

**EVALUASI KEGIATAN *PUBLIC RELATIONS* PADA HARI
PELANGGAN BPJS KETENAGAKERJAAN PUSAT TAHUN
2019 UNTUK MENINGKATKAN CITRA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi**



DYAH AJENG LISTRIANI

1161003153

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Dyah Ajeng Listriani

NIM : 1161003153

Tanda Tangan : 

Tanggal : 14 September 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dyah Ajeng Listriani

NIM : 1161003153

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Evaluasi Kegiatan *Public Relations* Pada Hari Pelanggan BPJS Ketenagakerjaan Pusat Tahun 2019 Untuk Meningkatkan Citra

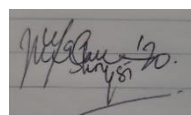
Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas M. Putri, S.Sos., M.Si.

()
14 September 2020

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac.

()

Penguji 2 : Mochammad Kresna Noer, M.Si.,Dr.

()
Ttd. untuk skripsi: 1161003153

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 September 2020

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan anugerah-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Evaluasi Kegiatan *Public Relations* Pada Hari Pelanggan BPJS Ketenagakerjaan Pusat Tahun 2019 Untuk Meningkatkan Citra”. Penyusunan penelitian Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan penelitian Tugas Akhir ini, peneliti banyak mendapatkan pelajaran dan pengalaman baru dalam bidang Evaluasi *Public Relations* dan keterkaitannya dengan pembentukan citra perusahaan. Proses yang tidak mudah ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, untuk itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala atas rahmat dan nikmat yang telah tercurahkan sehingga peneliti dimudahkan dalam setiap langkah dalam proses mengerjakan Tugas Akhir sehingga dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu.

2. Mama, Ayah, dan Adik-Adik

Terima kasih kepada Mama, Ayah, Annisa, dan Balqis yang telah menjadi sosok yang sangat berarti di kehidupan peneliti. Serta dukungannya selama ini, baik itu secara moril dan materil kepada peneliti. Terima kasih selalu memberikan semangat yang positif, doa yang tiada henti-hentinya, dan selalu mendukung peneliti agar segera menyelesaikan Tugas Akhir ini.

3. Miss Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si

Terima kasih peneliti sampaikan kepada Miss Dian Putri yang telah menjadi sosok dosen pembimbing yang sangat baik, teliti, dan peduli dalam membimbing serta memberikan saran-saran serta ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses pemilihan topik, bimbingan, dan

juga perhatian terhadap anak-anak bimbingannya termasuk peneliti selama proses penulisan Tugas Akhir ini.

4. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac.

Terima kasih peneliti sampaikan kepada Bu Mirana selaku dosen pembahas atau dosen penguji pada Tugas Akhir ini, yang sudah meluangkan waktunya, dan selalu memberikan dukungan penuh serta saran yang sangat membangun untuk keberlangsungan Tugas Akhir ini sehingga sampai pada akhirnya dapat peneliti selesaikan dengan sebaik-baiknya.

5. Pak Mochammad Kresna Noer, M.Si.,Dr.

Terima kasih peneliti sampaikan kepada Pak Kresna selaku dosen pembahas atau dosen penguji pada Tugas Akhir ini, yang sudah meluangkan waktunya, dan selalu memberikan dukungan penuh serta saran yang sangat membangun untuk keberlangsungan Tugas Akhir ini sehingga sampai pada akhirnya dapat peneliti selesaikan dengan sebaik-baiknya.

6. Brian Radiastra dan Arfanul Aji

Terima kasih peneliti ucapkan kepada Mas Brian dan Mas Ajey selaku pihak BPJS Ketenagakerjaan yang telah mengizinkan peneliti untuk dapat melakukan wawancara dan membantu peneliti dalam pencarian data untuk kelengkapan terkait topik Tugas Akhir peneliti.

7. Peserta Kegiatan Hari Pelanggan 2019 dan Triangulator Penelitian

Terima kasih peneliti ucapkan kepada Kak Arie dan Kak Sri Yuningsih yang sudah meluangkan waktunya untuk menjadi informan pendukung pada penelitian ini serta membagikan pengalaman dari segi pihak yang merasakan langsung kegiatan Hari Pelanggan tahun 2019 ini. Lalu selanjutnya, peneliti juga sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya

kepada Ibu Emilia Bassar sebagai triangulator yang sudah meluangkan waktunya, serta pendapat, penilaian, dan pandangan baru yang sangat menginspirasi peneliti terkait dengan *Public Relations* terutama dalam evaluasi program PR.

8. Hana Safitri

Terima kasih kepada sahabat sekaligus teman sekamar peneliti yang selalu ada disaat peneliti membutuhkan semangat serta selalu hadir dalam mendengarkan cerita serta keluh kesah peneliti jika sedang mengalami kesulitan dalam proses penulisan Tugas Akhir ini. Terima kasih saran-saran yang selalu diberikan untuk peneliti dan juga terima kasih sudah berbagi suka dan duka dari awal perkuliahan hingga saat ini.

9. Diana Silfia dan Dwi Kurniawati

Terima kasih kepada Diana dan Uwik yang selalu membantu selama diperkulihan ini terutama pada saat peneliti mengalami kesulitan, kalian selalu hadir siap untuk membantu. Suka duka sudah kita lewati bersama, terima kasih untuk tidak bosan mendengar cerita-cerita dan keluh kesah peneliti selama ini.

10. Sahabat-sahabat di Perkuliahan

Terima Kasih peneliti ucapkan kepada sahabat-sahabat peneliti diperkulihan yaitu Ledy, Imanian, Nova, dan Auliya yang selalu saling mendukung dan mewarnai hari-hari perkuliahan peneliti selama ini. Canda dan tawa kalian sangat berarti.

11. Teman-teman LDK Basmala

Terima kasih kepada Vitara, Arini, Kak Arif, Uci, Ika, Davia, Bila, Dew, Kak Des, Fahmi, Cindy, Acil, dan Hani yang selalu mengingatkan hal-hal yang baik kepada peneliti dan tidak pernah lelah untuk memberikan

semangat serta motivasi yang berharga. Peneliti merasa sangat beruntung mengenal kalian di dunia perkuliahan.

12. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Angkatan 2016

Terima kasih peneliti sampaikan kepada teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 yang selama ini telah menjadi teman-teman peneliti selama dibangku perkuliahan, terima kasih atas dukungan dan pengalamannya selama belajar di kampus. Keseruan, tawa, dan canda kalian tidak pernah terlupakan.

13. Nabila Azzahra

Terima kasih kepada sepupu sekaligus sahabat peneliti yang sudah peneliti kenal sejak lahir. Terima kasih karena selalu menyemangati dan berbagi cerita bersama peneliti selama ini, dari mulai awal perkuliahan kita tinggal bersama tidak terasa kita sama-sama sudah menjadi sarjana. Doa serta dukungan yang diberikan sangat berharga bagi peneliti untuk bisa menyelesaikan banyak proses yang harus dilewati.

Jakarta, 09 September 2020



Dyah Ajeng Listriani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dyah Ajeng Listriani
NIM : 1161003153
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“EVALUASI KEGIATAN *PUBLIC RELATIONS* PADA HARI PELANGGAN
BPJS KETENAGAKERJAAN PUSAT TAHUN 2019 UNTUK
MENINGKATKAN CITRA”

Beserta perangkat yang ada, dengan hak bebas Nonekekklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 14 September 2020

Yang menyatakan,



(Dyah Ajeng Listriani)

**EVALUASI KEGIATAN PUBLIC RELATIONS PADA HARI
PELANGGAN BPJS KETENAGAKERJAAN PUSAT TAHUN 2019
UNTUK MENINGKATKAN CITRA**

DYAH AJENG LISTRIANI

ABSTRAK

Pembentukan citra pasti membutuhkan waktu yang tidak sekejap, perlu membuat beragam program berupa *special event*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *family gathering*, dan sebagainya. Namun, setiap kegiatan tersebut perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memberikan *insight* dan *output* pada perusahaan. Oleh karenanya, dalam penelitian ini ingin menganalisis bagaimana evaluasi kegiatan PR pada Hari Pelanggan BPJS Ketenagakerjaan Pusat yang dilakukan tahun 2019 untuk meningkatkan citra. Analisis penelitian menggunakan konsep tahapan evaluasi PR oleh Jim Macnamara, serta faktor-faktor pembentukan citra dari Soemirat & Ardinanto. Metode penelitian adalah studi kasus, dengan pendekatan kualitatif. Hasil pembahasannya menunjukkan bahwa tujuan kegiatan Hari Pelanggan Nasional adalah sebagai momentum untuk memompa semangat kinerja perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya. Dengan melibatkan para jajaran pengampu kepentingan untuk turut terlibat dalam melakukan kunjungan kepada peserta yang sedang dalam perawatan di sekitar Rumah Sakit (RS) daerah Tangerang. Kegiatan ini dilakukan setiap tahunnya, tetapi *novelty* atau kebaruan kegiatan kurang terlihat secara signifikan, tidak hanya itu saja mereka yang diberikan santunan adalah pihak-pihak yang terpilih saja dan tidak menyeluruh, dengan kata lain tersegmentasi. Sehingga, adanya segmentasi *mapping* ini pihak perusahaan sesungguhnya kurang mendapatkan *insight*, dimana hal ini seharusnya menjadi perhatian terkait apa yang dibutuhkan dan dicari oleh pelanggannya. Selain itu, jika suatu *event* hanya dilakukan secara rutinitas, dengan arti konsep yang digunakan tetap sama namun kurang *novelty* maka akan memberikan dampak yakni persepsi masyarakat yang bisa memengaruhi *trust* dan ini akan memberikan implikasi terhadap citra perusahaan.

Kata Kunci: *Special Event*, Evaluasi, Citra, Hari Pelanggan Nasional, BPJS Ketenagakerjaan

**EVALUATION OF PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES ON THE
CUSTOMER DAY OF THE CENTRAL BPJS KETENAGAKERJAAN IN 2019
TO IMPROVE IMAGE**

DYAH AJENG LISTRIANI

ABSTRACT

The formation of an image definitely takes a long time. It is necessary to create various programs in the form of special events, Corporate Social Responsibility (CSR), family gatherings, and so on. However, each of these activities needs to be evaluated which aims to provide insight and output to the company. Therefore, in this study, he wanted to analyze how the evaluation of PR activities on the Central BPJS Ketenagakerjaan Customer Day was carried out in 2019 to improve the image. The research analysis used the concept of the PR evaluation stage by Jim Macnamara, as well as the image forming factors of Soemirat & Ardinanto. The research method is a case study, with a qualitative approach. The results of the discussion indicate that the purpose of the National Customer Day activity is as a momentum to pump up the spirit of company performance to provide the best service for its customers. By involving stakeholders to be involved in making visits to participants who are currently being treated in the vicinity of the Tangerang Regional Hospital (RS). This activity is carried out every year, but the novelty or novelty of activities is not seen significantly, not only that those who are given compensation are only selected parties and are not comprehensive, in other words segmented. So, the existence of this mapping segmentation, the company actually lacks insight, where this should be a concern regarding what customers need and are looking for. In addition, if an event is only carried out routinely, meaning that the concept used remains the same but is less novel, it will have an impact, namely people's perceptions that can affect trust and this will have implications for the company's image.

Keywords: *Special Event, Evaluation, Image, National Customer Day, BPJS Ketengakerjaan*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1. Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	12
2.2. Tinjauan Pustaka.....	30
2.2.1 Hubungan Masyarakat	30
2.2.2 <i>Event</i>	32
2.2.3 Evaluasi	34
2.2.4 Citra	38
2.3. Kerangka Pemikiran.....	42
BAB 3 METEDOLOGI PENELITIAN	45
3.1. Metodologi Penelitian	45
3.2. Objek dan Subjek Penelitian.....	46
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.3.1 Sumber Data	47
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48

3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	54
3.5. Teknik Analisis Data.....	57
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data	58
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Profil BPJS Ketenagakerjaan	62
4.1.2 Visi dan Misi BPJS Ketenagakerjaan	63
4.1.3 Kegiatan Hari Pelanggan Tahun 2019	65
4.1.4 Logo BPJS Ketenagakerjaan.....	67
4.1.5 Struktur Organisasi BPJS Ketenagakerjaan.....	69
4.2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	71
4.2.1 Humas BPJS Ketenagakerjaan.....	71
4.2.2 Panitia Hari Pelanggan Tahun 2019.....	72
4.2.3 Peserta kegiatan Hari Pelanggan tahun 2019	73
4.2.4 Pakar Bidang Public Relations.....	75
4.3. Hasil Penelitian	76
4.3.1 Peran Humas Pada Kegiatan Hari Pelanggan 2019	76
4.3.2 Evaluasi PR Pada Kegiatan Hari Pelanggan 2019	84
4.3.3 Citra BPJS Ketenagakerjaan Pada Hari Pelanggan 2019... 96	
4.4. Pembahasan	103
4.4.1 Model Evaluasi Program	103
4.4.2 Faktor-Faktor Pembentukan Citra	114
4.5. Keterbatasan Penelitian.....	124
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1. Kesimpulan	126
5.2. Saran	129
5.2.2 Saran Teoritis.....	129
5.2.3 Saran Praktis	129
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN MEDIA MONITORING	134
LAMPIRAN TRANSKIP WAWANCARA.....	170

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kunjungan Direksi BPJS Ketenagakerjaan	7
Gambar 2.1 Model Makro Evaluasi <i>Public Relations</i>	37
Gambar 2.2 Proses Pembentukan Citra.....	40
Gambar 4.1 Kantor Cabang BPJS Ketenagakerjaan.....	66
Gambar 4.2 Logo BPJS Ketenagakerjaan.....	67
Gambar 4.3 Brian Radiastra Humas BPJS Ketenagakerjaan.....	71
Gambar 4.4 Arfanul Aji Panitia Hari Pelanggan Tahun 2019	72
Gambar 4.5 Arie Praptiningsih Peserta BPJS Ketenagakerjaan pada kegiatan Hari Pelanggan tahun 2019.....	73
Gambar 4.6 Sri Yuningsih Peserta BPJS Ketenagakerjaan pada kegiatan Hari Pelanggan tahun 2019.....	74
Gambar 4.7 Emilia Bassar Profesional Komunikasi dan <i>Public Relations Specialist</i>	75
Gambar 4.8 Grafik terkait berita positif dan negatif BPJSTK	81
Gambar 4.9 Konten Lomba dan Peserta Yang Mengikuti Lomba.....	83
Gambar 4.10 Pemberian Santunan kematian Kepada Ahli Waris Peserta BPJS Ketenagakerjaan.....	86
Gambar 4.11 Direktur Pelayanan BPJS Ketenagakerjaan memasang langsung kaki buatan kepada peserta	87
Gambar 4.12 Direktur Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan yang melayani peserta secara langsung	89
Gambar 4.13 Salah satu media monitoring selama pemberitaan	92
Gambar 4.14 Konten yang dibuat Arie Praptiningsih.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	19
Tabel 3.1 Tabel Data Informan	50
Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	55
Tabel 4.1 Hasil Rekapitulasi Pemberitaan Hari Pelanggan 2019	111

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran	44
Bagan 4.1 Struktur Organisasi BPJS Ketenagakerjaan.....	69
Bagan 4.2 Struktur Organisasi Divisi Hubungan Masyarakat Antar Lembaga.....	70