

Perencanaan Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kepada Masyarakat Kota Balikpapan

Sekar Komariah¹

Abstrak

Sekar Komariah, 1102055231, Perencanaan Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kepada Masyarakat Kota Balikpapan, dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Abdullah Karim, M.S selaku pembimbing I dan Ibu Annisa Wahyuni Arsyad, S.Ip. M.M selaku pembimbing II. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu peneliti berusaha untuk mendeskripsikan dan menganalisis objek yang diteliti berdasarkan fakta di lapangan dengan menggunkan informan sebagai sumber data. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara kepada kepala unit kepesertaan dan pelayanan peserta dan staf BPJS Kota Balikpapan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2014 sampai bulan Februari 2015.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis perencanaan komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) kepada masyarakat Kota Balikpapan. Fokus dalam penelitian ini meliputi analisis khalayak, penentuan tujuan, pemilihan media, rancangan pesan, evaluasi program. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam perencanaan komunikasi BPJS kota Balikpapan membuat perencanaan setiap satu tahun sekali. Oleh karena itu maka dapat diketahui dari segi analisis khalayak BPJS kota Balikpapan mengkategorikan khalayak menjadi dua yaitu peserta penerima bantuan iuran dan bukan peserta penerima bantuan iuran, dari segi penentuan tujuan BPJS Kota Balikpapan menjalankna visi dan misi yang telah dibuat, dari segi pemilihan media BPJS Kota Balikpapan memilih komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi bermedia, dari segi rancangan pesan BPJS Kota Balikpapan dalam sosialisasi pesan yang disampaikan berupa ajakan untuk menjadi peserta JKN, dari segi evaluasi program BPJS Kota Balikpapan mengevaluasi program yang dijalankan setiap satu tahun sekali. Perencanaan komunikasi ini ditujukan untuk merumuskan langkah-langkah agar program Jaminan Kesehatan Nasional dapat mencapai tujuan.

Kata Kunci : Perencanaan Komunikasi, BPJS, Sosialisasi

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: sekar.komariah@gmail.com

Pendahuluan

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat didunia setelah China, India dan Amerika Serikat. Berdasarkan sensus penduduk tahun 2010 Indonesia memiliki jumlah penduduk 237.641.326 jiwa. Dengan jumlah penduduk sebanyak itu yang semakin tahun semakin bertambah, maka masalah kesehatan menjadi sangat penting. Manusia sangat berperan penting dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan diri oleh karena itu manusia berhak untuk mendapatkan pelayanan kesehatan bagi dirinya secara maksimal.

Pelayanan kesehatan merupakan salah satu hak mendasar bagi masyarakat yang penyediaannya wajib diselenggarakan oleh pemerintah sebagaimana telah diamanatkan dalam Undang-undang Dasar 1945 pasal 28 H ayat (1) “Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan” dan Pasal 34 ayat (3) “Negara bertanggung jawab atas penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan fasilitas pelayanan umum yang layak”.

Undang-undang Nomor 23 tahun 1992 tentang kesehatan menerangkan bahwa pembangunan kesehatan sebagai salah satu upaya pembangunan nasional untuk tercapainya kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi setiap penduduk agar dapat mewujudkan derajat kesehatan optimal sebagai salah satu unsur kesejahteraan umum dalam tujuan nasional. Selaras dengan tujuan pembangunan kesehatan tersebut adalah terdapatnya kemampuan masyarakat untuk hidup sehat bagi setiap penduduk. Untuk itu, perlu ditingkatkan upaya untuk semakin meningkatkan akses masyarakat terhadap pelayanan kesehatan yang memiliki mutu yang baik serta biaya yang terjangkau oleh masyarakat.

Peranan komunikasi pembangunan telah banyak dibicarakan oleh para ahli, pada umumnya mereka sepakat bahwa komunikasi mempunyai andil penting dalam pembangunan kesehatan. Perubahan yang dikehendaki dalam pembangunan kesehatan tentunya perubahan kearah yang lebih baik atau lebih maju keadaan sebelumnya.

Dengan telah disahkan UU tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial maka PT. Askes (Persero) dinyatakan bertransformasi menjadi BPJS Kesehatan. Transformasi PT. Askes (Persero) menjadi BPJS Kesehatan bertujuan untuk memenuhi prinsip dana amanat dan prinsip nirlaba SJSN, di mana dana yang dikumpulkan oleh BPJS Kesehatan adalah dana amanat peserta yang dikelola oleh BPJS Kesehatan untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi peserta. BPJS Kesehatan mengemban misi perlindungan sosial untuk terpenuhinya kehidupan dasar warga Negara dengan layak. Selanjutnya, semua peserta jaminan kesehatan PT Askes akan dialihkan menjadi peserta jaminan kesehatan BPJS Kesehatan. Dengan sifat kepesertaan bersifat wajib maka pada tahun 2019 seluruh rakyat Indonesia diharapkan telah memiliki jaminan kesehatan yang berada dalam naungan BPJS Kesehatan.

Salah satu bentuk program yang diciptaan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) adalah dengan mengeluarkan program Jaminan Kesehatan

Nasional (JKN). Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) merupakan bagian dari Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) yang diselenggarakan dengan menggunakan mekanisme asuransi kesehatan sosial yang bersifat wajib berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang SJSN dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar kesehatan masyarakat yang layak yang diberikan kepada setiap orang yang telah membayar iuran atau iurannya dibayar oleh Pemerintah. Program ini merupakan salah satu wujud komitmen Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) untuk terus meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam berbagai bentuk program. Selama ini banyak masyarakat yang mengeluhkan tentang mahal biaya kesehatan. Dengan adanya Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan fasilitas kesehatan.

Kota Balikpapan merupakan Kota yang berada di Provinsi Kalimantan Timur yang memiliki luas area 500,3 km² dengan jumlah penduduk 706.414 jiwa dengan kepadatan tertinggi di wilayah Provinsi Kalimantan Timur. Kota Balikpapan berperan sebagai pusat perdagangan dan jasa, pusat kegiatan industri, pusat kegiatan pemerintahan, simpul jasa angkutan barang dan penumpang baik darat, laut maupun udara dan pusat pelayanan pendidikan dan kesehatan. Banyaknya penduduk Balikpapan mendorong masyarakat untuk memiliki daya saing yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga, dengan dibentuknya BPJS Kesehatan dengan program Jaminan Kesehatan Nasionalnya maka diharapkan semua warga masyarakat Balikpapan memiliki asuransi kesehatan yang akan menjamin pelayanan kesehatannya ketika membutuhkannya.

Diperlukan perencanaan komunikasi komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) karena sifat kepesertaan bersifat wajib maka pada tahun 2019 seluruh rakyat Indonesia diharapkan telah memiliki jaminan kesehatan yang berada dalam naungan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Oleh karena itu, adanya program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) tersebut, pihak Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kota Balikpapan merencanakan perencanaan komunikasi agar penyebaran pesan dapat berlangsung secara efektif dan tepat sasaran. Sasaran dari penyebarluasan pesan tersebut yaitu seluruh masyarakat Balikpapan, baik yang telah menjadi peserta maupun calon peserta. Untuk mencapai tujuan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) ke masyarakat maka Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan melakukan perencanaan komunikasi yang disusun dalam program kerja Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka dari penelitian ini yang dapat dijadikan perumusan masalah yaitu : “Bagaimana perencanaan komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan dalam

mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) kepada masyarakat Kota Balikpapan?”

Tujuan Penelitian

Dalam melaksanakan suatu kegiatan perlu adanya suatu tujuan yang pasti atau yang ingin dicapai dari apa yang dilaksanakan, maka dari itu yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan Perencanaan Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kepada Masyarakat Kota Balikpapan.

Teori dan Konsep

Difusi Inovasi

Everett M. Rogers (dalam Effendy,2003:81) mendefinisikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial. Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan inovasi dan saling pertukaran informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama. Di dalam isi pesan itu terdapat ketersamaan yang memberikan kepada difusi ciri khusus yang menyangkut ketidakpastian.

S-M-C-R

Rumusan S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah : S singkatan dari *Source* yang bearti sumber atau komunikator, M singkatan dari *Message* yang bearti pesan, C singkatan dari *Channel* yang bearti saluran atau media, sedangkan R singkatan dari *Receiver* yang bearti penerima atau komunikan, (Effendy, 2003:256).

Komunikasi Pembangunan

Menurut Nasution (2009:5) komunikasi pembangunan dapat dipandang sebagai suatu perwujudan respon kalangan disiplin komunikasi untuk menyumbangkan dan menerapkan ilmunya dalam rangka ikut ambil bagian menjawab tantangan dan tuntutan pembangunan. Respon tersebut analog dengan tumbuhnya kontibusi dan berbagai disiplin ilmu yang lain, yang juga mengkhususkan diri bagi keperluan pelaksanaan pembangunan, seperti ekonomi pembangunan, administrasi pembangunan, sosiologi pembangunan, dan lain sebagainya.

Sistem Sosial

Dalam proses komunikasi pembangunan, sistem sosial menurut Sugiana (2010) merupakan target atau sasaran dari perubahan yang akan diciptakan.

Sistem sosial dapat didefinisikan sebagai suatu kumpulan unit yang berada secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. Sebuah sistem sosial terdiri dari subsistem-subsistem sosial yang konteks tertentu dapat pula menjadi sistem tersendiri. Ditinjau dari luas lingkungannya, sistem sosial dapat berupa sistem yang sangat besar, misalnya sebuah bangsa, sebuah komunitas budaya, komunitas sosial dan masyarakat. Namun demikian, sistem sosial dapat pula berupa kumpulan unit manusia dalam skala kecil, misalnya organisasi atau kelompok.

Perubahan Sosial

Menurut Sugiana (2010) Perubahan sosial adalah proses di mana terjadi perubahan struktur dan fungsi suatu sistem sosial. Perubahan tersebut terjadi akibat masuknya ide-ide pembaruan yang diadopsi oleh para anggota sistem sosial yang bersangkutan.

Perencanaan

Menurut Brantas (2009:55) perencanaan merupakan fungsi dasar atau fundamental dari pada suatu proses administrasi dan manajemen yang dapat dijadikan fungsi-fungsi manajemen lainnya seperti organizing, staffing, directing dan controlling. Fungsi-fungsi manajemen tersebut dalam pelaksanaan kegiatan harusnya lebih dahulu direncanakan agar resiko yang ditanggung relative kecil dimasa depan karena perencanaan ditunjukkan kepada yang akan datang yang penuh dengan ketidakpastian, maka dampak perencanaan baru akan terasa pada masa yang akan datang.

Rencana Strategis

Menurut Siswanto (2005:48) dalam setiap organisasi perencanaan disusun dalam suatu hierarki yang sejajar dengan struktur organisasi. Rencana strategis ini dirancang untuk mencapai tujuan organisasi yang luas, yaitu untuk melaksanakan misi yang merupakan satu-satunya alasan kehadiran organisasi tersebut. Perencanaan strategis adalah proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan kebijakan dan program yang perlu untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu, serta penetapan metode yang perlu untuk menjamin agar kebijakan dan program strategis itu dilaksanakan. Secara singkat perencanaan strategis adalah proses perencanaan jangka panjang yang formal untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi.

Rencana Operasional

Menurut Siswanto (2005:49) Rencana operasional memberikan deskripsi tentang bagaimana rencana strategis dilaksanakan. Rencana operasional terdiri atas rencana sekali pakai dan rencana tetap.

Perencanaan Komunikasi

Sebagai langkah awal untuk semua jenis kegiatan, perencanaan juga mengawali semua tahap pembangunan agar tujuan pembangunan dapat tercapai dengan sumber daya dan sumber dana yang tersedia. Menurut Dilla (2007:179) perencanaan komunikasi merupakan hal mendasar yang diperlukan dalam suatu kegiatan komunikasi sosial, utamanya untuk memperkenalkan atau memasarkan produk. Setelah memahami proses perencanaan dan elemen-elemen komunikasi dalam suatu organisasi, dapat ditemukan beberapa hal yang merupakan masalah dalam perencanaan komunikasi.

Fungsi Perencanaan Komunikasi

Udin dan Abin (2006:5) merumuskan beberapa fungsi perencanaan, termasuk perencanaan komunikasi, yaitu : Sebagai pedoman pelaksanaan dan pengendalian, menghindari pemborosan sumber daya, alat bagi pengembangan *quality assurance*, upaya untuk memenuhi *accountability* kelembagaan.

Tahap Proses Perencanaan Komunikasi

Menurut Dilla (2007:181) menyatakan untuk melakukan sesuatu kegiatan yang diharapkan akan dapat mencapai hasil seperti yang diharapkan hendaklah menggunakan rencana. Dalam bidang komunikasi dikenal perencanaan komunikasi. Perencanaan yang baik selalu memerlukan beberapa tahapan dalam penerapannya sehingga dapat mencapai sasaran yang dituju. Tahap tersebut yaitu :

1. Analisa khalayak

Analisa khalayak, merupakan tahap awal yang sangat menentukan arah dan tujuan perencanaan. Tahap ini menganalisis segmen masyarakat sasaran yang kita hadapi dari segi sosiodemografis (pendidikan, usia, jenis kelamin, etnis, kepercayaan, bahasa, pekerjaan) dan juga dari segi psikografis (aspirasi, kesenangan, dan kebiasaan). Pemahaman komprehensif mengenai tatanan masyarakat ini diperlukan untuk menentukan khalayak sasaran dan format kegiatan yang sesuai dengan keinginan komunikator dan kebutuhan khalayak sasaran.

2. Penentuan Tujuan

Tujuan dapat didefinisikan sebagai kondisi di masa depan yang ingin dicapai. Maksud utama penentuan tujuan adalah untuk membimbing program ke arah pemecahan masalah. Tujuan dapat menjadi target yang menjadi dasar bagi pencapaian keberhasilan program. Ada dua jenis atau tingkat tujuan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dirumuskan secara luas sehingga pencapaian tidak dapat diukur. Sedangkan tujuan khusus merupakan pernyataan yang spesifik dan terukur mengenai jumlah yang menunjukkan kemajuan kearah pencapaian tujuan umum.

3. Pemilihan Media

Pemilihan media merupakan langkah pemilihan media sebagai saluran pesan memerlukan kecermatan, dengan mempertimbangkan kelemahan dan

keunggulan sifat masing-masing media. Setidaknya diperlukan media yang dapat di akses oleh masyarakat sasaran.

4. Rancangan Pesan

Rancangan pesan diperlukan upaya terus-menerus dalam meningkatkan ketrampilan komunikator agar senantiasa mengetahui perkembangan dan wacana masyarakat. Selain bobot materi yang harus diperhatikan, juga kesesuaian pola pikir masyarakat sasaran yang dihadapi, termasuk kesesuaian media yang digunakan. Peran kreatifitas komunikator menjadi hal utama

5. Evaluasi Program

Evaluasi haruslah merupakan suatu aktivitas yang melekat pada rencana program komunikasi. Aktifitas ini merupakan proses yang mengukur hasil kegiatan program komunikasi berdasarkan target atau tujuan yang hendak dicapai yang telah dirumuskan sejak memulai kegiatan. Kegunaan evaluasi adalah untuk melihat apakah kegiatan program komunikasi tersebut mempunyai dampak yang diinginkan atau efek-efek negatif yang tidak diharapkan. Evaluasi memberitahu pemimpin program atau proyek dan yang lainnya, apakah pendekatan kegiatan komunikasi yang digunakan berhasil atau tidak, atau dapat diperluas pada kegiatan lainnya nanti.

Sosialisasi

Sosialisasi (pemasyarakatan) juga mengandung arti penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat (Effendy, 2005:27). Syarat terpenting untuk berlangsungnya sosialisasi adalah interaksi sosial, dimana sosialisasi tersebut dapat berlangsung secara tatap muka, tetapi bias juga dilakukan dalam jarak tertentu melalui saran media.

Tujuan Sosialisasi

Sosialisasi merupakan bagian dari publikasi dan memiliki kemiripan dengan promosi. Promosi sering dihubungkan dengan penjualan, tetapi kenyataannya promosi mempunyai arti yang luas. Promosi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang ditunjukkan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan. Dalam kaitannya dengan organisasi, kegiatan promosi yang dimaksud adalah suatu proses memberitahukan dan mempengaruhi masyarakat untuk memanfaatkan jasa-jasa yang ditawarkan oleh organisasi (Effendy, 2005:29)

Proses Sosialisasi

Dari sub tema tentang tujuan sosialisasi dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa benang merah dari subbab tentang sosialisasi ialah sosialisasi memiliki kaitan dengan promosi. Sosialisasi adalah langkah awal dari organisasi dalam mengenalkan produk atau programnya. Sedangkan promosi adalah tindakan lanjut

yang berkesinambungan dalam memperkenalkan produk dan program kepada masyarakat. Terdapat dua tipe dalam melakukan sosialisasi (Komsiah, 2008:8), yaitu :

1. Formal

Sosialisasi tipe ini tertaji melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam Negara, seperti pendidikan disekolah dan pendidikan militer.

2. Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan seperti antar teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada dalam masyarakat.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada dilapangan

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi hal yang diteliti, sehingga dengan pembatasan tersebut akan mempermudah penelitian dalam hal pengelolaan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan.

1. Rencana strategis, meliputi :

- a) Analisis khalayak
- b) Penentuan tujuan

2. Reencana oprasional meliputi :

- a) Pemilihan media
- b) Rancangan pesan
- c) Evaluasi program

Sumber Data

Dalam penelitian ini, yang menjadi informan yang akan di teliti yaitu Kepala Unit Kepesertaan dan Pelayanan Peserta karena Unit Kepesertaan dan Pelayanan Peserta merupakan unit yang bertugas membuat perencanaan komunikasi dan mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) kepada masyarakat. Dan staf Badan Peyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan karena Staf BPJS bertugas membantu unit Kepesertaan dan Pelayanan Peserta (KPP) dalam membuat perencanaan serta membatu unit Kepesertaan dan Pelayanan Peserta (KPP) dalam sosialisasi.

Jenis data dalam penelitian ini adalah :

- 1. Data Primer
- 2. Data Skunder

Teknik pengumpulan data

- a. Penelitian lapangan berupa Wawancara
- b. Obserasi
- c. Kuesioner

Teknik analisis data

Teknik analisis yang digunakan model interaktif Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil dan pembahasan

Data-data yang diperoleh tentang Perencanaan Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kepada Masyarakat Kota Balikpapan disajikan berupa data asli dari para informan menurut bahasa, pandangan dan ungkapan oleh mereka. Pada bagian ini peneliti akan memaparkan tentang apa yang menjadi fokus penelitian pada bab yang telah diuraikan sebelumnya, hal ini berupa hasil wawancara kepada informan yang terkait dengan masalah judul penelitian yang penulis angkat, yaitu Perencanaan Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kepada Masyarakat Kota Balikpapan.

Analisi khlayak

Analisis khalayak adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi, karena mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Dalam difusi inovasi proses difusi terjadi dalam suatu sistem sosial. Sistem sosial adalah satu set unit yang saling berhubungan yang tergabung dalam suatu upaya pemecahan masalah bersama untuk mencapai suatu tujuan. Anggota dari suatu sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi dan atau sub sistem. Dalam perencanaan komunikasi BPJS Kota Balikpapan yang menjadi khalayak merupakan seluruh masyarakat Kota Balikpapan yang terdiri dari dua kategori yaitu peserta Non Penerima Bantuan Iuran (Non PBI) dan peserta Penerima Bantuan Iuran PBI (PBI). Untuk peserta Non Penerima Bantuan Iuran (Non PBI) terdiri dari pekerja penerima upah, pekerja bukan penerima upah, dan bukan pekerja. Untuk peserta Penerima Bantuan Iuran PBI (PBI) terdiri dari fakir miskin dan orang tidak mampu. Balikpapan mempunyai jumlah penduduk yaitu 706.414 jiwa. Dari jumlah penduduk tersebut data terakhir menyebutkan sekitar 50% yang telah menjadi peserta JKN. Untuk peserta PBI ketua RT setempat mendata warga yang termasuk fakir miskin dan orang tidak mampu, data tersebut kemudian diberikan kepada Dinas Sosial untuk diproses dalam pendaftaran peserta JKN yang termasuk kategori PBI. Dan untuk saat ini masih ada 6.000 jiwa yang dikategorikan PBI yang belum didaftarkan menjadi peserta JKN karena tidak mempunyai NIK dan

Kartu Keluarga. Program JKN merupakan program yang wajib yang diikuti oleh semua masyarakat, tetapi saat ini BPJS Kota Balikpapan belum mempunyai data terbaru terkait jumlah kepesertaan yang mengikuti program JKN. Untuk itu lah BPJS Kota Balikpapan sebaiknya setiap bulan selalu mengupdate data kepesertaan yang ada sehingga dapat menegathui jumlah masyarakat yang mengikuti dan belum mengikuti program JKN.

Penentuan Tujuan

Dalam perencanaan komunikasi terdapat tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dari BPJS yaitu berkaitan dengan visi, cara mencapai tujuan tersebut dengan melanjutkan tujuan khusus yaitu berkaitan dengan misi. Tujuan tersebut dengan melanjutkan tujuan khusus yaitu berkaitan dengan misi. Tujuan visi dari BPJS yaitu cakupan semseta 2019 yang artinya seluruh penduduk Indonesia memiliki jaminan kesehatan nasional untuk memperoleh pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatannya yang diselenggarakan oleh BPJS. Untuk memujudkan visi tersebut maka BPJS Kota Balikpapan menjalankan misi yang telah dirumuskan sebelumnya. Pada dasarnya tujuan program menjelaskan hasil-hasil apa saja yang harus dicapai pada setiap khalayak sasaran. Tujuan dapat menjadi target yang mendasar bagi BPJS Kota Balikpapan dalam pencapaian keberhasilan program. Tujuan komunikasi adalah tercapainya suatu pemahaman bersama atau yang biasa disebut mutual understanding antara dua atau lebih partisipan komunikasi terhadap suatu pesan (dalam hal ini adalah ide baru) melalui saluran komunikasi tertentu. Dengan demikian diadopsinya suatu ide baru (inovasi) dipengaruhi oleh partisipan komunikasi dan saluran komunikasi. Esensi dari teori difusi inovasi yaitu proses sosial yang mengomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif. Saluran komunikasi dapat dikatakan memegang peranan penting dalam proses penyebaran inovasi, karena melalui itulah inovasi dapat tersebar kepada anggota sistem sosial.

Pemilihan Media

Memilih saluran dan media komunikasi haruslah mempertimbangkan karakteristik dan tujuan dari isi pesan yang ingin disampaikan, serta jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Dilihat dari model SMCR bahwa dalam *channel* (media) BPJS Kota Balikpapan telah memilih beberapa media komunikasi dalam mensosialisasikan program JKN . Setelah penulis melakukan penelitian di Kantor BPJS Kota Balikpapan kepada pegawai BPJS Kota Balikpapan yang dipilih menjadi informan, mereka mengatakan bahwa bermacam-macam media yang dipilih dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), media tersebut terdiri dari media massa seperti leaflet, majalah, koran, media luar ruangan seperti televisi, radio dan *new media* seperti web, aplikasi. Memilih media tersebut agar semua khalayak sasaran dapat memperoleh pesan mengenai program JKN maka dibutuhkan penggunaan media komunikasi yang tepat untuk

membantu penyebaran informasi. Pemanfaatan media komunikasi yang tepat akan berpengaruh besar pada tingkat pengetahuan masyarakat mengenai program JKN yang diinformasikan. Pemilihan media tersebut juga dengan pertimbangan memilih media untuk sosialisasi tersebut dengan biaya yang ekonomis dan efektif dapat tersalurkan kepada masyarakat. BPJS Kota Balikpapan sebaiknya harus menambah media sosialisasi yang digunakan seperti memperbanyak memasang baliho, memperbanyak memasang spanduk, dan setiap bulannya harus menerbitkan majalah dan leaflet. Karena program JKN merupakan program yang wajib jadi sosialisasi harus lebih ditingkatkan agar semua masyarakat menjadi peserta dalam program JKN.

Rancangan Pesan

Sosialisasi dalam penelitian ini diartikan sebagai proses penyebarluasan pesan mengenai program JKN sesuai dengan kebijakan dan peraturan pemerintah yang dilaksanakan oleh BPJS Kesehatan kepada semua masyarakat. Dengan sistem kepesertaan yang bersifat wajib maka target khalayak dari sosialisasi ini adalah semua masyarakat Indonesia. Rancangan pesan yang disampaikan BPJS Kota Balikpapan harus dengan mudah yang dapat dimengerti dan diterima oleh masyarakat, karena program JKN merupakan program wajib oleh karena itu pesan yang dibuat lebih berisikan tentang pesan yang mengajak. Pemateri dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan BPJS Kota Balikpapan sudah sesuai dengan standar pemateri, orang-orang yang handal dan yang menguasai materi yang menjadi pemateri dalam kegiatan sosialisasi. Dilihat dari SMCR, *source* (sumber) yaitu BPJS Kota Balikpapan yang merupakan pegawai dari BPJS Kota Balikpapan wajib menjadi pemateri, menguasai materi yang akan disosialisasikan dan menyampaikan materi tersebut. *Message* (pesan), BPJS Kota Balikpapan telah merumuskan pesan yang akan disampaikan melalui sosialisasi, pesan tersebut berupa materi berkaitan mengenai BPJS dan program JKN, pesan yang disampaikan harus mudah dipahami oleh masyarakat. *Channel* (media), BPJS Kota Balikpapan memanfaatkan media komunikasi untuk mensosialisasikan program JKN, media komunikasi yang digunakan BPJS Kota Balikpapan berupa media komunikasi interpersonal, komunikasi luar media, dan media komunikasi baru (*new media*). *Receiver* (penerima), penerima pesan yang disosialisasikan oleh BPJS melalui media yaitu semua masyarakat yang di kategorikan Penerima Bantuan Iuran (PBI) dan Bukan Penerima Bantuan Iuran (Non PBI).

Evaluasi Program

Evaluasi program sangat melekat pada perencanaan komunikasi. Dengan evaluasi program merupakan petunjuk untuk mengetahui keberhasilan atau ketidakberhasilan dari kegiatan tersebut. Evaluasi dari sosialisasi Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dimulai pada tahun 2013. Dari Kegiatan sosialisasi pada tahun 2013 BPJS Kota Balikpapan belum mendapatkan hasil karena karena BPJS Kota Balikpapan belum resmi aktif. Materi sosialisasi tahun 2013 yaitu

sosialisasi mengenai pergantian nama ASKES menjadi BPJS dan dengan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), serta menjelaskan bahwa program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) bukanlah merupakan program pengobatan gratis karena setiap peserta harus wajib membayar iuran setiap bulannya.

Dan pada tahun 2014 Evaluasi program yang didapat oleh BPJS yaitu masyarakat telah menjadi peserta dalam program JKN, meskipun belum semua masyarakat Kota Balikpapan menjadi peserta JKN. Dalam pemilihan media BPJS memilih media komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi bermedia sebagai media sosialisasi program JKN tetapi dalam pemilihan media Koran sebagai salah satu media sosialisasi dirasa BPJS Kota Balikpapan. Pada tahun 2015 BPJS Kota Balikpapan menambah kantor cabang untuk melakukan pendaftaran peserta JKN, kantor cabang tersebut bertempat di ruko borneo paradiso yang berada di Jalan Mulawarman. Dengan evaluasi program BPJS Kota Balikpapan dapat mengukur hasil yang dicapai dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Sebaiknya BPJS Kota Balikpapan melakukan evaluasi program yang dijalankan setiap bulannya, karena evaluasi digunakan sebagai dasar melaksanakan kegiatan sosialisasi program (JKN) berikutnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, penulis akhirnya menarik kesimpulan dari penelitian mengenai Perencanaan Komunikasi BPJS Kota Balikpapan Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kepada Masyarakat Kota Balikpapan sebagai berikut:

1. Dari aspek analisis khalayak dapat diketahui bahwa dalam analisis khalayak BPJS Kota Balikpapan mengkategorikan khalayak menjadi dua yaitu peserta Penerima Bantuan Iuran (PBI) dan peserta bukan Penerima Bantuan Iuran (Non PBI). Dari data terakhir masyarakat Kota Balikpapan yang telah menjadi peserta dalam program JKN kurang lebih berjumlah 353.000 jiwa, BPJS Kota Balikpapan setiap bulannya tidak melakukan pendataan terkait jumlah penduduk yang telah menjadi peserta JKN maupun yang belum menjadi peserta JKN.
2. Dari aspek penentuan tujuan dapat diketahui bahwa BPJS Kota Balikpapan mempunyai tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum tersebut merupakan visi dari BPJS Kota Balikpapan yaitu cakupan semesta 2019 yang artinya pada tahun 2019 semua masyarakat Kota Balikpapan telah menjadi peserta JKN. Tujuan khusus dari BPJS Kota Balikpapan yaitu berupa misi yang telah dirancang oleh BPJS Kota Balikpapan. Melalui pelaksanaan misi yang telah dirancang BPJS Kota Balikpapan mengharapkan dapat tercapai visi dari BPJS Kota Balikpapan.
3. Dilihat dari aspek pemilihan media dalam sosialisasi dapat diketahui BPJS Kota Balikpapan dalam komunikasi interpersonal BPJS Kota Balikpapan melakukan komunikasi interpersonal dengan cara melakukan komunikasi

langsung pada saat pelayanan jam kerja BPJS, staf BPJS Kota Balikpapan yang bertugas melakukan pelayanan wajib memberikan informasi mengenai program JKN kepada masyarakat yang belum memahami program JKN. Dalam komunikasi kelompok BPJS Kota Balikpapan melakukan sosialisasi dengan cara mengadakan seminar kepada para pegawai perusahaan swasta, pegawai instansi dan lembaga organisasi. Dalam Komunikasi bermedia BPJS Kota Balikpapan memilih media masa yang terdiri dari media cetak dan media elektronik seperti leaflet, majalah, koran, televisi, radio. Untuk leaflet dan majalah hanya disediakan di kantor BPJS Kota Balikpapan dan tidak disebar keruang publik. Dalam pemilihan media luar ruangan BPJS Kota Balikpapan memilih baliho dan spanduk akan tetapi BPJS Kota Balikpapan kurang memperbanyak pemasangan baliho dan spanduk hanya dipasang di kantor BPJS Kota Balikpapan. Dalam pemilihan media internet dapat diketahui BPJS Kota Balikpapan menggunakan media internet berupa *website* dan aplikasi yang bisa di *download* di perangkat *handphone* android.

4. Dari aspek rancangan pesan dapat diketahui BPJS Kota Balikpapan dalam melakukan sosialisasi pesan yang disampaikan berupa ajakan agar masyarakat mendaftar menjadi peserta JKN. BPJS Kota Balikpapan mempunyai slogan yaitu JKN wajib dan bermanfaat.
5. Dari aspek evaluasi program dapat diketahui BPJS Kota Balikpapan setiap tahunnya melakukan evaluasi program. Evaluasi dalam sosialisasi program JKN dimulai pada tahun 2013. Pada tahun 2013 BPJS Kota Balikpapan sudah mensosialisaikan program JKN akan tetapi tidak ada hasil dari karena BPJS baru resmi pada tahun 2014 dan masyarakat baru bisa mendaftar menjadi peserta JKN pada tahun 2014. Pada tahun 2014 setelah BPJS Kota Balikpapan resmi dibuka maka BPJS Kota Balikpapan tetap melakukan sosialisasi dalam menginformasikan program JKN dan dapat diketahui bahwa sudah 50% atau kurang lebih 353.000 jiwa masyarakat Kota Balikpapan telah menjadi peserta JKN.

Saran

Dari apa yang telah dijelaskan di atas, penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh penulis, BPJS Kota Balikpapan belum mempunyai data terbaru mengenai jumlah masyarakat Kota Balikpapan yang menjadi peserta JKN. Sebaiknya BPJS Kota Balikpapan harus selalu membuat dan mempunyai data terbaru mengenai jumlah penduduk Kota Balikpapan yang telah menjadi peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dan yang belum menjadi peserta dalam program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dengan cara setiap hari staf yang bertugas dalam pendaftaran peserta JKN mendata dan membuat laporan masyarakat yang mendaftar menjadi peserta JKN .

2. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh penulis, BPJS Kota Balikpapan tidak melakukan pengawasan kepada ketua RT dalam mensosialisasikan program JKN. Oleh karena itu, hendaknya BPJS Kota Balikpapan harus melaksanakan pengawasan kepada ketua RT dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dengan cara BPJS Kota Balikpapan meminta kepada ketua RT untuk membuat laporan ketika mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) kepadaarganya.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh penulis, BPJS Kota Balikpapan kurang bersosialisasi dengan menggunkan media massa. Oleh karena itu hendaknya BPJS Kota Balikpapan dalam pemasangan Spanduk yang berkaitan mengenai Program JKN sebaiknya diperbanyak dan dipasang disetiap fasilitas kesehatan. Media promosi seperti leaflet juga perlu disebar di ruang-ruang publik. Selain itu, sebaiknya BPJS Kota Balikpapan memperbanyak membuat dan memasang baliho di ruang publik atau tempat-tempat yang mudah di dilihat oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

- Ardianto Elvinaro, dkk. 2009. Komunikasi Massa. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Brantas. 2009. Dasar-dasar Manajemen. Bandung : Alfabeta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Dilla Sumadi. 2007. Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Harun, Rochajat dan Ardianto Elvinaro. 2011. Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ibrahim. 1988. Inovasi Pendidikan. Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Komsiah, Siti. 2008. Pengantar Sosiologi. Jakarta : Pusat Pengembangan Bahan Ajar UMB.
- Kusuma, Ratna Aji. 2013. Perencanaan Pembangunan Responsif. Yogyakarta : Interpena.
- Moleong, L.J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution Zulkarimen. 2010. Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Nawawi Hadari. 2011. Perencanaan SDM. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Noor Arifin. 2007. Ilmu Sosial Dasar. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Nurudin. 2011. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Rajawali Pers.

- Ranupandojo Heidjrachman. 1996. Dasar-dasar Manajemen. Yogyakarta : UPP-AMP YKPN.
- Ruslan Rosady. 2006. Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sa'ud, Udin Syaefudin dan Abin Syamsuddin Makmun. 2006. Perencanaan Pendidikan Suatu Pendekatan Komprehensif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Siswanto. 2005. Pengantar Manajemen. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.

Sumber lain :

UU No 24 Tahun 2011 tentang BPJS

UU No 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional

Sitompul Mukti. 2009. Komunikasi Pembangunan.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/3778/1/komunikasi-mukti.pdf>
(diakses pada 5 Desember 2014)

Sugiono, Dadang. 2010, Definisi Perencanaan Komunikasi,

http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PEND._LUAR_SEKOLAH/194403101973011001-ENCENG_MULYANA/perencanaan.pdf (diakses pada 5 Desember 2014)

http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?tabel=1&id_subyek=12 (diakses pada 19 September 2014)

<http://beritakaltara.com/?p=4155> (diakses pada 20 September 2014)

<http://balikpapanpos.co.id/index.php?mib=berita.detail&id=111936> (diakses pada 19 September 2014)

<http://balikpapankota.bps.go.id/index.php?hal=grafik> (diakses pada 29 November 2014)