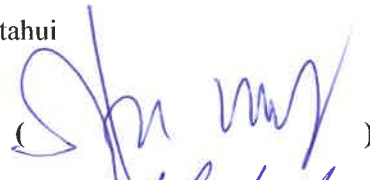


Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si

Penguji Ahli

Dr. Enjang Pera Irawan, M.I.Kom

Pembimbing

Dr. Nurhayani Saragih, M.Si.

()
()
()



**PROGRAM STUDI MAGISTER
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : **STRATEGI ENGAGEMENT BPJS
KETENAGAKERJAAN DALAM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (KASUS BANTUAN SUBSIDI
UPAH PERIODE 2021-2022)**

Nama : Muhammad Bashir Al Fattah

NIM : 55221120042

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 7 Agustus 2024

Mengetahui,
Pembimbing

(Dr. Nurhayani Saragih, M.Si.)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si.)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si)



**PROGRAM STUDI MAGISTER
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Muhammad Bashir Al Fattah

NIM : 55221120042

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul **“STRATEGI ENGAGEMENT BPJS KETENAGAKERJAAN DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (KASUS BANTUAN SUBSIDI UPAH PERIODE 2021-2022)”** telah dilakukan pengecekan similarity dengan system Turnitin pada tanggal 19 Juni 2024 didapatkan nilai persentase sebesar 28%.

Jakarta, 19 Juni 2024

Administrator Turnitin

Sukadi, SE., MM



**PROGRAM STUDI MAGISTER
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **STRATEGI ENGAGEMENT BPJS
KETENAGAKERJAAN DALAM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (KASUS BANTUAN SUBSIDI
UPAH PERIODE 2021-2022)**

Nama : Muhammad Bashir Al Fattah

NIM : 55221120042

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 7 Agustus 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri, dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan, secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 7 Agustus 2024.

Muhammad Bashir Al Fattah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya, tesis yang berjudul *Strategi Engagement BPJS Ketenagakerjaan dalam Media Sosial Instagram (Kasus Bantuan Subsidi Upah Periode 2021-2022)* dapat diselesaikan oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya thesis ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, motivasi serta arahan yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Nurhayani Saragih, M.Si. selaku dosen pembimbing utama, yang telah memberikan bimbingan, tambahan ilmu, serta masukan dan pengarahan dalam penulisan tesis ini
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana beserta jajarannya.
3. Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana beserta jajarannya.
4. Seluruh Tim Penguji yang telah memberikan masukan dan saran bagi penulis
5. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan penulis kesempatan menambah ilmu pengetahuan dan membuka wawasan
6. Seluruh Narasumber yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk berkontribusi besar terhadap penelitian ini, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua

7. Orang Tua, Istri dan Anak, yang tak pernah putus dalam memberikan doa, dukungan serta motivasi kepada penulis
8. BPJS Ketenagakerjaan dimana intitusi penulis mencari nafkah untuk keluarga, semoga tesis ini dapat menyumbang saran dan masukan sebagai literatur mengenai implementasi komunikasi korporat BPJS Ketenagakerjaan

Penulis berharap semoga doa dan kebaikan yang telah diberikan oleh berbagai pihak akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih terdapat kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna melengkapi tesis ini. Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua dalam menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 7 Agustus 2024

Penulis



Muhammad Bashir Al Fattah

ABSTRAK

Komunikasi yang menarik perhatian dan melibatkan khalayaknya di media sosial sangat penting bagi BPJS Ketenagakerjaan, terutama dalam implementasi program Bantuan Subsidi Upah (BSU). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Engagement BPJS Ketenagakerjaan dalam Media Sosial Instagram pada Kasus Bantuan Subsidi Upah Periode 2021-2022, mengingat jumlah pengikut yang tinggi di platform tersebut dibandingkan dengan media sosial BPJS Ketenagakerjaan lainnya. Penggunaan teori keterlibatan bertingkat yang meninjau keterlibatan sosial dan individual, penelitian ini memberikan masukan dan evaluasi bagi strategi komunikasi, khususnya pada media sosial Instagram BPJS Ketenagakerjaan, serta menekankan pentingnya media sosial bagi lembaga publik seperti BPJS Ketenagakerjaan. Strategi komunikasi yang tepat, dengan pesan relevan dan saluran efektif, dapat meningkatkan atensi dengan menarik minat dan memudahkan pemahaman audiens. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara terhadap 7 informan, terdiri dari 2 manajerial dan 5 pengikut akun Instagram @bpjs.ketenagakerjaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) atribut engagement media sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan dalam kasus Bantuan Subsidi Upah periode 2021-2022 meliputi kejelasan informasi, interaksi responsif, kreativitas konten, transparansi, dan kemampuan untuk menginspirasi; (2) individual level engagement media sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan menunjukkan variasi respons individu, dari yang merasa konten informatif hingga kurang terlibat secara emosional, dengan beberapa yang merespons dengan tindakan konkret; (3) social level engagement media sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan di kasus Bantuan Subsidi Upah periode 2021-2022 terbukti berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat dengan pendekatan responsif dan proaktif, menciptakan interaksi positif antara BPJS Ketenagakerjaan dan masyarakat. Saran penelitian dalam meningkatkan efektivitas pengembangan media sosial BPJS Ketenagakerjaan adalah melakukan audit konten di platform seperti Instagram dengan analisis kinerja menggunakan fitur seperti Instagram Insights, serta studi komparatif dan survei untuk memahami persepsi pengguna. Selain itu, penting untuk merancang strategi konten yang bervariasi dan mengukur ROI menggunakan alat analitik guna membuat penyesuaian yang diperlukan dan mencapai tujuan komunikasi yang lebih baik..

Kata Kunci: Komunikasi Korporat, Engagement Media Sosial, Strategi Komunikasi, Media Sosial Instagram, Bantuan Subsidi Upah

ABSTRACT

Engaging and capturing the attention of the audience on social media is crucial for BPJS Ketenagakerjaan, especially in the implementation of the Wage Subsidy Assistance (BSU) program. This study aims to analyze BPJS Ketenagakerjaan's Social Media Engagement Strategy on Instagram in the case of the Wage Subsidy Assistance Program for the 2021-2022 period, considering the high number of followers on this platform compared to other BPJS Ketenagakerjaan social media channels. Utilizing the layered engagement theory that examines social and individual engagement, this research provides insights and evaluations for communication strategies, particularly on BPJS Ketenagakerjaan's Instagram, and highlights the importance of social media for public institutions like BPJS Ketenagakerjaan. Effective communication strategies, with relevant messages and efficient channels, can increase attention by attracting interest and facilitating audience understanding. The research method used is descriptive qualitative, with data collection conducted through interviews with seven informants, including two managerial staff and five followers of the Instagram account @bpjs.ketenagakerjaan. The research findings indicate that (1) the engagement attributes of BPJS Ketenagakerjaan's Instagram in the Wage Subsidy Assistance case for the 2021-2022 period include clarity of information, responsive interaction, content creativity, transparency, and the ability to inspire; (2) individual level engagement on BPJS Ketenagakerjaan's Instagram shows varying individual responses, ranging from finding the content informative to being less emotionally involved, with some responding with concrete actions; (3) social level engagement on BPJS Ketenagakerjaan's Instagram in the Wage Subsidy Assistance case for the 2021-2022 period proved successful in raising public awareness through a responsive and proactive approach, creating positive interactions between BPJS Ketenagakerjaan and the public. Recommendations for improving the effectiveness of BPJS Ketenagakerjaan's social media development include conducting content audits on platforms like Instagram using performance analysis tools such as Instagram Insights, as well as comparative studies and surveys to understand user perceptions. Additionally, it is important to design varied content strategies and measure ROI using analytical tools to make necessary adjustments and achieve better communication goals.

Keywords: Corporate Communication, Social Media Engagement, Communication Strategies, Instagram Social Media, Wage Subsidy Assistance

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	vi
PERNYATAAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	12
1.3. Identifikasi Masalah.....	12
1.4. Pertanyaan Penelitian	14
1.5. Tujuan Penelitian	14
1.6. Manfaat Penelitian	15
1.6.1. Manfaat Akademis.....	15
1.6.2. Manfaat Praktis.....	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Kajian Literatur (Penelitian Terdahulu)	16
2.2. Novelty Penelitian.....	26
2.3. Kajian Teoritis	35
2.3.1. Strategi Komunikasi	35
2.3.2. Model Public Relations	39
2.3.3. Media Sosial.....	43
2.3.4. Engagement	44
2.4. Kerangka Pemikiran	54
BAB III.....	57
METODOLOGI PENELITIAN	57
3.1. Tipe Penelitian	57
3.2. Metode Penelitian	58
3.3. Subyek Penelitian	59
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	62

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer	63
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder	65
3.5. Definisi Konsep	65
3.6. Teknik Analisa Data.....	66
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	69
BAB IV	70
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	70
4.1.1. Profil BPJS Ketenagakerjaan.....	70
4.1.2. Visi, Misi, dan Core Value BPJS Ketenagakerjaan.....	73
4.1.3. Struktur Organisasi BPJS Ketenagakerjaan	74
4.1.4. Tugas Deputi Bidang Komunikasi.....	74
4.2. Hasil Penelitian	77
4.2.1. <i>Engagement</i> Media Sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan	77
4.2.2. <i>Individual Level Engagement</i> Media Sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan.....	97
4.2.3. <i>Social Level Engagement</i> Media Sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan.....	102
4.3. Pembahasan	111
4.3.1 Atribut <i>Engagement</i> Media Sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan dalam Kasus Bantuan Subsidi Upah Periode 2021-2022	111
4.3.2. <i>Individual Level Engagement</i> Media Sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan dalam Kasus Bantuan Subsidi Upah Periode 2021-2022	115
4.3.3. <i>Social Level Engagement</i> Media Sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan dalam Kasus Bantuan Subsidi Upah Periode 2021-2022	128
4.3.4. Strategi <i>Engagement</i> BPJS Ketenagakerjaan dalam Media Sosial Instagram.....	144
BAB V.....	149
KESIMPULAN DAN SARAN	149
5.1. Kesimpulan	149
5.2. Saran.....	150
5.2.1. Saran Teoritis	150
5.2.2. Saran Praktis	151
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN	159

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Followers media sosial BPJS Ketenagakerjaan.....	6
TABEL 2. 1. PENELITIAN SEBELUMNYA	28
TABEL 2. 2 Model Ragam Praktik <i>Public Relations</i>	40
TABEL 2. 3. Tingkat analisis engagement	46
TABEL 2. 4. Kontinum atribut keterlibatan: dimensi keterlibatan Kognitif (C), Afektif (A), dan Perilaku (B)	48
Tabel 3. 1. Tabel Narasumber	61
TABEL 4. 1. Engagement Rate @BPJSKetenagakerjaan	77
TABEL 4. 2. Tabel Kontinum Keterlibatan Khalayak.....	98
TABEL 4. 3. Kontinum Keterlibatan pada Narasumber.....	99
TABEL 4. 4. Rekap Hasil Wawancara terhadap Narasumber	122
TABEL 4. 5. Kepuasan Narasumber setelah Follow Instagram BPJS Ketenagakerjaan	134
TABEL 4. 6 Tabel Hasil Penelitian	144



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram BPJS Ketenagakerjaan.....	2
Gambar 1. 2. Platform Media Sosial Pengguna Terbanyak di Indonesia	7
Gambar 2. 1 MODEL KETERLIBATAN BERTINGKAT	50
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	55
Gambar 3. 1. Triangulasi Data	63
Gambar 3. 2. DEFINISI KONSEPTUAL PENELITIAN	66
Gambar 4. 1. Visi, Misi, dan core value bpjs ketenagakerjaan	73
Gambar 4. 2. struktur organisasi bpjs ketenagakerjaan.....	74
Gambar 4. 3. BSU Reels Presiden Jokowi	80
Gambar 4. 4. 3 Pasti BSU	83
Gambar 4. 5. Pengumpulan Data BSU	85
Gambar 4. 6. BSU Segera Dibayarkan	87
Gambar 4. 7. Kriteria BSU	89
Gambar 4. 8 Pers Rilis BSU	90
Gambar 4. 9. Durasi Following akun BPJS Ketenagakerjaan	112
Gambar 4. 10. BSU Baubau Buton.....	114