

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kehidupan pekerjaan yang dilakukan oleh seluruh tenaga kerja yang ada di Indonesia erat kaitannya dengan kejadian-kejadian yang menyebabkan banyaknya resiko gagal dalam bekerja. Resiko gagal dalam bekerja ini sendiri dapat menyebabkan kehidupan dari sang pekerja kedepannya menjadi mengalami perubahan hingga keterlantaran dalam melanjutkan kehidupannya di masa yang akan datang. Di Indonesia terdiri sebuah Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan (BPJS Ketenagakerjaan) yang memberikan jaminan-jaminan perlindungan sosial kepada seluruh tenaga kerja di Indonesia. Untuk menyuarakan pentingnya jaminan sosial pada kehidupan tenaga kerja di Indonesia perlu digunakannya komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif ini adalah komunikasi yang memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan dan dapat mengubah pandangan dari seseorang terhadap pesan yang diterima baik pada sikap, sifat dan perilakunya. Terutama dalam melakukan sosialisasi, komunikasi persuasif ini memiliki bagian yang sangat penting agar sosialisasi yang dijalankan ini dapat memberikan dampak yang sesuai dengan keinginan si pemilik tujuan atau persuader.

Komunikasi persuasif ini menjadi sangat penting dapat dilihat dari fenomena yang terjadi saat ini dalam kehidupan sehari-hari, yaitu dari banyaknya masyarakat yang saat ini sudah terpersuasi untuk menggunakan internet dalam kehidupannya. Penggunaan internet ini dahulunya dianggap sebagai hal yang baru namun seiring dengan banyaknya persuasif yang dilakukan oleh pemerintah dan perusahaan-perusahaan dapat dilihat dengan waktu yang cukup cepat banyak sekali masyarakat yang terpersuasi dan merubah pola perilakunya dalam menggunakan Internet sebagai part penting dalam kehidupannya terutama untuk mendapatkan informasi-informasi yang ingin mereka ketahui.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Fatma Laili Khoirun Nida, “*Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.2 (Desember,2014), 78. (diakses pada tanggal 27 November 2022, pukul 09.59)

Dari fenomena di atas inilah menjadi sebagai salah satu acuan bahwasanya komunikasi persuasif dapat menjadi sebagai salah satu komunikasi yang penting didalam melakukan sosialisasi program-program yang ada pada sebuah perusahaan untuk dapat mencapai keberhasilannya terutama juga pada BPJS Ketenagakerjaan dalam menjalankan tujuan perusahaannya kepada masyarakat yang ada di seluruh Indonesia dengan menyelenggarakan program jaminan sosial tenaga kerja. Dimana penyelenggaraan program jaminan sosial ini merupakan sebuah kewajiban yang harus diterima oleh para pekerja. Jaminan sosial menjadi sebagai kewajiban dan tanggung jawab negara untuk dapat mensejahterakan seluruh pekerja yang ada di Indonesia baik dalam lingkup pekerja yang bekerja pada sektor formal maupun pekerja yang bekerja pada sektor informal untuk memberikan perlindungan sosial dan ekonomi.

Di Indonesia penyelenggaraan jaminan sosial pada lingkup ketenagakerjaan diatur dalam UU RI No. 24 Tahun 2011 tentang badan penyelenggara jaminan sosial yang ditetapkan sebagai sebuah program yang dibentuk untuk memberikan perlindungan sosial dan sebagai program yang menjamin seluruh rakyat agar dapat memenuhi kebutuhan hidup yang layak. Badan penyelenggaraan jaminan sosial ini memberikan perlindungan dasar bagi para tenaga kerja dan juga keluarga apabila dalam menjalankan pekerjaan terjadi hal-hal yang dapat menghilangkan penghasilan seperti terjadi kecelakaan dan kematian maka badan penyelenggaraan harus memberikan kepastian mengenai penghasilan lanjutan keluarga untuk dapat melanjutkan hidup kedepannya.

Sistem jaminan sosial nasional pada hakikatnya merupakan hak dasar setiap warga negara yang diberikan oleh setiap negara dengan tujuan memberikan perlindungan kebutuhan dasar dan kesejahteraan sosial bagi kelayakan hidup seluruh rakyat Indonesia.<sup>2</sup> Skema jaminan sosial ketenagakerjaan sendiri menurut Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) bertujuan memberi akses bagi pelayanan kesehatan dan jaminan pendapatan, khususnya dalam hal hari tua,

---

<sup>2</sup> Ikhsan, M., Muliana, H., & Wahab, S. *Penyelenggaraan Sistem Jaminan Sosial Nasional oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial*. (SOL Justicia, IV (2): 2021), hal 141–150.

kecelakaan, penyakit, cacat, atau cedera yang diakibatkan karena pekerjaan, hingga kematian atau dengan kata lain kehilangan sumber pencari nafkah.<sup>3</sup> Berdirinya Badan Penyelenggaraan Jaminan sosial ketenagakerjaan melalui proses yang panjang dimulai dengan PT. Jamsostek Persero kemudian berubah menjadi Jamsostek dan berubah kembali pada tahun 2011 menjadi Badan Penyelenggaraan Jaminan sosial yang kemudian di tahun 2014 Jamsostek berubah menjadi badan hukum public dengan nama BPJS Ketenagakerjaan yang dipercayai untuk menyelenggarakan program jaminan sosial. Program jaminan sosial yang ada BPJS Ketenagakerjaan terdiri dari berbagai macam program yang juga memiliki berbagai macam manfaat bagi para pekerja.

Program-program yang ada di BPJS Ketenagakerjaan terdiri dari banyak sekali program, namun yang menjadi program inti yang harus dimiliki diantaranya ialah program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), program ini memberikan perlindungan bagi para pekerja jika terjadi kecelakaan saat dalam perjalanan pergi, sedang bekerja atau pulang dari bekerja maka seluruh biaya pengobatan akan ditanggung oleh BPJS Ketenagakerjaan hingga sembuh pekerja tersebut sembuh. Program kedua ialah Program Kematian (JKM), program ini memberikan jaminan bagi para pekerja dan keluarga apabila si pekerja mengalami kecelakaan kerja hingga menyebabkan meninggal dunia maka program ini akan menjaga sang keluarga agar tetap mendapatkan penghasilan dari yang dihitung dari masa si korban bekerja dalam bentuk santunan kepada keluarga.

Program JKK dan JKM ini disosialisasikan kepada seluruh masyarakat pekerja, terutama pada masyarakat pekerja di sektor informal, yaitu pekerja yang bukan penerima upah ialah tenaga kerja informal yang merujuk pada seseorang yang bekerja tanpa relasi kerja. Artinya, tidak ada perjanjian yang mengatur setiap elemen kerja, upah, dan kekuasaan. Sektor informal sendiri mencakup semua bisnis komersial maupun non-komersial yang tidak terdaftar, tidak memiliki struktur organisasi formal, dan bercirikan: dimiliki oleh keluarga, kegiatan berskala kecil, padat karya, menggunakan adaptasi teknologi dan bergantung pada sumber daya

---

<sup>3</sup> ILO. *Jaminan Sosial: Konsensus Baru*. (Jakarta: Kantor Perburuan Internasional: 2008)

lokal, seperti pekerja yang bekerja secara mandiri seperti para petani, tukang becak, freelance dan para mahasiswa yang akan melakukan praktik lapangan atau kuliah kerja nyata.. Dalam melakukan sosialisasi mengenai program-program tersebut kepada para pekerja mandiri BPJS Ketenagakerjaan menggunakan komunikasi persuasif yang mana komunikasi ini dilakukan untuk dapat merubah cara pikir dan sudut pandang seseorang mengenai suatu hal. Komunikasi persuasif ini bersifat ajakan kepada seluruh masyarakat pekerja untuk dapat memahami bagaimana manfaat yang akan dirasakan, dimana program-program yang ditawarkan kepada pekerja BPU dapat menjadi sangat menguntungkan bagi seluruh pekerja bahkan tidak hanya pekerja para mahasiswa yang ingin melakukan kuliah praktek lapangan atau kuliah kerja nyata, program JKK dan JKM ini dapat sangat menguntungkan untuk melindungi diri dari berbagai macam resiko pekerjaan yang dialami.

Dalam melakukan komunikasi banyak hal yang juga harus diperhatikan agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dan dipahami maknanya secara benar oleh orang lain. Banyak faktor juga yang terkadang menjadi kendala untuk dapat memberikan informasi kepada orang lain untuk dapat memahami pesan yang ingin disampaikan. Dalam lingkup kehidupan pekerjaan perlindungan menjadi sebuah prioritas utama yang harus didapatkan para pekerja untuk meningkatkan kesejahteraan. Pada para pekerja yang bekerja pada sektor informal informasi-informasi mengenai program-program BPJS Ketenagakerjaan sering terlewat dan bahkan banyak masyarakat pekerja yang tidak tahu mengenai manfaat-manfaat yang akan didapatkan serta juga rasa acuh yang mereka punya juga menjadi sebagai kendala bagi para pekerja di BPJS Ketenagakerjaan untuk melakukan persuasif kepada mereka saat sosialisasi dilakukan.

Ketidaktahuan dan rasa acuh yang ada pada masyarakat pekerja sektor informal ini menjadi sebagai sebuah problema terkait partisipasi tenaga kerja sektor informal di BPJS Ketenagakerjaan ialah minimnya tingkat kepesertaan Bukan Penerima Upah (BPU) alias para pekerja informal. Keberadaan pekerja informal memang menjadi kendala dan tantangan tersendiri bagi capaian akuisisi kepesertaan BPU. Yang oleh karena itu BPJS Ketenagakerjaan Yogyakarta menggunakan komunikasi persuasif dalam proses mensosialisasikan program ini,

dengan tujuan agar para pekerja dapat terpersuasi dengan apa yang disampaikan untuk mendapatkan kesejahteraan yang sama dengan pekerja yang menerima upah (PU).

Tabel 1 Jumlah Pekerja Sektor Informal di DIY  
Sumber: Hasil Olah data BAPPEDA DIY 2021

Tahun	Jumlah Tenaga Kerja di	Persentase Jumlah Tenaga Kerja Informal	Jumlah Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan
2018	1.233.607.00	55,36	41.200.00
2019	1.220.615.00	57.41	24.858.00
2020	1.123.047.00	51.64	29.122.00
2021	1.152.685.00	54.41	22.103.00

Bappeda Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) per Tahun 2021 mencatat bahwa mayoritas pekerja berusia 15 tahun ke atas di Indonesia didominasi oleh pekerja sektor informal dengan jumlah 1.152.685 orang (54,41%), sementara pekerja di sektor formal ialah 994.916 (44,64%). Pekerja sektor informal ini identik dengan gambaran pekerja berupah minim, jam kerja yang tidak teratur, sistem kesehatan dan keselamatan kerja yang buruk, juga rumitnya akses menuju jaminan sosial.<sup>4</sup> Situasi tersebut juga kemudian menjadi sebuah kerentanan hidup para pekerja informal. Sementara, dalam menjalankan pekerjaannya, para pekerja di sektor informal ini juga menghadapi berbagai risiko yang bisa saja terjadi, mulai dari risiko penyakit yang muncul dari pekerjaannya, risiko kecelakaan kerja, hingga risiko kematian dan kehilangan pencari nafkah untuk keluarga.<sup>5</sup> Oleh karena itu

<sup>4</sup> Wardhana, I. W., dkk. *Isu dan Tantangan Rendahnya Kepesertaan Jaminan Sosial Tenaga Kerja di Indonesia: Peran Perisai*. (Jurnal Internasional Penelitian Ilmiah dan Teknologi: 2020). Hal. 9.

<sup>5</sup> Adireja, R. S., & Adillah, S. U. *Tinjauan Yuridis Pelaksanaan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Pada Pengemudi Online (Grab) di Semarang*. (Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Hukum: 2021)

program perlindungan yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan ini juga disuarakan oleh para pekerja di BPJS Ketenagakerjaan dengan memberikan sosialisasi dengan menggunakan komunikasi persuasif mengenai program JKK dan JKM ini khususnya bagi para Pekerja Bukan Penerima Upah (BPU) sebagai sebuah upaya awal untuk memberikan informasi kepada seluruh pekerja BPU. Namun hingga saat ini masih banyak sekali dari para masyarakat yang bekerja di sektor informal ini sendiri belum memahami mengenai program-program apa saja yang akan mereka dapatkan jika mendaftarkan diri menjadi peserta dari BPJS Ketenagakerjaan. Dalam sektor informal atau BPU para tenaga kerja akan mendapatkan tiga jenis program yaitu program JKK, JKM dan JHT. Bagi para pekerja BPU untuk mendapatkan program-program tersebut dimulai hanya dari Rp. 16.800,00 saja<sup>6</sup>.

Dari latar belakang mengenai permasalahan yang ada di atas penulis merasa topik ini penting untuk dijadikan penelitian karena adanya penelitian ini dapat membantu BPJS Ketenagakerjaan untuk dapat mencakup lebih banyak peserta dari pekerja informal untuk mendaftarkan diri ke BPJS Ketenagakerjaan menggunakan komunikasi persuasif. Sehingga hal ini dapat membuat tingkat kesejahteraan dari para pekerja yang bekerja di sektor informal semakin meningkat dan mendapatkan manfaat yang sesuai dan setara dengan para pekerja dari sektor formal. Penelitian ini juga menarik untuk dilakukan karena dapat membantu para tenaga kerja yang bekerja di sektor informal untuk mengetahui bahwasanya BPJS Ketenagakerjaan juga memberikan perlindungan kepada mereka terutama dalam program JKK dan JKM melalui sosialisasi yang dilakukan di beberapa media seperti media iklan, media sosial, dan media massa.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan program JKK dan JKM bagi pekerja Bukan Penerima Upah di Yogyakarta?”.

---

<sup>6</sup> <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/tentang-kami.html> diakses pada tanggal 15 Oktober pukul 10.08

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan program JKK dan JKM bagi pekerja Bukan Penerima Upah di Yogyakarta.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai sumbangan referensi ilmu pengetahuan terkhususnya pada bidang ilmu komunikasi terkait bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan program JKK dan JKM bagi pekerja Bukan Penerima Upah di Yogyakarta.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pemahaman baru bagi peneliti maupun masyarakat untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan program JKK dan JKM bagi pekerja Bukan Penerima Upah di Yogyakarta.

### **1.5 Metode Penelitian**

#### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Pada penelitian ini, desain penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti ialah penelitian dengan metode kualitatif yang memiliki tujuan untuk menjelaskan bagaimana fenomena-fenomena yang terjadi secara mendalam. Metode penelitian kualitatif tersebut berpandangan bahwa setiap fenomena, gejala atau subjek yang diteliti ada yang dapat diamati dan ada yang tidak. Peneliti lebih bersifat melakukan eksplorasi dan kurang melakukan pengukuran, hubungan antar gejala yang lebih bersifat timbal balik dibandingkan hubungan yang kausal. Hasil penelitian dapat

tidak bebas nilai dan bersifat subjektif dan gejala yang diteliti bersifat *holistic* (menyeluruh satu sama lain tidak dapat dipisahkan).<sup>7</sup>

Penelitian kualitatif juga menjadi sebagai payung bagi seluruh jenis metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kehidupan sosial yang ilmiah/natural. Penelitian ini melakukan analisis kualitatif terhadap informasi-informasi yang diterima. Informasi yang diterima tersebut dapat berupa transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen dan materi visual (seperti foto, video, materi dari internet, dan dokumen lain mengenai kehidupan manusia) baik secara individu maupun kelompok.<sup>8</sup>

### **1.5.2 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini, penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti ialah penelitian dengan metode kualitatif yang dimana peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan program JKK dan JKM bagi pekerja Bukan Penerima Upah di Yogyakarta dan seperti apakah fenomena-fenomena yang terjadi pada objek penelitian tersebut. Dalam melakukan penelitian ini peneliti menerapkan studi deskriptif yang memiliki fokus pada objek yang diamati. Studi deskriptif ini diterapkan agar peneliti juga mampu untuk berspekulasi mengenai kondisi yang dibutuhkan serta menggali bukti-bukti berupa data dan fakta terkait penelitian untuk mendapatkan kedalaman informasi tentunya terkait dengan bagaimana bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan program JKK dan JKM bagi pekerja Bukan Penerima Upah di Yogyakarta.

### **1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian**

#### **a. Subjek penelitian**

---

<sup>7</sup> Sugiyono and Puji Lestari, *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. (Bandung: Alfabeta: 2021)

<sup>8</sup> Sugiyono, P. D. "Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan)." *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta: 2019). Diakses pada 17 Oktober 2022 hal.361



Kriyantono Rahmat dalam komunikasi antar pribadi keluarga menyatakan bahwa dalam melakukan penentuan subjek penelitian ini, peneliti memakai Teknik purposive sampling. Teknik tersebut memiliki maksud agar dapat menyeleksi orang-orang (narasumber/informan) yang akan diambil informasinya berdasarkan kriteria tertentu yang telah dibuat oleh sang peneliti untuk penelitian yang akan dilakukan.<sup>9</sup> Subjek yang ada dalam penelitian ini adalah para pekerja terutama pada bidang Account Representative Khusus sejumlah dua orang dan Penata Madya Administrasi khusus sejumlah satu orang yang ada pada BPJS Ketenagakerjaan Yogyakarta.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian yang dipilih peneliti dalam penelitian ini adalah Analisis mengenai Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan program JKK dan JKM bagi pekerja Bukan Penerima Upah di Yogyakarta.

### **1.6 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara ialah sebuah proses pertukaran informasi yang terjadi di antara dua orang untuk berdialog, bertukar pikiran, melontarkan pertanyaan mengenai topik pembahasan tertentu untuk menghasilkan sebuah makna.<sup>10</sup> Narasumber yang diwawancara dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data secara real dan langsung.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan yang terjun langsung kelapangan untuk melihat secara langsung objek dan subjek yang akan diteliti. Observasi adalah suatu proses pengamatan yang kompleks dan tersusun dari ingatan-

---

<sup>9</sup> Antoni “*Komunikasi Antar pribadi Keluarga TKI (Studi Kasus Penggunaan Teknologi Komunikasi Antarpribadi Keluarga TKI di Desa Stabat Lama)*” hal.5. Di akses pada tanggal:17 oktober 2022

<sup>10</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. (Bandung: Alfabeta: 2015)

ingatan yang di proses. Metode observasi ini digunakan penulis dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan yang ingin diteliti.

c. Dokumentasi

Dokumen menjadi pendukung terbaik bagi peneliti dalam mengumpulkan data-data baik tertulis, gambar dan cetak untuk digunakan sebagai bukti atau keterangan didalam penelitian yang dilakukan di BPJS Ketenagakerjaan Yogyakarta

### 1.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknis analisis data yang digunakan dibagi menjadi beberapa elemen dan 3 tahapan, yaitu:

a. Reduksi Data

Teknik reduksi data adalah Teknik yang dipilih oleh peneliti untuk mereduksi data yang diperoleh dilapangan yang bersifat umum mengenai Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan dalam mensosialisasikan program JKK dan JKM bagi pekerja Bukan Penerima Upah di Yogyakarta.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian ini, penyajian data dibatasi menjadi beberapa kumpulan informasi yang mampu menghasilkan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Data yang sudah dimiliki kemudian disajikan sesuai dengan matriks, bagan atau grafik untuk menghubungkan informasi-informasi yang didapat sehingga mampu mencapai analisis kualitatif yang sah dan sesuai.<sup>11</sup> Peneliti memilih untuk menggunakan data-data yang didapat dari berbagai narasumber atau informan yang nyata dan sesuai untuk dijadikan sebagai sebuah informasi yang akurat dan bermanfaat.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data terlebih dahulu kemudian mencari kebenaran data

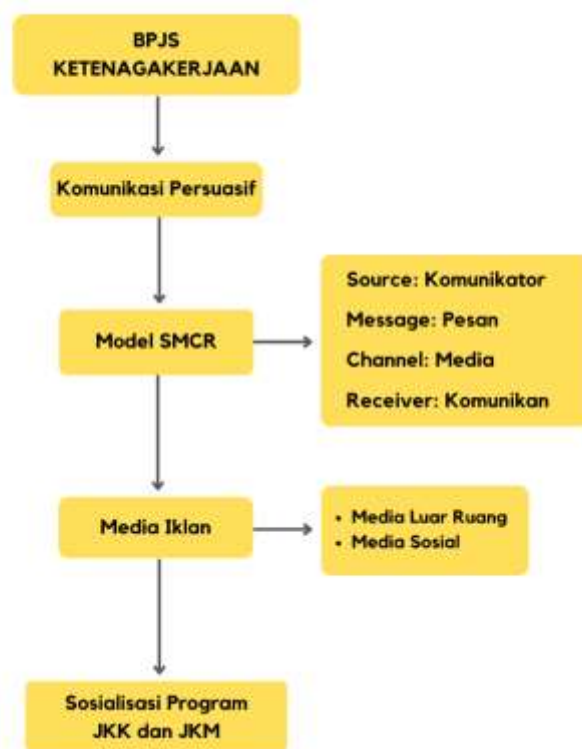
---

<sup>11</sup> Sugiyono. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta: 2012) hal. 249

yang ada untuk disajikan agar mendapatkan kesimpulan yang di inginkan. Peneliti juga memberikan argument dan makna sebagai perbandingan data dan melihat keterkaitan komponen-komponen yang ada.

## 1.8 Kerangka Konsep

Berikut ini adalah kerangka konsep dari penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

## 1.9 Definisi Konsep

Definisi konsep dibawah ini merupakan uraian umum tentang konsep yang berdasarkan pada tataran teoritis yang digunakan untuk penelitian, berikut adalah definisi konsep dari penelitian ini:

### 1.9.1 Komunikasi Persuasif

#### a. Pengertian Komunikasi Persuasif

Menurut Carl I Hovland yang ditulis kembali oleh Sunarjo dan Djoenaesih menyatakan bahwa komunikasi merupakan sebuah efek umum yang muncul akibat dorongan individu untuk berpikir dalam dua sisi tentang pendapatnya yang disampaikan dan pendapat baru yang diberikan kepada orang lain<sup>12</sup>. Komunikasi juga menjadi sebagai sebuah transmisi informasi, emosi, keterampilan dan lainnya menggunakan tanda-tanda atau simbol-simbol.<sup>13</sup>

Komunikasi persuasif menurut Larson yaitu adanya kesempatan yang selaras untuk saling memberikan pengaruh, memberi audiens Informasi mengenai tujuan dari persuasif yang dilakukan dan melakukan pertimbangan audiens yang hadir. Istilah dari persuasif ialah berasal dari bahasa latin yaitu *persuasion* yang memiliki arti mengajak, merayu atau membujuk. Persuasif dapat dilakukan secara emosional dan rasional, tindakan dalam melakukan persuasif bisa menyentuh jika menggunakan aspek afeksi. Komunikasi persuasif dengan aspek afeksi dilakukan jika berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Dimana melalui cara emosional dapat membuat aspek empati dan simpati dari seseorang tergugah.<sup>14</sup>

Mengawali definisi dari komunikasi persuasif perlu dipahami bahwasannya terdapat 3 jenis pola komunikasi. Menurut Burgon dan Huffner 3 jenis pola komunikasi yang terjadi yaitu pertama, Komunikasi asertif adalah komunikasi yang dapat menyampaikan masukan secara lugas kepada komunikan, namun dalam penyampaian informasi harus dilakukan tanpa melukai atau menyinggung komunikan baik secara verbal atau non-verbal. Kedua komunikasi agresif, yaitu komunikasi yang memiliki pola untuk menyuarakan pendapat atau pesan secara lugas dan di dalam proses penyampaiannya terdapat agresif yang disampaikan baik verbal atau non-verbal. Dan yang ketiga adalah komunikasi pasif, yaitu komunikasi yang

---

<sup>12</sup>Sunarjo S. Djoenaesih dan Sunarjo, *Istilah Komunikasi*, Edisi 2, Liberty, Yogyakarta, 1983, Hal.30

<sup>13</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti: 2004)

<sup>14</sup> Herdijan Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* ( Jakarta : Akademia Permata 2013), hal.7

dilakukan tidak memiliki umpan balik atau komunikasi yang dilakukan tidak berjalan dengan baik atau tidak efektif.<sup>15</sup>

Komunikasi persuasif dapat disimpulkan menjadi sebagai sebuah proses komunikasi yang dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengubah sikap, perilaku dan opini dari seseorang atau audiens. Dalam keberhasilan yang dilakukan dari proses persuasif aka dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan komponen-komponen yang ada pada komunikasi yang dijalin seperti dari komunikator, jaringan hingga komunikan. Seluruhnya saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan.

#### **b. Model SMCR**

Model SMCR merupakan salah satu model komunikasi yang paling sederhana dan banyak direferensikan adalah *Source, Message, Channel, and Receiver* (SMCR). Model yang berasal dari David Berlo K ini merupakan pelopor dari teori komunikasi yang menekankan pada transmisi pesan. Sehingga dalam komunikasi persuasif model SMCR menjadi sebagai salah satu model komunikasi yang sering digunakan. Didalam model SMCR terdapat paling tidak empat elemen, yaitu sumber, pesan, saluran dan penerima.<sup>16</sup>

Dalam konteks persuasif, sumber atau persuader memiliki dua motif, yakni motif yang bersifat manifes (jelas atau nyata) dan motif laten (terselubung). Penerima pesan atau persuade adalah orang yang menerima terpaan pesan persuasi. Terkait dengan esensinya, pesan dapat disampaikan secara beragam sesuai dengan kemampuan persuader. Dimana pesan yang dipersuasifkan juga dapat bersifat verbal maupun nonverbal. Sedangkan saluran atau media yang digunakan dapat untuk mengirimkan pesan dapat berupa media elektronik, iklan, media sosial, media massa dan interpersonal. Sementara persuade atau penerima adalah tujuan yang ingin diubah sikap dan kepercayaannya melalui argument persuader<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Ibid, hal.7

<sup>16</sup> Berlo, David K. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. (New York: Holt, Rinehart and Winston: 1960). Hal, 131.

<sup>17</sup> Ibid, hal 131

## 1.9.2 Media komunikasi

### 1. Media Iklan Luar Ruang Brosur dan Baliho

Iklan merupakan sebuah elemen dalam komunikasi yang digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas. Iklan merupakan media persuasif yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi massa, biasanya iklan sering disampaikan menggunakan media sosial atau cetak. Dilihat dari pandangan komunikasi iklan merupakan suatu metode yang sangat efisien dalam menyampaikan pesan dan pemasaran kepada khalayak<sup>18</sup>. Baliho merupakan sebuah media luar ruang yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan secara singkat menggunakan papan tinggi yang diletakan di luar ruang menyesuaikan dimana baliho ini digunakan. Baliho juga merupakan sebuah media iklan yang bersifat hanay semetara karena memiliki jangka waktu dalam mengiklankanya. Media iklan adalah sebuah jaringan yang membawa pesan yang berisi ajakan kepada khalayak mengenai sebuah informasi yang diperkenalkan melalui elektronik, cetak dan massa. Contoh media iklan luar ruang yang sering digunakan adalah brosur.<sup>19</sup>

### 2. Media Sosial

Menurut Shirky media sosial adalah alat yang dapat meningkatkan kemampuan para penggunanya untuk memberikan informasi dan bekerja secara kolektif. Media sosial juga merupakan wadah yang digunakan untuk memberikan dan menerima informasi-informasi dari siapapun dan kepada siapapun. Media sosial juga menjadi sebagai sarana berbagi mengenai informasi atau manfaat dari satu orang ke orang atau kelompok lainnya. Media sosial yang saat ini sangat digemari oleh BPJS Ketenagakerjaan untuk

---

<sup>18</sup> Nawiroh Vera. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. (Bogor: Penerbit GhaliaIndonesia: 2014) Hal.13

<sup>19</sup> Noprita Elisabeth dkk, *Jurnal desain komunikasi visual iklan layanan masyarakat tentang pelecehan seksual pada anak di kota medan*, VOL 4, NO 02 (2018), <https://doi.org/10.33633/andharupa.v4i02.1683>, Andharupa

mendapatkan informasi atau mensosialisasikan informasi atau pesan yang diterima ialah melalui Instagram, Facebook dan Youtube.<sup>20</sup>

### **1.9.3 Program Sosialisasi JKK dan JKM**

Program sosialisasi adalah suatu jenis rangkaian kegiatan yang sudah direncanakan secara jelas dan konkrit untuk melakukan penyebaran informasi dengan tujuan untuk dapat membentuk karakter atau sikap dalam berperilaku di lingkungannya. Sehingga program sosialisasi ini digunakan untuk dapat mencapai tujuan dengan efektif terutama dalam merubah pemikiran, sifat dan perilaku dari seseorang atau kelompok.

Dalam program sosialisasi pada BPJS Ketenagakerjaan terdapat dua program yang menjadi tujuan utama dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu Program Jaminan Kecelakaan Kerja dan Program Jaminan Kematian bagi Pekerja Bukan penerima upah atau para pekerja yang bekerja di sektor informal seperti petani, nelayan, freelance dan juga pedagang kaki lima.

---

<sup>20</sup> Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), hal. 125