

STRATEGI KOMUNIKASI DALAM SOSIALISASI PROGRAM JAMINAN KECELAKAAN KERJA DAN JAMINAN KEMATIAN DI PT. TASPEN (PERSERO) KANTOR CABANG CIREBON

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Bagian *Account Officer* di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon)

Febian Alfarizi¹, Moh. Sutarjo², Welly Wihayati³

Universitas Swadaya Gunung Jati

Email: febianalfarizi04@gmail.com, wihayati1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Strategi komunikasi, (2) Faktor pendukung, dan (3) Faktor penghambat dalam sosialisasi Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) dalam pelaksanaannya, instansi yang mengundang PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon untuk mengadakan sosialisasi. Kemudian *Account Officer (AO)* mengenali peserta yang akan mengikuti sosialisasi, setelah itu memilih media yang akan digunakan, menyusun materi yang akan disampaikan, dan peranan *Account Officer (AO)* selaku komunikator yang sudah memiliki kemampuan untuk melaksanakan sosialisasi tentang program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM), (2) Program ini mendapat dukungan dari pihak-pihak tertentu seperti instansi pemerintah, mitra bayar, sarana dan prasarana juga yang disediakan untuk mendukung program ini, (3) Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon sejauh ini tidak menemui hambatan, hanya masalah pengaturan waktu dan situasi kondisi yang kurang kondusif.

Kata kunci: Program Jaminan Kecelakaan Kerja, Program Jaminan Kematian, Sosialisasi, Strategi Komunikasi.

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) communication Strategies, (2) supporting Factors, and (3) inhibiting Factors in the socialization Program, Accident insurance (JKK) and Death benefits (JKM) at PT. Taspen (Persero) Branch Cirebon. Researchers using qualitative research methods with descriptive approach. The research results show that: (1) communication Strategy in socializing program, Accident insurance (JKK) and Death benefits (JKM) in practice, the agencies invite PT. Taspen (Persero) Branch Cirebon to conduct socialization. Then the Account Officer (AO) to recognize the participants who will attend the socialization, after that choose the media that will be used, preparing the material to be presented, and the role of the Account Officer (AO) as a communicator that already has the ability to carry out socialization about the program, Accident insurance (JKK) and Death benefits (JKM), (2) the Program has the support of certain parties such as government agencies, partners, pay,

facilities and infrastructure are also provided to support the program, (3) communication Strategy conducted by PT. Taspen (Persero) Branch Cirebon thus far have not encountered obstacles, just a matter of setting the time and situation conditions that are less conducive.

Keywords: Work-related Accident, the insurance Program, Socialization, Communication Strategy.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Melalui komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain, baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah, di tempat kerja, atau dimanapun manusia berada. Tanpa adanya komunikasi dengan baik mengakibatkan ketidakteraturan dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Dalam organisasi, komunikasi juga memegang peranan penting karena komunikasi merupakan penggerak organisasi dimana tujuan organisasi mustahil atau sulit dicapai tanpa adanya komunikasi. Organisasi juga dapat dikatakan sebagai sarana dimana manajemen mengkoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang. Bahkan bisa dikatakan, ibarat organisasi adalah tubuh makhluk hidup maka komunikasi adalah darah yang mengalir dalam tubuh organisasi tersebut.

Agar komunikasi yang dilakukan dapat berjalan lancar dan efektif, maka diperlukan sebuah strategi yang matang. Strategi pada hakikatnya adalah

perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan untuk jangka panjang organisasi disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai. Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah diciptakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa adanya strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak lepas dari strategi.

PT. Taspen (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun Aparatur Sipil Negara (ASN). Untuk meningkatkan kesejahteraan Aparatur Sipil Negara (ASN), pemerintah menetapkan PT. Taspen (Persero) untuk mengelola program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan program Jaminan Kematian (JKM). Pemerintah menyambut baik hadirnya perlindungan Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan kematian (JKM) ini. Ada 2 manfaat yang dirasakan bersama, yaitu memberikan kenyamanan kerja bagi

Aparatur Sipil Negara (ASN) dan keluarga mengingat risiko kecelakaan kerja dan kematian tidak dapat dipastikan kejadiannya. Kemudian dari aspek belanja negara program ini merupakan upaya efisiensi yang berkualitas karena manfaatnya berupa santunan uang wafat dilakukan melalui mekanisme asuransi dengan nilai manfaat yang lebih baik.

Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) adalah perlindungan atas risiko kecelakaan kerja atau penyakit akibat kerja berupa perawatan, santunan, dan tunjangan cacat. Bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) dan Pejabat Negara yang diangkat dan dibayarkan gajinya pada atau sebelum 1 Juli 2015, kepesertaannya terhitung mulai tanggal 1 Juli 2015. Iuran program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) sebesar 0,24% x Gaji Peserta perbulan ditanggung oleh pemberi kerja.

Program Jaminan Kematian (JKM) adalah perlindungan atas risiko kematian bukan akibat kecelakaan kerja berupa santunan kematian. Bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) dan Pejabat Negara yang diangkat dan dibayarkan gajinya pada atau sebelum 1 Juli 2015, kepesertaannya terhitung mulai tanggal 1 Juli 2015. Kewajiban peserta wajib melaporkan data diri dan keluarga beserta perubahannya kepada PT Taspen (Persero) dan laporan

perubahan tersebut diketahui oleh Kepala Instansi/Unit Kerja Iuran program Jaminan Kematian (JKM) sebesar 0,30% x gaji peserta perbulan ditanggung oleh pemberi kerja. Peserta program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) yaitu calon Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Pegawai Negeri Sipil (PNS) kecuali Pegawai Negeri Sipil (PNS) Kementerian Pertahanan, Pegawai Pemerintah Perjanjian Kerja (PPPK), Pejabat Negara, dan Pimpinan/Anggota DPRD.

Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) ini berlaku pada tanggal 1 Juli 2015. Program ini sangatlah baru bagi para Aparatur Sipil Negara (ASN) di wilayah III Cirebon. PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon menyusun strategi dalam mensosialisasikan program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) kepada Aparatur Sipil Negara (ASN), karena masih banyak Aparatur Sipil Negara (ASN) yang belum mengetahui prosedur atau tata cara dalam pengajuannya. Sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon masih kurang, karena mengingat program yang dimiliki tidak hanya Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) sehingga para Aparatur Sipil Negara (ASN)

mengalami kebingungan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nurdjaman selaku *Account Officer (AO)* di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon, bahwa salah satu Aparatur Sipil Negara (ASN), War'ah guru SMP Negeri 1 Losari mengalami kecelakaan di jalan dan meninggal dunia saat akan berangkat bekerja. Keluarga dari almarhumah tidak mengetahui tentang hak-haknya yang akan diperoleh dari PT. Taspen (Persero) karena kurangnya informasi tentang prosedur untuk mengurusnya. Pihak keluarga baru mengajukan permohonan untuk mendapatkan haknya dari almarhumah 2 bulan kemudian.

Dengan kejadian tersebut, upaya untuk memperkenalkan program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan program Jaminan Kematian (JKM) kepada seluruh Aparatur Sipil Negara (ASN) khususnya di wilayah kerja PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon, membutuhkan peran *Account Officer (AO)* dalam strategi komunikasi. Dalam menjalankan peran *Account Officer (AO)*, PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon menyelenggarakan sosialisasi dengan berbagai elemen yang mendukung terciptanya performa institusi yang baik. Umumnya sosialisasi dilakukan jika terdapat suatu informasi yang penting dan baru yang ingin disampaikan ke publik.

Dari pemaparan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah Bagaimana strategi komunikasi dalam sosialisasi Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon?

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut *Bogdan* dan *Taylorn*, mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Moleong, 2011:4)

Pemilihan informan sebagai sumber data berdasarkan asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon yang beralamat di Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 12.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu dengan :

1. Studi Kepustakaan

Studi pustaka yaitu mengumpulkan data dengan cara mencari data serta informasi berdasarkan penelaah literatur atau referensi, baik yang bersumber dari buku, dokumen, jurnal, kliping, majalah, makalah, artikel dari berbagai sumber, termasuk internet maupun catatan-catatan penting yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu strategi komunikasi.

2. Observasi

Observasi adalah memperoleh dan mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan terhadap suatu kegiatan secara akurat, serta mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antara aspek dalam fenomena tersebut (Moleong, 2006:37).

3. Wawancara

Wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab

sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Sutopo 2006: 72).

4. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

TEKNIK PENGUJIAN KEABSAHAN DATA

Teknik pengujian keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini digunakan triangulasi sumber, triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang

diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2011:330). Adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka ditempuh langkah sebagai berikut :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

TEKNIK ANALISA DATA

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode analisa data menurut *Miles & Huberman* (Emzir, 2010:87). Terdapat tiga macam kegiatan analisis data kualitatif, yaitu :

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok,

memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Reduksi data bisa dibantu dengan alat elektronik seperti komputer dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Dengan reduksi maka peneliti merangkum, mengambil data yang penting, membuat kategorisasi, berdasarkan huruf besar, huruf kecil dan angka, dan data yang tidak penting dibuang.

2. Display Data

Display data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan memang telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan

yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya).

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi komunikasi dalam sosialisasi Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon.

Pada penyusunan suatu strategi komunikasi oleh *Account Officer (AO)* mengenai sosialisasi program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon terdapat perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi. Dalam

perencanaan komunikasi terdapat mengenali sasaran komunikasi dan pemilihan media komunikasi, sedangkan dalam manajemen komunikasi terdapat pengkajian tujuan komunikasi dan peranan komunikator dalam komunikasi.

1.1 Perencanaan Komunikasi pada Bagian *Account Officer (AO)* di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon

Perencanaan komunikasi yang baik dapat menentukan keberhasilan program yang akan diimplementasikan ke masyarakat. Perencanaan komunikasi yang baik memiliki beberapa tahapan sebagai berikut :

1.1.1. Mengenali Sasaran Komunikasi pada Bagian *Account Officer (AO)* di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon

Mengenal sasaran komunikasi bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Mengenali sasaran komunikasi yaitu mengenali karakter peserta program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM). Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan

menjadi sasaran komunikasi kita itu, dalam hal ini yang menjadi sasarannya adalah Aparatur Sipil Negara (ASN). Sasaran komunikasi program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) tidak hanya Aparatur Sipil Negara (ASN) tetapi ada juga Pejabat Negara dan Anggota DPRD. Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang berbeda dengan dirinya sebagai hasil dari panduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya. Dari status sosial yang membedakan, PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon lebih memprioritaskan dari segi pengajuannya. Yang secara prosedur keluarga atau ahli waris yang mengajukan ke PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon. Namun ini PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon yang mendatangi langsung kerumah Pejabat Negara atau anggota DPRD yang bersangkutan.

Selain kerangka referensi adapula faktor situasi dan kondisi dalam mengenali sasaran komunikasi. Situasi ini bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan. Melihat kondisi peserta yang cukup banyak sehingga sosialisasi yang

dilakukan kurang efektif karena pesan yang disampaikan tidak sampai ke peserta. Peserta sering kedapatan sedang mengobrol atau ribut sendiri. Bahkan ada pula yang sambil makan pada saat sosialisasi dilaksanakan.

1.1.2. Pemilihan Media Komunikasi pada Bagian *Account Officer* (AO) di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon

Sebagaimana menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, pemilihan media komunikasi harus menyesuaikan keadaan dan kondisi sasaran. Baik itu media komunikasi satu arah yakni media massa yang meliputi koran, radio, televisi, leaflet, pamflet, poster, dan banner atau melalui media komunikasi dua arah seperti, presentasi, komunikasi antarpribadi, diskusi, komunikasi kelompok. Berbagai macam media komunikasi dimanfaatkan untuk melakukan sosialisasi program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM). Ada yang melalui media massa kaya siaran di radio, website Taspen, dan Taspen Mobile. Selain itu PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon biasanya mengadakan sosialisasi yang dilakukan sebulan 2 sampai 3 kali tergantung permintaan dari instansi. Dan setiap kali sosialisasi pasti peserta juga diberikan *handout* untuk dibawa pulang.

1.2. Manajemen Komunikasi pada Bagian *Account Officer (AO)* di PT.Taspen

(Persero) Kantor Cabang Cirebon

Selain perencanaan komunikasi, dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon terdapat manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi dilakukan untuk mencapai tujuan yang akan dicapai meliputi tahapan sebagai berikut :

1.2.1. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi pada Bagian *Account Officer (AO)* di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon

Dalam pengkajian tujuan pesan komunikasi yang terkait Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM), *Account Officer (AO)* menggunakan kerangka penyajian secara urut agar materi pesan dapat dipahami yaitu mulai dari dasar hukum, regulasi, pengertian mengenai program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM), manfaat program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) dan prosedur pelayanannya. Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu dan menentukan teknik yang harus diambil. Teknik penyampaian komunikasi yang dilakukan oleh *Account Officer (AO)* yaitu

teknik instruktif dan informatif. Teknik instruktif dalam hal ini yaitu mewajibkan atau menghimbau kepada para peserta apabila menjalankan tugas sebaiknya ada Surat Perintah Tugas (SPT) dan berkendara di jalan harus sesuai aturan yang berlaku. Sedangkan teknik informatif dalam hal ini memberikan informasi mengenai hak dan kewajiban, persyaratan yang harus dilengkapi apabila peserta mengalami kejadian.

1.2.2. Peranan Komunikator dalam Komunikasi pada Bagian *Account Officer (AO)* di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon

Kredibilitas sumber merupakan faktor yang dapat menentukan komunikasi dapat berhasil apabila kepercayaan komunikan kepada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh seorang komunikator. *Account Officer (AO)* harus membangun kepercayaan terhadap peserta agar peserta mengerti apa yang disampaikan. Kepercayaan peserta terhadap *Account Officer (AO)* yang menjalankan tugas untuk melakukan sosialisasi Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) sudah cukup baik, dibuktikan sebagian peserta sudah memahami program ini sehingga, apabila mengalami kejadian

sudah mengetahui prosedur yang harus dilakukan.

2. Faktor yang Mendukung Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon

Kesuksesan Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon tidak akan diraih tanpa adanya dukungan dari pemerintah, instansi, mitra bayar, sarana dan prasarana. Dukungan dari instansi pemerintah disini yaitu adanya UUD ASN Nomor 5 Tahun 2014, PP Nomor 70 Tahun 2015, dan yang terpenting iuran program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) dibayar oleh pemerintah melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Selain instansi pemerintah, dukungan program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) dilakukan oleh mitra bayar. Mitra bayar disini yaitu Bank seperti Bank MANTAP, BRI, BNI, BTPN, Bank Woori Saudara, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank Syariah Mandiri, BJB, BTN, Kantor Pos dan CIMB NIAGA. Kelengkapan dalam melakukan sosialisasi didukung juga oleh sarana dan prasarana

yang disediakan. Berupa laptop, infokus, dan proyektor untuk menunjang kegiatan sosialisasi. Alat transportasi juga disediakan langsung dari kantor.

Kesimpulan mengenai faktor yang mendukung strategi komunikasi dalam sosialisasi program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) sudah berjalan efektif, dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa kepercayaan instansi terhadap PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon untuk mensosialisasikan program ini. Selain itu, kepuasan peserta terhadap *Account Officer (AO)* dalam melaksanakan sosialisasi sudah tercapai. Materi yang disampaikan oleh *Account Officer (AO)* dapat dimengerti dan dipahami oleh para peserta.

3. Faktor yang Menghambat Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon

Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM) juga memiliki hambatan dalam pelaksanaannya hambatan ini berkaitan dengan pengaturan waktu. Hambatan yang paling sering ditemui adalah waktu sosialisasi yang diberikan terbatas atau hanya sebentar.

Dan jadwal untuk melaksanakan sosialisasi terkadang berbenturan dengan instansi yang mengajukan permohonan sosialisasi. Waktu yang disediakan hanya satu jam sedangkan materi yang akan disampaikan cukup banyak.

Adanya faktor yang menghambat tidak bisa dihindari, karena masalah pengaturan waktu sudah ditentukan oleh penyelenggara sosialisasi tersebut. Waktu yang kurang dalam pelaksanaan sosialisasi mengakibatkan kurangnya pemahaman materi sosialisasi yang disampaikan oleh *Account Officer (AO)* terhadap peserta.

Dari hasil penelitian, selain masalah waktu faktor situasi dan kondisi pun mempengaruhi jalannya sosialisasi seperti kebisingan para peserta yang cukup banyak dalam mengikuti sosialisasi. Beberapa peserta juga terkadang sibuk sendiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon mempunyai strategi komunikasi yang baik dalam

mensosialisasikan program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM). Dalam pelaksanaannya, instansi yang mengundang PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon untuk mengadakan sosialisasi. Kemudian *Account Officer (AO)* mengenali peserta yang akan mengikuti sosialisasi, setelah itu memilih media yang akan digunakan, menyusun materi yang akan disampaikan, dan peranan *Account Officer (AO)* selaku komunikator yang sudah memiliki kemampuan untuk melaksanakan sosialisasi tentang program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM).

2. Kesuksesan program ini tidak akan diraih tanpa adanya dukungan dari pihak-pihak tertentu seperti instansi pemerintah, mitra bayar, sarana dan prasarana. Dukungan dari pemerintah yaitu adanya UUD ASN Nomor 5 Tahun 2014 dan PP Nomor 70 Tahun 2015, mitra bayar juga seperti bank dan kantor pos mendukung program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM), dan sarana prasarana juga yang disediakan untuk mendukung program ini.
3. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon mempunyai beberapa

hambatan yaitu masalah pengaturan waktu yang berbenturan antara PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon dengan instansi. Selain itu dalam melakukan sosialisasi waktu yang diberikan hanya sedikit sedangkan materi yang disampaikan banyak sehingga para peserta banyak yang belum paham dan mengerti. Dan situasi kondisi yang kurang kondusif karena peserta sosialisasi yang banyak.

Saran

1. PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon sebaiknya memiliki strategi komunikasi yang lebih efektif dan efisien. Misalnya jadwal, peserta dan materi sudah diagendakan secara rutin, sehingga PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon bisa melaksanakan sosialisasi tanpa harus menunggu undangan dari instansi terkait.
2. Koordinasi dengan Badan Kepegawaian Daerah (BKD) dan mitra bayar sebaiknya lebih ditingkatkan dengan cara silaturahmi berkelanjutan di luar program yang diadakan. Misalnya, mengadakan olahraga bersama atau mancing bersama sehingga kerjasama tetap terjalin erat.
3. Pengaturan waktu dan jadwal sosialisasi sebaiknya dikonfirmasi kepada instansi yang mengajukan permohonan

sosialisasi agar tidak berbenturan waktu antara PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon dengan instansi tersebut. Dalam melakukan sosialisasi waktu harus ditambah agar materi yang disampaikan dapat lebih dipahami dan dimengerti. Peserta sosialisasi sebaiknya dibatasi untuk meningkatkan situasi dan kondisi yang lebih kondusif sehingga para peserta bisa lebih fokus terhadap materi yang disampaikan oleh *Account Officer (AO)*.

DAFTAR PUSTAKA

- Cultip, Scott M., et.al. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____, _____. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Liliwiri. 2011. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2010. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- _____, _____. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. <http://www.taspen.co.id/> (diunduh pada tanggal 26 Februari 2017 jam 20.56).
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. http://www.taspen.co.id/?page_id=221 (diunduh pada tanggal 27 Februari 2017 jam 22.34).
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. <https://id.wikipedia.org/wiki/TASPEN> (diunduh pada tanggal 21 Februari 2017 jam 20.03).
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. <http://lib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-112221.pdf> (diunduh pada tanggal 27 Februari jam 22.00).
- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actad_iurna/article/viewFile/5516/5043 (diunduh pada tanggal 27 Februari 2017 jam 22.15).
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas ekonomi Universitas Indonesia. <http://www.komunikasipraktis.com/2015/10/strategi-komunikasi-pengertian-dan.html> (diunduh pada tanggal 2 Maret 2017 jam 20.48).
- Suyanto, Narwoko. 2011. *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana. <http://kampuskomunikasi.blogspot.co.id/2008/06/strategi-komunikasi.html> (diunduh pada tanggal 2 Maret 2017 jam 20.50).
- Wood, Julia T. dan Setiawan, Rio D. *Komunikasi Interpersonal Interaksi Keseharian (Sixth Edition)*. Jakarta: Salemba Humanika. <http://digilib.uinsby.ac.id/1896/4/Bab%202.pdf> (diunduh pada tanggal 3 Maret 2017 jam 22.00).

Internet :