

KOMUNIKASI PERSUASIF BPJS KETENAGAKERJAAN
(ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENSOSIALISASIKAN
PROGRAM JKK DAN JKM BAGI PEKERJA BUKAN PENERIMA UPAH
DI YOGYAKARTA)

Nadia Adzka

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

nadiaadzka2@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi Persuasif adalah sebuah komunikasi yang dilakukan untuk dapat merubah pandangan, perilaku, atau karakter dari seseorang. Komunikasi persuasif ini digunakan sebagai salah satu sarana sosialisasi mengenai program-program yang ada pada sebuah instansi. Skripsi ini membahas tentang bagaimana Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan program JKK dan JKM Bagi Pekerja Bukan Penerima Upah di Yogyakarta dengan menggunakan model SMCR David Berlo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan Teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara dan juga dokumentasi.

Hasil analisa penelitian ini menunjukkan bahwa BPJS Ketenagakerjaan melakukan komunikasi persuasif dengan menggunakan dua proses yaitu proses rasional dan emosional. Dari segi penggunaan komunikasi persuasif dalam melakukan sosialisasi program JKK dan JKM pada BPJS Ketenagakerjaan Yogyakarta dengan menggunakan media iklan luar ruang dan media sosial sudah efektif dan berjalan dengan baik. Namun penerimaan masyarakat terhadap manfaat dari program ini dan iuran yang dibayarkanlah yang menjadi sebagai penghambatnya BPJS Ketenagakerjaan untuk memberikan perlindungan bagi para tenaga kerja di sektor BPU.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, BPJS Ketenagakerjaan, Media Komunikasi

**PERSUASIVE COMMUNICATION ON BPJS KETENAGAKERJAAN
(PERSUASIVE COMMUNICATION ANALYSIS IN A SOCIALIZATION
THE JKK AND JKM PROGRAMS FOR NON-WAGE WORKERS IN
YOGYAKARTA)**

Nadia Adzka

University of Mercu Buana Yogyakarta

nadiaadzka2@gmail.com

ABSTRACT

Persuasive communication is communication that is done to be able to change the views, behavior, or character of a person. This persuasive communication is used as a means of socialization regarding existing programs in an agency. This thesis discusses how persuasive communication is carried out by the Employment BPJS in socializing the JKK and JKM programs for non-paid workers in Yogyakarta using David Berlo's SMCR model. The method used in this research is descriptive qualitative research, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation.

The results of this research analysis show that Employment BPJS conducts persuasive communication using two processes, namely, rational and emotional processes. In terms of the use of persuasive communication in socializing the JKK and JKM programs at the Yogyakarta Employment BPJS by using outdoor advertising media and social media, it has been effective and running well. However, it is the public's acceptance of the benefits of this program and the contributions paid that are the obstacle for BPJS Ketenagakerjaan to provide protection for workers in the BPU sector.

Keywords: Persuasive Communication, Employment BPJS, Communication Media