
**PELAKSANAAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM SOSIALISASI
PROGRAM JAMINAN SOSIAL KETENAGAKERJAAN DI KANTOR BPJS
KETENAGAKERJAAN GUNUNGGIDUL YOGYAKARTA**

Penulis 1: Verida Indri S
Penulis 2: Muslikhah Dwihartanti
Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran
Email: veridaindri@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab belum optimalnya pelaksanaan *public relations* dalam sosialisasi program jaminan sosial ketenagakerjaan di kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta, media apa saja yang digunakan, hambatan dan upaya dalam mengatasi hambatan tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini adalah Kepala BPJS Ketenagakerjaan, Bidang Pemasaran, dan staff. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu analisis interaktif dengan tahap: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan *public relations* dalam sosialisasi program jaminan sosial ketenagakerjaan di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunung Kidul Yogyakarta sudah dilakukan namun belum optimal. Pelaksanaan *Public relations* yang belum dilakukan dengan optimal diantaranya yaitu: 1) penyebaran informasi terhadap publik dilakukan baik secara langsung dan tidak langsung, namun pengembangan di media *online* kurang dimanfaatkan, 2) kerjasama dengan media massa baru sebatas pada media cetak belum merangkul stasiun televisi maupun radio lokal setempat. Pelaksanaan *public relations* yang sudah dilaksanakan dengan baik diantaranya yaitu : 1) pelaksanaan sudah dilakukan diwujudkan dengan adanya fungsi pelayanan dan perluasan, 2) menjalin komunikasi dengan media *pers* dan instansi lain, 3) membangun citra perusahaan dilakukan dengan merangkul media dan sosialisasi, 4) mempromosikan diwujudkan dengan kegiatan sosialisasi, iklan, dan presentasi. Hambatan dalam sosialisasi yaitu: 1) segmentasi perusahaan dan tenaga kerja, 2) terbatasnya sumber daya manusia, dan 3) batasan budaya. Upaya yang dilakukan yaitu: 1) untuk mengatasi adanya segmentasi perusahaan dan tenaga kerja adalah dengan menekankan pada skala prioritas, 2) upaya dari adanya keterbatasan sumber daya manusia adalah dengan mengutamakan target sasaran, dan 3) untuk meminimalisir adanya batasan budaya adalah mengikutsertakan tokoh masyarakat setempat dalam sosialisasi.

Kata kunci: Jaminan Sosial Ketenagakerjaan, sosialisasi, dan pelaksanaan humas.

***THE IMPLEMENTATION AND THE ROLES OF PUBLIC RELATIONS IN THE
DISCUSSION OF SOCIAL INSURANCE FOR WORKER AT OFFICE OF THE BPJS
EMPLOYMENT SECTION, GUNUNGGIDUL, YOGYAKARTA***

ABSTRACT

This study is aimed to identify the implementation and the cause is not optimally roles of public relations in the discussion of social insurance program for worker at the office of BPJS Employment section located in Gunung Kidul Yogyakarta, the media used in the discussion, and the obstacle along with the efforts to handle it. This study is a qualitative descriptive. The information providers in this study are the Head of BPJS Employment section, the Marketing Department, and

staff of the office. The data were collected through observation, interview, and documentation. The data were analyzed using interactive analysis which encompassed: data reduction, data presentation, and conclusion withdrawal. The validity of the data was acquired through triangulation technique. The result of the study shows that the implementation and the roles of public relations in the discussion of social insurance program for worker at the office of BPJS Employment section located in Gunungkidul Yogyakarta. The implementation of public relations that has not been implemented optimally are: 1) the information were well distributed to the public directly and indirectly but the development of average online is underused, 2) the cooperation with mass media stone has not embraced the local radio and local television. The implementaion of public relations has done suc as : 1) the roles of public relations division in the counseling program has been done were realized through services and extension, 2) the role of public relations in improving the communication was realized through building a rapport with internal and external staff of the company, 3) the role of public relations in developing the company's image was done through dissemination program, advertisement, and presentation, 4) the obstacles met in the discussion program were: 1) partition between the company and the worker, 2) the constraint of human resource, and 3) culture boundary. The efforts to face the obstacles were: 1) the effort of partition between the company and the worker are is insists on the priority scale, 2) the effort of constraint the human resource are is prioritizing the main target, and 3) the effort of culture boundary are is involving the society's prominent figure in the discussion.

Key words: Social Insurance Program for Worker, Discussion, and The Roles of Public Relations

PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia merupakan faktor terpenting dan akan selalu menjadi sorotan di dalam perusahaan. Manusia sebagai tenaga kerja menjadi aset terpenting yang menjalankan dan menjadi pelaku seluruh aktivitas pada perusahaan. Perusahaan tidak akan dapat mencapai tujuannya dengan baik tanpa tenaga kerja yang berkualitas. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga kerja merupakan kunci paling utama yang harus selalu diperhatikan. Tenaga kerja sebagai kunci utama harus selalu diberdayakan, karena dinamika perkembangan jaman menuntut perusahaan untuk memperoleh, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas.

Adanya UU No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) membuat pemerintah harus membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Hal ini diwujudkan melalui pengesahan UU No. 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial, dimana PT Jamsostek resmi dibubarkan tanpa likuidasi dan menjadi BPJS Ketenagakerjaan sejak 1 Januari 2014. BPJS Ketenagakerjaan ini kemudian menggantikan sejumlah lembaga jaminan sosial yang ada di Indonesia, seperti yang tercantum dalam UU No. 24 Tahun 2011 yang menyebutkan bahwa Jaminan Sosial Nasional dikelola oleh BPJS,

untuk Jaminan Sosial Ketenagakerjaan secara khusus diselenggarakan oleh BPJS Ketenagakerjaan.

Transformasi PT Jamsostek menjadi BPJS Ketenagakerjaan merupakan sebuah hal baru bagi masyarakat. Sebagai lembaga yang bergerak dalam bidang pelayanan, BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta terus-menerus memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat. Dalam hal ini, sosialisasi merupakan sarana komunikasi yang penting untuk menghubungkan antara organisasi dengan masyarakat. Kegiatan komunikasi memerlukan *public relations* sebagai sarana yang menciptakan komunikasi timbal balik (*two way communication*) antara organisasi dan publiknya. Komunikasi timbal balik antara organisasi dan publiknya diharapkan dapat menciptakan hubungan saling pengertian dan dukungan bagi pelaksanaan program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan. Adanya pelaksanaan *public relations* yang baik dapat memberikan kontribusi bagi BPJS Ketenagakerjaan dalam menjalankan fungsinya dan tujuan untuk pemerataan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia dapat tercapai.

Menurut Baskin, Aronoff dan Lattimore seperti yang dikutip Putra, I Gusti Ngurah (2008: 1-3) yaitu:

Public relations is a management function that helps achieve organizational

objectives, define philosophy, and facilitate with all relevant internal and external publics to develop positive relationship and to create consistency between organizational goals and societal expectation. Public relations practitioners develop, execute and evaluate organizational programs that promote the exchange of influence and understanding among an organization's consistent parts and publics.

Definisi tersebut menjelaskan tentang berbagai kegiatan yang dilakukan oleh humas, namun pentingnya kegiatan yang dilakukan oleh humas tersebut sama yaitu untuk membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya.

Public relations merupakan segenap kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan/lembaga dalam rangka mengorganisasi dan mengkomunikasikan segala sesuatu guna mencapai saling pengertian antara organisasi dengan publiknya yang dituju sehingga dapat membawa keuntungan bagi organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

Sebagai lembaga yang bergerak dalam bidang pelayanan, BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta terus-menerus memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat. Dalam hal ini, sosialisasi merupakan sarana komunikasi yang penting untuk menghubungkan antara organisasi dengan masyarakat.

Sosialisasi merupakan sarana komunikasi yang penting untuk menghubungkan antara organisasi dengan masyarakat. Kegiatan komunikasi memerlukan *public relations* sebagai sarana yang menciptakan komunikasi timbal balik (*two way communication*) antara organisasi dan publiknya. Komunikasi timbal balik antara organisasi dan publiknya diharapkan dapat menciptakan hubungan saling pengertian dan dukungan bagi pelaksanaan program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan.

Menurut Soejono Soekanto dalam Taufiq Rochman Dhoiri, dkk (2007: 79), “sosialisasi merupakan suatu proses sosial dimana seseorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku sesuai dengan perilaku orang-orang di dalam kelompoknya”. Sosialisasi juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial yang terjadi bila seorang individu menghayati dan melaksanakan norma-norma kelompok tempat ia hidup sehingga akan menjadi bagian dari kelompoknya.

Sebuah kebijakan idealnya harus melalui beberapa tahap sebelum di implementasikan atau dilaksanakan dalam masyarakat. Hal tersebut bertujuan agar kebijakan yang dibuat tepat sasaran dan dalam pelaksanaannya juga dapat berjalan dengan baik dan lancar. Suatu implementasi kebijakan dapat berjalan efektif tentunya dibutuhkan standar dan tujuan program yang digunakan oleh pihak yang terlibat dan bertanggungjawab atas pencapaian tujuan kebijakan tersebut. Oleh karena itu, pada tahap awal, sebelum implementasi dilaksanakan, sosialisasi menjadi penting untuk dilakukan.

Menurut Saefullah seperti yang dikutip oleh Aripin dan Daud (2014: 1163) yang menyebutkan bahwa “langkah awal dalam pelaksanaan kebijakan adalah sosialisasi, agar kebijakan yang bersangkutan diketahui, dimengerti, dan diterima oleh semua pihak yang bersangkutan”. Dalam pengertian tersebut digambarkan bahwa setiap pelaksanaan kebijakan yang akan dilaksanakan agar dapat dipahami oleh masyarakat atau publiknya perlu dilakukan sosialisasi terlebih dahulu.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pelaksanaan *Public Relations* dalam Sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta yang beralamat di Jalan K.H Agus Salim Nomor. 97 Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Juni 2016.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Kepala BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul, Bidang Pemasaran BPU (Bukan Penerima Upah), Bidang Pemasaran PU (Penerima Upah). Kepala dan Kepala Bidang yang dapat memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya dan terlibat langsung dalam pelaksanaan sosialisasi. Sebagai informan pendukung yaitu staff pemasaran 1 orang sehingga informan berjumlah 4 orang.

Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian dengan berbantuan pedoman wawancara, observasi dan dokumentasi.

Teknik Analisi Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1) reduksi data; 2) penyajian data, dan 3) menarik kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat diuraikan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Deskripsi Tempat Penelitian

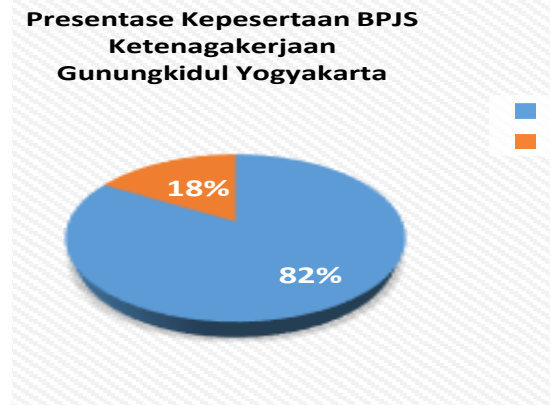
Pada awalnya Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Tenaga Kerja (BPJSTK) memiliki nama PT Jamsostek. PT Jamsostek didirikan sejak tahun 1997 berdasarkan UU No. 3 Tahun 1992 tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja. Sejak didirikan, PT Jamsostek berfungsi menyelenggarakan program Jaminan Sosial Tenaga Kerja yang meliputi: Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Kematian (JK), dan Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK).

Berkaitan dengan proses transformasi yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Kantor Pusat, maka BPJS Ketenagakerjaan Kantor Gunungkidul Yogyakarta mengikuti instruksi perubahan yang dicanangkan. Hal ini dilakukan dengan perbaikan fasilitas pelayanan peserta, tata letak, pergantian struktur organisasi dan peningkatan kompetensi karyawan. Adanya tranfromasi tersebut dibutuhkan strtegi *public relations* dalam sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan yang diantaranya meliputi beberapa strataegi:

a. Penyebaran Informasi

Pelaksanaan *public relations* dalam penyebaran informasi diwujudkan dalam berbagai kegiatan dan kerjasama. Adanya kegiatan sosialisasi merupakan salah satu bentuk penyebaran informasi secara langsung. Disisi lain, dalam kegiatan sosialisasi humas BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul juga memanfaatkan media-media lokal, seperti Tribun Jogja, Kedaulatan Rakyat, Sorot Gunungkidul, Gunungkidul Post, serta radio-radio lokal yang sudah diajak kerjasama.

Penyebaran informasi terus dilakukan guna tercapainya target pemerataan kepesertaan. Dalam mensosialisasikan Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan, target peningkatan diukur dari tingkat kepesertaan di Gunungkidul Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian, tingkat kepesertaan sampai saat ini baru mencapai 17-20%. Hal ini bisa digambarkan melalui diagram berikut:



Dari target 10ribu peserta yang ditargetkan tahun ini baru sekitar 18% atau 1.800 orang yang menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta. Ditambah lagi sebagian peserta baru didominasi dari sektor pariwisata. Sementara sektor lain mulai dari karyawan swasta, Guru Tidak Tetap (GTT), Pegawai Tidak Tetap (PTT) hingga karyawan perusahaan masih sangat minim.

b. Konselling

BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta juga melaksanakan fungsi konselling. Kegiatan konselling ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kepada masyarakat. Adanya fungsi konselling tersebut dilakukan dibawah bagian umum bidang pemasaran melalui *customer service*. Kegiatan konselling ini merupakan salah satu pelayanan yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan kepada masyarakat baik yang telah menjadi peserta maupun yang belum menjadi peserta. Kegiatan konselling ini terbagi menjadi dua fungsi yaitu, fungsi pelayanan dan fungsi perluasan.

a. Fungsi pelayanan

Fungsi pelayanan merupakan salah satu fasilitas pelayanan bagi mereka yang sudah ikut serta menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta. Dalam kegiatan konselling

pelayanan ini berfungsi bagi mereka yang akan mengajukan klaim.

b. Fungsi perluasan

Fungsi perluasan dalam kegiatan konselling ini ditujukan kepada masyarakat yang belum menjadi peserta maupun yang akan menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan. Masyarakat sebagai *audience* dalam hal ini membutuhkan keterangan yang jelas mengenai Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan, tata cara pendaftaran, pelayanan yang didapatkan, serta manfaat yang didapatkan.

c. Meningkatkan Komunikasi

Pelaksanaan humas dalam menjalin komunikasi atau (komunikator) di BPJS Ketenagakerjaan diwujudkan dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. Pentingnya fungsi humas dalam menjalin komunikasi juga bertujuan untuk memperoleh kepercayaan publik baik internal maupun eksternal terhadap BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta diketahui bahwa terdapat pelaksanaan fungsi humas sebagai komunikator antara publik internal dan publik eksternal. Pelaksanaan fungsi humas di BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta dalam menjalin komunikasi dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai komunikator publik internal dan publik eksternal.

Publik internal perusahaan adalah seluruh jajaran pelaksana kegiatan perusahaan baik pimpinan, karyawan, dan seluruh, sedangkan publik eksternal dari perusahaan adalah seluruh masyarakat, pemerintah, lembaga lain, dan organisasi lain. Berdasarkan penjelasan pada masing-masing sasaran publik internal dan eksternal tersebut maka kegiatan yang dilaksanakan humas BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta dalam menjalin komunikasi yaitu rapat rutin, rapat insidental, sosialisasi rutin, sosialisasi insidental, evaluasi, dan *pers conference*.

d. Membina Hubungan

Humas memiliki peran untuk menjalin hubungan (*relationship*). Pada pelaksanaannya, humas BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta menjalin hubungan baik antar karyawan, masyarakat, serta lembaga lain. Dalam menjalin hubungan, BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta menjalin hubungan dengan publik internal dan juga publik eksternal.

Hubungan dengan publik internal dilakukan dengan pimpinan atau antar karyawan dalam perusahaan. Hubungan yang dibina yaitu dengan cara selalu memberikan evaluasi dan pemberitahuan terkait dengan perkembangan informasi di lingkungan publik. Tujuan dari membina hubungan yang baik ini adalah untuk meminimalisir adanya konflik dan kesalahpahaman di dalam perusahaan yang dapat menghambat pencapaian tujuan BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta.

Selain membina hubungan baik dengan publik internal, humas BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta juga membina hubungan dengan masyarakat sebagai khalayaknya serta dengan lembaga dan pihak lain. Hubungan tersebut diwujudkan dengan adanya reformasi birokrasi yang terbuka, sehingga masyarakat dapat mengawasi dan turut memberikan masukan dalam setiap kegiatan dan kebijakan yang perusahaan lakukan. Beberapa bentuk kegiatan dan upaya BPJS Ketenagakerjaan dalam menjalin hubungan antara lain:

- a. Bekerjasama dengan *pers*
- b. Bekerjasama dengan *stakeholder*
- c. Bekerjasama dengan instansi lain

e. Membangun citra

Pelaksanaan humas dalam membentuk opini publik guna membangun citra perusahaan dilakukan dalam bentuk kegiatan nyata. Sejauh ini kegiatan nyata yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan dalam membentuk opini atau kepercayaan publik dilakukan dengan kegiatan sosialisasi dan kerjasama dengan media serta lembaga lain. Upaya yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan guna memperoleh opini atau kepercayaan publik dilakukan dalam dua hal yaitu:

- a. Bekerjasama dengan Media
- b. Sosialisasi
- f. Mempromosikan

Humas BPJS Ketenagakerjaan dalam rangka mempromosikan BPJS Ketenagakerjaan ada berbagai macam kegiatan. Kegiatan promosi yang dilakukan diantaranya: presentasi dan sosialisasi kepada masyarakat dan lembaga lain, penayangan iklan mengenai pentingnya perlindungan sosial dan informasi di *website* BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta. Penjelasan masing-masing kegiatan promosi yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta adalah sebagai berikut:

- a. Presentasi sekaligus sosialisasi ke perusahaan dan tenaga kerja
- b. Pembuatan brosur dan leaflet
- c. Promosi melalui *website*
- g. Penggunaan Media Komunikasi

Pelaksanaan *public relations* dalam rangka sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan pada BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta tidak terlepas adanya penggunaan media komunikasi. Penggunaan media tersebut guna menunjang tercapainya tujuan sosialisasi. Pada pelaksanaan kegiatan-kegiatan sosialisasi oleh humas menggunakan berbagai media. Media-media tersebut berupa media cetak maupun media elektronik.

Media yang digunakan BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta biasanya menggunakan koran atau media cetak, media elektronik dan tatap muka langsung, ada juga yang berupa *leaflet* serta brosur yang diadakan sendiri. Desain-desain mengenai brosur, *leaflet*, dan sebagainya sangat tergantung dengan konten, desain untuk konten-konten yang bersifat nasional biasanya sudah disiapkan oleh kantor pusat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa BPJS Ketenagakerjaan menggunakan beberapa media komunikasi dalam pelaksanaan kegiatannya. Media komunikasi yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

1. Komunikasi Langsung
2. Komunikasi Tidak langsung (surat, *email*, brosur, telepon, *website*).

- h. Bentuk Kegiatan Humas dalam Sosialisasi
Humas BPJS Ketenagakerjaan Cabang Gunungkidul Yogyakarta melakukan fungsi sebagai komunikator dengan publiknya. Secara struktural, humas dalam menjalankan fungsi ini menghubungkan pihak eksternal dan internal instansi. Sejalan dengan

transformasi PT Jamsostek menjadi BPJS Ketenagakerjaan, humas semakin diperlukan untuk penyebaran informasi terutama dalam penyelenggaraan Program Jaminan Sosial ketenagakerjaan.

Diantara beberapa kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta terdapat kegiatan yang sudah terjadwal sesuai dengan rencana kerja anggaran dan kegiatan yang bersifat *insidentiiil*. Untuk kegiatan yang sesuai rencana kerja anggaran, keputusan biasanya dibuat di awal tahun secara rutin sesuai *plan of action* yang sudah ditentukan bersama. Sedangkan, untuk kegiatan yang *insidentil*, misalnya dalam peresmian sesuatu, humas mengundang pihak eksternal dan masyarakat serta media untuk melakukan *press conference*. Hal ini merupakan tanggungjawab humas sebagai pihak yang berhubungan dengan pihak eksternal, namun biasanya tetap membentuk tim yang melibatkan semua unsur yang terkait dengan materi untuk bermusyawarah. Hal tersebut mengindikasikan bahwa dalam pengambilan keputusan humas sudah dilibatkan, namun keputusan yang diambil merupakan keputusan bersama. Untuk lebih jelasnya mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Kegiatan Humas dalam Sosialisasi JSTK

Bentuk Kegiatan	Frekuensi
- Rapat rutin dengan pihak internal	1 bulan sekali
- Rapat insidental	Tidak tentu
- <i>Press Conference</i>	Tidak tentu
- Sosialisasi langsung	±2 kali seminggu
- Sosialisasi insidental	Tidak ditentukan
- Pembuatan brosur	Tidak tentu

- i. Hambatan *Public Relations*

Dalam berbagai kegiatan tentunya terdapat kendala-kendala yang harus dihadapi. Kendala tersebut merupakan salah satu faktor yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan. Kendala-kendala yang dihadapi dalam sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan antara lain:

- a. Segmentasi Perusahaan dan Tenaga Kerja

- b. Keterbatasan Sumber Daya Manusia
- c. Batasan Budaya
- j. Upaya BPJS Ketenagakerjaan dalam menghadapi kendala
 - 1. Segmentasi perusahaan dan tenaga kerja
Kondisi geografis daerah Gunungkidul mengakibatkan adanya segmentasi perusahaan dan tenaga kerja yang cukup jauh. Dalam menghadapi kendala yang ada, pihak BPJS akan lebih menfokuskan pada konten yang akan disampaikan serta target yang akan dicapai. Untuk mencapai target tersebut yaitu dengan cara melihat orang-orang yang menjadi sasaran segmentasinya seperti apa, kemudian memilih orang-orang yang segmentasinya dapat menunjang target perusahaan
 - 2. Keterbatasan sumber daya manusia
Upaya yang dilakukan dalam menghadapi permasalahan kedua yakni mengenai keterbatasan sumber daya manusia membuat prioritas target merupakan hal yang diperhatikan oleh pihak BPJS Ketenagakerjaan, sehingga dalam melakukan sosialisasi biasanya memilih orang-orang yang mudah dijangkau terlebih dahulu karena keterbatasan sumber daya manusia untuk melakukan sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan.
 - 3. Batasan budaya
Sebagai upaya untuk meminimalisir kurangnya pemahaman masyarakat Gunungkidul Yogyakarta akibat adanya batasan budaya, pihak BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta mengikutsertakan tokoh masyarakat setempat untuk turut berpartisipasi dan membantu dalam kegiatan sosialisasi.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian Pelaksanaan *Public Relations* dalam Sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta ditinjau dari indikator *public relations* yaitu strategi pelaksanaan, media, hambatan, serta upaya dalam menghadapi kendala. Berikut ini adalah pembahasan secara rinci dari masing-masing indikator, yaitu:

A. Strategi pelaksanaan *Public Relations* :

- 1. Penyebaran Informasi

Praktek humas di BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta sebagian besar merupakan kegiatan yang berkaitan dengan arus informasi. Arus informasi ini dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pendaftaran BPJS, manfaat, dan kebijakan-kebijakan lainnya yang berhubungan dengan penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan. Humas BPJS juga merupakan penghubung pihak internal organisasi dengan *stakeholder* nya. Dalam sosialisasi sendiri humas bekerja sama dengan bagian pemasaran, dimana bagian pemasaran membantu dalam mensosialisasikan Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan kepada badan-badan usaha, sedangkan sosialisasi ditujukan untuk masyarakat luas tetap menjadi tanggungjawab BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta.

2. Pelayanan Konseling

Pelaksanaan pelayanan konseling yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta ini dibagi atas dua fungsi yaitu fungsi pelayanan dan fungsi perluasan. Fungsi pelayanan ini ditujukan kepada mereka yang sudah menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan yang akan mengajukan klaim, hal tersebut bertujuan untuk memberikan kemudahan akses bagi masyarakat. Selanjutnya fungsi perluasan yang juga dilaksanakan oleh bagian *customer service* ini ditujukan kepada masyarakat baik yang belum menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan maupun yang belum. Fungsi perluasan tersebut bertujuan untuk memperluas pemahaman masyarakat mengenai manfaat Jaminan Sosial serta memperluas target kepesertaan bagi BPJS Ketenagakerjaan.

Meningkatnya pemahaman dan pengertian masyarakat tidak terlepas dari adanya fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh suatu lembaga. Salah satu tujuan dari adanya fungsi humas konselling tersebut masyarakat menjadi lebih leluasa untuk menggali informasi secara individual. Fungsi konselling ini juga sebagai fasilitator pemecahan masalah apabila masyarakat mengalami keluhan atau masalah mengenai Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan.

3. Meningkatkan Komunikasi

Pelaksanaan humas dalam menjalin komunikasi sangatlah penting. Dengan adanya humas, segala informasi yang

terdapat di perusahaan maupun di luar perusahaan dapat disampaikan kepada sasaran humas. Sasaran humas meliputi publik internal dan publik eksternal. Humas sebagai komunikator kepada publik internal adalah menyampaikan segala informasi yang perlu diketahui oleh seluruh pelaku perusahaan yang diantaranya meliputi adanya pelaksanaan rapat, evaluasi kinerja, dan perencanaan strategi. Sedangkan humas sebagai komunikator kepada publik eksternal meliputi penyampaian informasi mengenai pengenalan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan kepada masyarakat, manfaat perlindungan sosial, aturan hukum dari pemerintah, serta berbagai kebijakan dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

Dalam menjalankan fungsinya untuk meningkatkan komunikasi, *public relations* BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta menyediakan saluran-saluran komunikasi yang dibutuhkan dalam kegiatan sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Gunung Kidul Yogyakarta. Dalam melakukan kegiatan tersebut BPJS Ketenagakerjaan bekerjasama dengan media, meskipun baru sebatas media cetak lokal (Tribun Jogja, Kedaulatan Rakyat, Sorot Gunungkidul dan Gunungkidul *Post*).

Bentuk dari adanya media cetak lokal tersebut diantaranya berupa peliputan saat penyaluran santunan, respon masyarakat melalui pojok KR untuk merespon mengenai keluhan masyarakat dan saran dari masyarakat. Tujuan dari adanya keterbukaan dan keterlibatan *pers* tersebut untuk menjalin komunikasi kepada masyarakat maupun instansi lain. Adanya media cetak lokal tersebut juga turut memberikan perluasan informasi serta meningkatnya citra BPJS Ketenagakerjaan di kalangan masyarakat.

4. Membina hubungan/ *relationship*

BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta yang mempunyai berbagai maksud dan tujuan dalam membina hubungan baik dengan khalayaknya. Tujuan perusahaan antara lain adalah dapat memberikan keterangan yang lurus serta memberikan dampak kerjasama yang positif dalam berbagai kepentingan.

Hubungan kerjasama antara perusahaan dengan masyarakat serta lembaga lain guna menciptakan citra positif perusahaan yaitu dengan cara menjalin komunikasi yang baik

dengan masyarakat dan lembaga lain. Masyarakat dalam hal ini adalah masyarakat sebagai khalayak BPJS Ketenagakerjaan dan pihak eksternal yaitu dengan lembaga dan organisasi masyarakat lainnya. Hubungan baik dengan masyarakat diwujudkan oleh BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta dengan berbagai bentuk kerjasama dengan *pers*, *stakeholder*, dan dengan instansi lain. Cara tersebut antara lain dengan memberikan keterbukaan informasi melalui media *pers*, turut berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan oleh lembaga legislatif daerah (DPRD) serta mengadakan kegiatan yang melibatkan dan berdampak pada masyarakat.

Hubungan kerjasama internal perusahaan, antar karyawan dan lembaga lain dapat dilihat dengan adanya komunikasi yang lancar. Komunikasi perusahaan dilaksanakan melalui adanya rapat rutin, rapat insidental, serta evaluasi. Dengan adanya komunikasi yang baik antar internal perusahaan diharapkan akan meminimalisir adanya konflik yang terjadi di lingkungan internal perusahaan.

5. Pembentukan opini publik guna meningkatkan citra

Citra positif merupakan bagian dari tujuan BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta. Pentingnya citra positif masyarakat terhadap BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta akan sangat mempengaruhi seluruh program kerja bagi BPJS Ketenagakerjaan. Citra atau kesan positif masyarakat terhadap BPJS Ketenagakerjaan dapat diartikan sebagai kepercayaan publik terhadap BPJS Ketenagakerjaan. Kepercayaan yang dimaksudkan adalah kepercayaan masyarakat untuk turut serta sebagai peserta dalam Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan ke BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta. Oleh karena itu, melihat pentingnya pembentukan citra tersebut, BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta mengerahkan seluruh pihak guna membentuk kesan positif masyarakat tersebut. Pengaruh citra atau kesan positif dari masyarakat tersebut dapat memberikan dorongan semangat dan motivasi serta dukungan dari berbagai pihak terkait dengan proses kegiatan dan manfaat Program Jaminan Sosial kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh, berbagai hal yang dilakukan BPJS

Ketenagakerjaan dalam membentuk citra positif dari masyarakat ada beberapa cara. Beberapa cara yang ditempuh adalah bekerjasama dengan media dan sosialisasi kepada masyarakat.

Bekerjasama dengan media bertujuan agar media dapat memberikan keterangan yang lurus dan memberikan penjelasan mengenai BPJS Ketenagakerjaan. Media sebagai sarana penyebaran informasi yang paling cepat diterima oleh masyarakat diharapkan mampu mengubah sebagian asumsi masyarakat mengenai BPJS bahwasannya BPJS Ketenagakerjaan berbeda dengan BPJS Kesehatan, sehingga nantinya lebih banyak dikenal masyarakat. Cara selanjutnya yaitu melalui sosialisasi, dilakukan guna meningkatkan pemahaman dan merangkul masyarakat secara langsung. Adanya kegiatan sosialisasi dan presentasi secara langsung, masyarakat dapat lebih leluasa memberikan pertanyaan, kritik dan sarannya. Disisi lain, pihak BPJS Ketenagakerjaan juga dapat mengetahui secara langsung kondisi dan keadaan tenaga kerja di daerah tersebut.

6. Mempromosikan

Strategi promosi yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta yang pertama adalah berupa sosialisasi sekaligus presentasi ke perusahaan-perusahaan, lembaga pemerintah, dan tenaga kerja langsung. Dalam kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan presentasi untuk menyampaikan beberapa hal terkait Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan yang diselenggarakan oleh BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta. Hal-hal yang disampaikan antara lain: profil perusahaan, visi, misi, tujuan, Program Jaminan Sosial, pelayanan, serta manfaat yang didapat oleh masyarakat. Selama kegiatan presentasi dan sosialisasi tersebut juga terdapat sesi tanya jawab guna meningkatkan pemahaman masyarakat.

Manfaat dari adanya kegiatan sosialisasi ini adalah mengupayakan masyarakat luas memahami maksud, tujuan adanya program sosial. Adanya kegiatan sosialisasi secara langsung lebih meningkatkan pemahaman dan jalinan komunikasi antara fasilitator (perusahaan) dengan masyarakat sebagai khalayaknya. Kelebihan dengan adanya strategi sosialisasi secara langsung adalah dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat dan lebih mudah untuk menarik

perhatian masyarakat. Sedangkan kekurangannya adalah kegiatan sosialisasi secara langsung tersebut memerlukan sumber daya, waktu dan biaya yang cukup banyak untuk memenuhi segala keperluan.

7. Penggunaan Media Komunikasi

Pelaksanaan humas dalam rangka mensosialisasikan Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan tidak terlepas dari adanya penggunaan media komunikasi. Pada pelaksanaan kegiatan-kegiatan humas, BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta menggunakan berbagai media. Media-media tersebut berupa media cetak maupun media elektronik.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa BPJS Ketenagakerjaan menggunakan dua bentuk komunikasi dalam pelaksanaan kegiatannya. Komunikasi yang digunakan yaitu:

a. Komunikasi Langsung

Komunikasi langsung merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung atau dengan bertatap muka langsung. Komunikasi ini dilakukan dimana komunikator dan komunikan saling berhadapan. Komunikasi langsung yang dilakukan di BPJS Ketenagakerjaan yaitu: rapat rutin, rapat insidental, evaluasi, presentasi, sosialisasi rutin, sosialisasi insidental kepada masyarakat, dan *press conference*. Pada kegiatan rapat-rapat dan evaluasi tersebut disampaikan berbagai informasi dan kegiatan yang akan dilaksanakan secara evaluasi dalam setiap kegiatan. Sedangkan, sosialisasi dan presentasi dilakukan oleh bidang kehumasan dan pemasaran kepada sasaran yang akan dituju.

b. Komunikasi Tidak Langsung

Komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bantuan media tertentu. Media tersebut dapat berupa media cetak atau media elektronik. Penggunaan media tidak langsung juga bertujuan untuk mempermudah dan meringankan tugas sumber daya manusia yang ada. Media komunikasi tidak langsung yang digunakan BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta diantaranya brosur, *leaflet*, surat resmi, telepon, e-mail, dan *website*.

8. Bentuk Kegiatan Humas

Humas BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta melakukan berbagai kegiatan sesuai tugas dan humas pemerintah yaitu memberikan informasi serta memberikan pengertian tentang segala peraturan, perundangan, manfaat hingga tatacara pendaftaran Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan.

Berbagai bentuk kegiatan humas sebagai upaya penyebarluasan informasi terus dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan. Beberapa bentuk kegiatan humas yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta diantaranya rapat rutin, rapat insidental, sosialisasi rutin, sosialisasi insidental, pembuatan brosur dan *leaflet*, serta *press conference*. Rapat dilakukan sebagai upaya menjalin komunikasi antara publik internal perusahaan dengan publik eksternal perusahaan. Selanjutnya sosialisasi dilakukan sebagai bentuk komunikasi dan interaksi secara langsung kepada masyarakat. Selain itu, pembuatan brosur dan *leaflet* dilakukan guna mempermudah dan menunjang humas dalam menyebarkan informasi. Sedangkan kegiatan *press conference* sebagai upaya keterbukaan dan interaksi dengan masyarakat untuk turut mengawasi serta membentuk citra positif di kalangan masyarakat.

9. Hambatan BPJS dalam Pelaksanaan Sosialisasi

Hambatan humas BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul dalam melaksanakan sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan ada beberapa faktor diantaranya:

a. Segmentasi Perusahaan dan Tenaga Kerja

Segmentasi disini adalah keberadaan perusahaan dan masyarakat yang ada di daerah Gunungkidul Yogyakarta sebagai sasaran dari BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta tersebar di berbagai daerah. Kondisi geografis daerah Gunungkidul menjadikan adanya segmentasi atau persebaran perusahaan dan tenaga kerja yang tidak merata. Hal tersebut menjadi kendala humas BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta dalam melakukan pemerataan target sosialisasi. Segmentasi perusahaan dan tenaga kerja tentunya membutuhkan ketersediaan sumber daya manusia dan waktu yang

cukup banyak. Meski BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta telah menggunakan media-media lokal agar mudah menjangkau masyarakat, namun media pun memiliki segmen tersendiri dan frekuensinya tidak dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

b. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Kendala berikutnya adalah terkait jumlah sumber daya manusia, karena manakala ada permintaan sosialisasi di hari dan waktu yang sama harus mengorbankan hal lain karena keterbatasan mengenai hal tersebut. Hal ini berkaitan dengan sumber daya manusia yang digunakan oleh BPJS Ketenagakerjaan Yogyakarta dalam sosialisasi serta sumber daya manusia atau pihak yang diberi sosialisasi.

Hal kedua adalah mengenai sumber daya manusia yang diberi sosialisasi. Kondisi masyarakat Gunungkidul yang memang rendah dari segi pendidikan dibandingkan dengan kabupaten dan kota lainnya di DIY. Masyarakat kadang masih kurang paham tentang BPJS Ketenagakerjaan. Hal tersebut disebabkan karena tingkat pemahaman dan pengertian masyarakat tidak semua sama, sehingga harus menyesuaikan dengan sasaran/ khalayak yang diberikan sosialisasi.

Pelaksanaan sosialisasi tentunya melibatkan sumber daya sebagai pelaku utamanya. Sumber daya disini bukan hanya sumber daya manusia pelaku sosialisasi namun juga sumber daya yang diberi sosialisasi. Oleh karena itu, hal tersebut juga harus diimbangi dengan ketersediaan sumber daya manusia pemberi sosialisasi yang mencukupi.

c. Batasan Budaya

Kendala pelaksanaan sosialisasi selanjutnya adalah adanya batasan budaya. Batasan budaya ini menunjuk pada masalah bahasa daerah yang mayoritas digunakan oleh masyarakat Gunungkidul adalah bahasa Jawa atau krama sedangkan sumber daya manusia BPJS Ketenagakerjaan yang melakukan sosialisasi sebageian besar bukan orang Jawa. Perbedaan inilah yang menyebabkan ada beberapa poin-poin atau aspek penyampaian yang kurang dapat dipahami oleh masyarakat.

Berbagai masalah dan kendala tersebut mengindikasikan bahwa adanya kesenjangan antara bahasa dan budaya. Perbedaan bahasa dan budaya antara masyarakat Gunungkidul dengan sumber daya BPJS Ketenagakerjaan menyebabkan ada beberapa poin-poin atau aspek informasi dalam penyampaian yang kurang dapat dipahami oleh masyarakat. Oleh karena itu sebagai upaya untuk meminimalisir kurangnya pemahaman masyarakat, pihak BPJS Ketenagakerjaan mengikutsertakan tokoh masyarakat setempat untuk membantu dan turut serta dalam kegiatan sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan.

10. Upaya BPJS dalam Menghadapi Kendala

Upaya BPJS Ketenagakerjaan dalam mengatasi berbagai hambatan pelaksanaan fungsi *public relations* dalam sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan diantaranya:

a. Segmentasi Perusahaan dan Tenaga Kerja

Upaya pihak BPJS dalam menghadapi kendala adanya segmentasi perusahaan dan tenaga kerja, pihak BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta lebih memfokuskan pada konten yang akan disampaikan serta target yang akan dicapai. Untuk mencapai target tersebut yaitu dengan cara melihat orang-orang yang menjadi sasaran segmentasinya seperti apa, kemudian memilih orang-orang yang segmentasinya dapat menunjang target perusahaan. Jadi, dari segmentasi yang luas, nantinya terdapat skala prioritas sebagai fokus target.

Skala prioritas dibuat berdasarkan sasaran sosialisasi dan dampak kepesertaan bagi BPJS Ketenagakerjaan. Dampak disini adalah dampak perluasan informasi dan kepesertaan yang bisa di analisis berdasarkan tingkat ketertarikan sasaran terhadap Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan. Oleh karena itu, salah satu upaya untuk mencapai target sosialisasi pihak BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul membuat skala prioritas sebagai acuan dan pertimbangan.

b. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Upaya yang dilakukan dalam menghadapi permasalahan mengenai

keterbatasan sumber daya manusia yaitu dengan membuat prioritas target. Prioritas tersebut merupakan hal yang diperhatikan oleh pihak BPJS Ketenagakerjaan, sehingga dalam melakukan sosialisasi biasanya memilih orang-orang yang mudah dijangkau terlebih dahulu untuk dilakukan sosialisasi.

Target yang dimaksudkan disini adalah orang-orang atau sasaran yang akan diberikan sosialisasi. Adanya permintaan kegiatan sosialisasi pada waktu yang bersamaan, dan dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang terbatas membuat pihak BPJS Ketenagakerjaan harus memilah siapa yang akan dijadikan target sasaran terlebih dahulu. Target tersebut kembali didasarkan pada skala prioritas yaitu orang-orang yang nantinya berdampak besar menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan.

c. Batasan Budaya

Upaya untuk meminimalisir kurangnya pemahaman masyarakat Gunung Kidul Yogyakarta akibat adanya batasan budaya, pihak BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta mengikutsertakan tokoh masyarakat setempat untuk turut berpartisipasi dan membantu dalam kegiatan sosialisasi. Namun, kegiatan sosialisasi yang memang minim pemahaman tersebut biasanya terjadi hanya pada saat sosialisasi di lingkup tenaga kerja bidang sektor pariwisata, konstruksi, dan ormas-ormas pekerja secara langsung karena latar belakang mereka sebagai penduduk asli Gunung Kidul.

Sebelum kegiatan sosialisasi dilakukan tokoh masyarakat setempat diberikan pengarahan terlebih dahulu mengenai konten dan isi serta informasi yang akan disampaikan mengenai Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan. Tokoh masyarakat tersebut berfungsi untuk memperjelas dan meningkatkan pemahaman kepada masyarakat karena pada utamanya sosialisasi pertama tetap disampaikan oleh pihak BPJS Ketenagakerjaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pelaksanaan *public relations* dalam sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *public relations* dalam rangka sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta secara keseluruhan sudah dilakukan namun belum berjalan optimal antara lain:
 - a. Penyebaran informasi dilakukan baik secara langsung meliputi kegiatan sosialisasi dan presentasi maupun menggunakan media (*online*, *pers*, dan cetak) sehingga dapat diakses oleh seluruh masyarakat, namun pengembangan di media *online* kurang dimanfaatkan.
 - b. Menjalin hubungan/ *relationship* yaitu menjalin hubungan atau kerjasama dengan pihak-pihak yang berkaitan dan menunjang kegiatan sosialisasi. Hubungan tersebut dilakukan dengan masyarakat dan tokoh masyarakat setempat, pemerintah daerah, lembaga legislatif (DPRD), serta media massa. Kerjasama dengan media massa baru sebatas pada media cetak belum merangkul stasiun televisi maupun radio lokal setempat.
2. Pelaksanaan *public relations* dalam rangka sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta secara keseluruhan sudah dilakukan dengan optimal antara lain :
 - a. Pelayanan konseling diwujudkan dengan adanya fasilitas konseling yang diselenggarakan melalui bagian *customer service*. Kegiatan konseling yang diselenggarakan dibagi atas dua yakni fungsi pelayanan berupa pengaduan dan pengajuan klaim oleh masyarakat yang sudah menjadi peserta BPJS. Pengajuan klaim ini berupa pengajuan tuntutan atas hak uang yang diberikan perusahaan kepada peserta BPJS Ketenagakerjaan seperti klaim Jaminan Hari Tua, Jaminan Kecelakaan Kerja, serta Jaminan Kematian. Kedua yaitu fungsi perluasan yakni kegiatan konseling mengenai program jaminan sosial kepada masyarakat baik yang belum menjadi peserta BPJS maupun yang sudah menjadi peserta BPJS.
 - b. Menjalin komunikasi dilakukan terhadap publik internal dan publik eksternal

perusahaan. Publik internal perusahaan adalah seluruh elemen pelaku perusahaan baik pimpinan, karyawan, staff, dan jajarannya yang dilakukan melalui berbagai rapat dan kegiatan evaluasi. Publik eksternal perusahaan adalah pihak-pihak di luar perusahaan baik masyarakat, pemerintah daerah, media, dan pihak lain yang diselenggarakan melalui rapat, sosialisasi, seta *press conference*.

- c. Pembentukan opini dalam meningkatkan citra perusahaan dilakukan dengan berbagai kegiatan nyata. Kegiatan yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan dalam membentuk opini atau kepercayaan publik diantaranya dengan merangkul media, kegiatan sosialisasi dan kerjasama dengan lembaga lain kantor dinas dan pemerintah daerah setempat, ormas-ormas pekerja setempat serta lembaga legislatif (DPRD).
 - d. Mempromosikan BPJS Ketenagakerjaan diantaranya dilakukan dengan presentasi dan sosialisasi kepada masyarakat dan lembaga lain, penayangan iklan mengenai pentingnya perlindungan sosial dan informasi di *website* BPJS Ketenagakerjaan.
3. Media yang digunakan dalam menunjang pelaksanaan fungsi *public relations* dalam sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan melalui media komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. Media komunikasi langsung yang digunakan BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta berupa kegiatan presentasi, sosialisasi rutin, sosialisasi insidental, rapat rutin, dan rapat insidental. Sedangkan media komunikasi tidak langsung meliputi media cetak dan media elektronik, diantaranya: brosur, leaflet, telepon, *email*, dan *website*.
 4. Hambatan pelaksanaan pelaksanaan fungsi *public relations* dalam rangka sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta diantaranya :
 - a. Segmentasi perusahaan dan tenaga kerja yang tersebar di berbagai daerah menyebabkan kendala dalam melakukan pemerataan target sosialisasi. Hal tersebut juga tentunya membutuhkan ketersediaan sumber daya manusia dan waktu yang cukup banyak.
 - b. Terbatasnya sumber daya manusia menyebabkan adanya tumpang tindih tugas antar bagian karena harus mengorbankan

salah satu pekerjaan pada hari dan waktu yang sama.

- c. Batasan budaya menyebabkan adanya beberapa poin atau aspek dalam penyampaian yang kurang dapat dipahami oleh masyarakat Gunungkidul.
5. Upaya yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan dalam mengatasi hambatan pelaksanaan fungsi *public relations* dalam sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan yaitu :
- a. Segmentasi perusahaan dan tenaga kerja
Upaya yang dilakukan guna memeratakan target sosialisasi dengan adanya segmentasi tersebut adalah menekankan pada skala prioritas sasaran dan konten yang akan disampaikan serta target yang akan dicapai.
 - b. Terbatasnya Sumber Daya Manusia
Upaya BPJS guna mengatasi adanya keterbatasan sumber daya manusia biasanya dalam melakukan sosialisasi adalah dengan mengutamakan target sasaran.
 - c. Batasan budaya
Upaya yang dilakukan untuk mengatasi dan meminimalisir ketidakpahaman masyarakat dari adanya batasan budaya tersebut adalah merangkul dan mengikutsertakan tokoh masyarakat setempat untuk turut berpartisipasi dan membantu dalam kegiatan sosialisasi.

Saran

Berdasarkan hasil analisis data, demi kemajuan dan perbaikan dalam hal Pelaksanaan *Public Relations* dalam Sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta, maka penulis memberikan beberapa saran, diantaranya:

1. Pada BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta, posisi humas masih belum sesuai dengan konsep sesungguhnya. Keberadaan humas seharusnya dekat dan dibawah tanggungjawab langsung top manajemen. Posisi humas masih menjadi tanggungjawab bagian Umum dan TI. Posisi tersebut mengakibatkan terjadinya tumpang tindih dalam pembagian peran, fungsi dan tugas antara satu bagian dengan bagian lain. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan posisi humas dalam struktur organisasi BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta ke posisi yang strategis, yaitu dekat dengan top manajemen. Selain itu, kedudukan humas

sebaiknya terpisah dengan bagian lain agar fungsi dan tugas yang dilakukan dapat berjalan optimal.

2. Dalam melaksanakan fungsi kehumasan, BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta belum memiliki sumber daya manusia yang memiliki latar belakang yang sesuai dengan tugasnya. Oleh karena itu, dalam perekrutan pegawai yang nantinya akan ditempatkan di bagian yang menjalankan fungsi kehumasan, sebaiknya sesuai dengan kemampuan yang dibutuhkan. Sehingga fungsi dan peran humas dapat berjalan dengan optimal.
3. Pada pelaksanaan sosialisasi, media yang digunakan BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta cenderung konvensional. Selain sosialisasi secara langsung, media yang digunakan masih sebatas pada media cetak yang masih minim seperti belum adanya spanduk dan baliho, sedangkan untuk media *online* belum dimanfaatkan. Sebaiknya, media *online* juga digunakan agar sosialisasi dilakukan dapat menjangkau berbagai kalangan, sehingga target yang ingin dicapai dapat terpenuhi.
4. Hendaknya BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta memperluas lagi kerjasama dengan media *pers* tidak hanya pada media cetak tetapi juga radio dan stasiun televisi lokal sehingga dapat memperlus penyebaran informasi dan tujuan sosialisasi dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Aripin, S Daud, M. 2014. *Peran Administrator Public dalam Formulasi dan implementasi Kebijakan (Analisis Kurikulum 2013)*. Jurnal Acaedemica Fisip Untad. Volume 06. Nomor 01.
- Putra, I Gusti Ngurah. 2008. *Manajemen Humas*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Taufiq Rohman Dhoiri, dkk. 2007. *Sosiologi: Suatu Kajian Kehidupan Masyarakat*. Jakarta: Yudhistira.
- Undang-undang Tahun 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Tenaga Kerja.
- Undang-undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial.