

"Analisis Media Sosial Instagram BPJS Kesehatan dalam Menanggapi Keluhan Masyarakat"

Rizka Dwi Amalia¹, Ageng Rara Cindoswari²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

email: pb191110066@upbatam.ac.id

ABSTRACT

This study aims to learn more about how BPJS Kesehatan is implemented in the field in responding to complaints through Instagram social media. The objectives of this study are: 1. to determine the BPJS Kesehatan Service Communication strategy in responding to public complaints through Instagram social media, 2. to determine the supporting and inhibiting factors for providing BPJS Kesehatan communication services in responding to public complaints through Instagram social media. The theories used in this study are New Media Theory and Public Service Theory. New Media Theory and Public Service Theory are still often applied in research, which is the reason why researchers continue to research this theory. This study uses a qualitative research method. The results of this study show how new media is formed through various forms of communication and media that develop with digital technology and the internet. In the context of BPJS Kesehatan, the use of social media platforms such as Instagram to communicate with the public, utilizing interactive features such as comments, DM (Direct Message), and Stories to interact directly and quickly with the public. Instagram makes it easy for BPJS Kesehatan to interact in real-time with users, increasing the level of interconnectedness between service providers and the public. Two-way interaction through comments and direct messages allows direct feedback from the public and a quick response from BPJS Kesehatan. Informative and educational content is delivered through posts, infographics, videos, and Stories, which not only convey information but also build a narrative that brings BPJS Kesehatan closer to users, increasing understanding and awareness of the services provided

Keywords: Health BPJS, Communication Strategy, Instagram, Community Complaints

PENDAHULUAN

Berdasarkan UU No 40 Tahun 2004 tentang sistem Jaminan Sosial Nasional dan UU No 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial, BPJS Kesehatan didirikan pada awal tahun 2014 oleh pemerintah Indonesia sebagai jaminan sosial dibidang kesehatan. Tujuan BPJS Kesehatan adalah memberikan jaminan sosial nasional untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera, adil, dan Makmur.

Mereka yang harus mendaftar sebagai anggota BPJS Kesehatan adalah warga negara Indonesia dan warga negara asing yang telah bekerja di Indonesia selama minimal enam bulan. Perusahaan juga harus mendaftarkan karyawannya sebagai anggota BPJS. Selain itu, orang yang bukan pekerja atau karyawan harus mendaftar sebagai peserta BPJS Kesehatan. (Pertwi et al., 2017).

BPJS Kesehatan adalah penyedia jaminan sosial yang berlokasi di seluruh provinsi di Indonesia. Untuk memastikan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat Indonesia yang kurang mampu, BPJS Kesehatan menyediakan program Jaminan Kesehatan Nasional dan Kartu Indonesia Sehat (JKN dan KIS). Ini berarti bahwa setiap orang di Indonesia pada akhirnya harus menyisihkan sebagian kecil dari pendapatannya untuk jaminan kesehatan, yang akan ditanggung oleh pemerintah untuk memastikan bahwa orang-orang yang kurang mampu menerima layanan kesehatan yang layak (Kesehatan et al., n.d.).

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan media sosial oleh lembaga pemerintah telah berkembang pesat. Organisasi pemerintah menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn untuk menyebarkan berita kepada masyarakat umum.

Pengumuman kebijakan, informasi Layanan publik, berita terbaru, dan edukasi masyarakat tentang program pemerintah semuanya termasuk dalam kategori ini. (Qorib dan Aszihar, 2024)

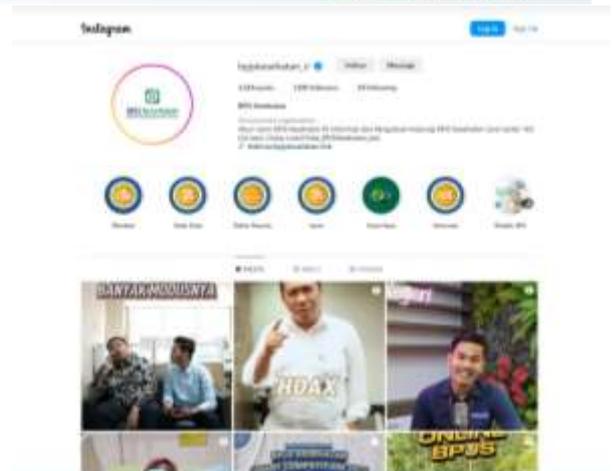
Institusi pemerintah dapat meningkatkan interaksi masyarakat dalam dua arah. Melalui survei online, komentar, atau pesan langsung, masyarakat dapat lebih mudah memberikan umpan balik, menyampaikan aspirasi, atau menyuarakan keluhan mereka. (Amirulkamar et al., 2023)

Organisasi pemerintah, seperti BPJS Kesehatan, telah mengubah menggunakan media sosial. Tujuan utamanya adalah untuk memfasilitasi komunikasi dua arah, meningkatkan keterbukaan masyarakat, dan mendukung penyebaran informasi dan layanan yang lebih efisien kepada masyarakat umum. (Qorib & Aszihar, 2024)

Dari waktu ke waktu, kemajuan teknologi telah mengubah cara kita berkomunikasi dan mengakses informasi. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini; pada tahun 2023, sekitar 86,5% pengguna internet Indonesia menggunakannya. (Nahdiana, Unde, Nasir, & Amar, 2022).

Instagram, yang diluncurkan pada tahun 2010, berbeda dari platform media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter karena awalnya ditujukan untuk berbagi foto dan video dengan fokus visual dan menggunakan tagar (#) untuk memudahkan pencarian dan pengumpulan konten spesifik. Seiring waktu, Instagram juga digunakan untuk pemasaran. (Zazin & Zaim, n.d.)

Karena banyaknya pengguna Instagram, informasi didistribusikan lebih cepat dan pengaduan dapat diterima tanpa harus datang langsung ke kantor BPJS Kesehatan. (Nahdiana et al., 2022).



Gambar 1.1 Media Sosial Instagram BPJS Kesehatan

Instagram dapat menjadi alat yang bagus BPJS Kesehatan menggunakan beberapa pendekatan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum sebelum memiliki platform media sosial seperti Instagram atau platform media sosial lainnya yang lebih canggih. Misalnya, website resmi BPJS Kesehatan, seperti mobile JKN, memberikan pengguna akses informasi 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Kemampuan untuk mengakses internet dan mencari informasi secara mandiri dianggap sebagai kelemahan. (Fatikasari & Sunarya, 2021)

BPJS Kesehatan memiliki pusat layanan pelanggan atau call center, yang memungkinkan peserta mendapatkan layanan yang langsung dan responsif. Kelemahannya, bagaimanapun, adalah pelayanannya tidak tersedia 24 jam sehari dan tidak dapat dihubungi pada hari libur. Kelebihan menggunakan brosur adalah bahwa materi cetak dapat dibagikan langsung kepada peserta atau dipajang di kantor layanan BPJS Kesehatan. Kelemahan menggunakan brosur adalah bahwa materi cetak sulit untuk diperbarui dengan cepat jika ada perubahan kebijakan atau informasi penting lainnya. (Fatikasari & Sunarya, 2021)

Dalam hal komunikasi dan interaksi, BPJS Kesehatan mungkin menghadapi beberapa masalah. Misalnya, mereka tidak dapat mendengarkan keluhan atau masukan peserta secara langsung, sulit untuk mendorong peserta untuk menjadi bagian aktif dari program atau menangani keluhan yang muncul. Informasi yang tidak akurat juga dapat menyebabkan masyarakat tidak percaya pada BPJS Kesehatan. (Listiyana & Eunike Raffy Rustiana, 2014).

Salah satu komponen penting dari instansi tersebut adalah keluhan yang disampaikan oleh masyarakat peserta BPJS. Keluhan ini merupakan salah satu bentuk perhatian

masyarakat terhadap BPJS Kesehatan untuk meningkatkan pelayanannya. Salah satu cara penting untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam perbaikan sistem adalah menangani keluhan pasien. (Nurjanah, Karim, & Fikry, 2018)

Salah satu layanan prima yang diberikan BPJS Kesehatan kepada masyarakat adalah penanganan keluhan. BPJS Kesehatan wajib menanggapi keluhan masyarakat dan membalas komentar masyarakat terkait keluhan selama 24 jam melalui media sosial Instagram untuk mengatasi kesalahpahaman yang dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi kedua belah pihak. (Nurjanah et al., 2018)

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui strategi Komunikasi Pelayanan BPJS Kesehatan dalam menanggapi keluhan masyarakat melalui media sosial Instagram, untuk mengetahui Bagaimana factor pendukung dan penghambat pemberian pelayanan komunikasi BPJS kesehatan dalam menanggapi keluhan masyarakat melalui media social Instagram.

Tujuan dari penelitian ini adalah Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menambah wawasan terhadap bidang Ilmu Komunikasi mengenai kajian strategi komunikasi khususnya teori-teori yang telah di peroleh dibangku kuliah dengan penerapannya dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai saran atau solusi yang efektif yang dilakukan Kantor Pusat BPJS Kesehatan dalam menanggapi keluhan masyarakat. yang efektif yang dilakukan Kantor Pusat BPJS Kesehatan dalam menanggapi keluhan masyarakat.

KAJIAN TEORI

2.1 Pelayanan Publik

Menurut Mahmudi (2007), Teori Pelayanan Publik adalah studi tentang prinsip-prinsip, model, dan pelaksanaan yang digunakan untuk memberikan layanan kepada masyarakat oleh pemerintah dan organisasi publik. Tujuan dari teori ini adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang bagaimana pelayanan publik dapat dilaksanakan untuk kesejahteraan masyarakat. (AR Widjaya, 2020)

Pelayanan publik ini menekankan ketepatan dan kemampuan untuk menghasilkan melalui analisis ilmiah terhadap pekerjaan dan proses kerja. Oleh karena itu, setiap tugas dibagi dan dipecah menjadi bagian-bagian terkecil untuk

menemukan cara yang paling tepat; penerapan prosedur standar untuk mengurangi jenis tugas dan meningkatkan kemampuan mereka; dan pemberian bonus yang didasarkan pada kinerja untuk meningkatkan keberhasilan. (A Yunandi, 2022)

Pelayanan Publik juga menekankan betapa pentingnya kerjasama dan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sipil; jaringan antara berbagai pihak yang berpartisipasi dalam penyediaan layanan publik; dan integrasi berbagai sektor untuk menyediakan layanan umum. Selain itu, kolaborasi antara sektor publik dan swasta untuk memanfaatkan sumber daya dan keahlian masing-masing. (M Noor, 2022)

Untuk memahami dan mengembangkan teori dan praktik pelayanan publik, asumsi-asumsi penting digunakan. Berikut adalah beberapa asumsi utama yang sering digunakan sebagai landasan dalam studi dan implementasi pelayanan publik: asumsi pertama, pelayanan publik dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan daripada untuk menguntungkan individu atau kelompok tertentu yang terkait dengan pemerintah atau organisasi publik. Menurut asumsi kedua, pelayanan publik harus adil dan menyeluruh untuk memastikan bahwa setiap warga negara memiliki akses yang setara terhadap layanan publik. Asumsi ketiga adalah bahwa organisasi publik harus transparan dalam proses mereka dan bertanggung jawab atas keputusan dan tindakan yang mereka ambil. Untuk mengatasi ketidaksetaraan dan memastikan akses yang setara bagi semua kelompok masyarakat, termasuk kelompok yang kersisihkan, kebijakan dan praktik harus dibuat. Asumsi keempat tentang layanan publik harus disediakan dengan cara yang tepat dan efektif untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia untuk mencapai hasil yang diinginkan. Ini dilakukan dengan mengukur kinerja dan melakukan evaluasi berkelanjutan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan publik. Asumsi kelima adalah bahwa pelayanan publik harus memperhatikan kebutuhan masyarakat dan mengutamakan masyarakat. Ini berarti bahwa mereka harus mempertimbangkan umpan balik masyarakat dan menyesuaikan layanan sesuai dengan kebutuhan mereka. Proses pengumpulan dan analisis umpan balik publik juga harus ada, dan harus ada fleksibilitas untuk mengubah kebijakan dan layanan berdasarkan umpan balik tersebut. Asumsi ketujuh menyatakan bahwa tujuan utama pelayanan publik adalah mencapai hasil yang nyata dan dapat diukur yang meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Untuk mengukur

keberhasilan program dan layanan publik, diperlukan sistem evaluasi kinerja yang berorientasi pada hasil dan memiliki target yang jelas. Asumsi kedelapan menyatakan bahwa teknologi dan inovasi adalah alat penting untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pelayanan publik dengan memanfaatkan penanaman modal dalam teknologi. Asumsi kesembilan menyatakan bahwa keputusan tentang pelayanan publik harus didasarkan pada data dan bukti yang kuat untuk memastikan kebijakan yang efektif dan relevan. Ini berarti pengumpulan data yang sistematis dan penelitian yang berkelanjutan diperlukan untuk mendukung pembuatan kebijakan yang memberi informasi. (M Sawir, 2020)

2.2 Manajemen Komunikasi

"Manajemen komunikasi adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan aktivitas komunikasi dalam sebuah organisasi atau lingkungan tertentu. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa komunikasi efektif terjadi antara berbagai pihak yang terlibat baik itu internal (antara anggota organisasi) maupun eksternal (dengan pemangku kepentingan, pelanggan, dan publik lainnya)." (R Azhari, 2022)

Oleh karena itu, manajemen komunikasi adalah kombinasi ide-ide tentang komunikasi dan manajemen yang digunakan dalam berbagai konteks komunikasi. Secara umum, manajemen komunikasi adalah proses pertukaran sinyal timbal balik (resiprokal) untuk memberi informasi, membujuk, atau memberi perintah. Hubungan antara komunikator dan lingkungan sosial mereka mengontrol proses ini. (F Hasmawati, 2020)

Menurut ilmu komunikasi, manajemen adalah proses mempengaruhi orang lain untuk berkomunikasi dengan baik. Kemampuan ini tidak hanya dimiliki secara alami. Sebagai contoh, kita dapat menjadi orang yang dapat dipercaya ketika kita berbicara dengan baik. Ini adalah alasan mengapa mempelajari manajemen komunikasi sangat bermanfaat karena akan membantu kita lebih memahami bagaimana kita harus berkomunikasi dengan orang lain sehingga komunikasi yang terjadi adalah komunikasi yang efektif. (AKA Mustofa, 2022)

G. R. Terry menegaskan bahwa manajemen adalah komunikasi, menunjukkan betapa pentingnya komunikasi dalam manajemen. Selama kegiatan, G. R. Terry menyatakan Dalam manajemen, ada lima jenis komunikasi :

1. komunikasi formal, yang biasanya terjadi dalam jalur komunikasi formal, di mana otoritas dan tanggung jawab dikomunikasikan secara lisan dan tulisan

sesuai dengan prosedur fungsional dari atas ke bawah atau sebaliknya.

2. komunikasi non-formal, yang terjadi secara alami.
3. Berikan rekomendasi tentang tugas dan kewajiban, Ini dapat digunakan oleh bisnis yang tidak terlalu teknis dan banyak karyawan, Digunakan untuk masalah yang tidak terkait dengan pekerjaan, dengan fokus pada aspek hubungan manusia, Komunikasi non-formal mirip dengan ini.
4. Percakapan teknis. Kegiatan ini biasanya hanya dilakukan dan dipahami oleh orang-orang tertentu yang terlibat dengannya.
5. Komunikasi berdasarkan prosedur. Sangat dekat dengan komunikasi formal, biasanya ditunjukkan dalam bentuk laporan harian atau bulanan, memo, dan instruksi tertulis. (Candri, 2022)

2.3 Pelayanan Keluhan Masyarakat

Layanan pengaduan masyarakat dilaksanakan dengan tujuan agar untuk masyarakat menggunakan haknya sebagai penerima pelayanan dan sebagai warga negara dalam menyampaikan keluhan atas ketidaksuaian pelayanan publik yang diterima selama proses penyelenggaraan (Muhammad sawir, S.Sos., M.Si, 2020)

Penanganan keluhan pada dasarnya adalah kegiatan penyaluran pengaduan, pemrosesan respon atas pengaduan tersebut, umpan balik dan laporan penanganan pengaduan. Rangkaian kegiatan ini memiliki elemen-elemen sebagai berikut (Pengantar, n.d.):

1. Sumber atau asal pengaduan adalah masyarakat, baik secara individu maupun kelompok dimana komplain atau pengaduan berasal. Dalam hal ini pengadu tidak memiliki jumlah batasan.
2. Isi pengaduan adalah isi permasalahan yang diajukan oleh pelapor. Aduan bisa berisikan berbagai macam hal, seperti kesalahan prosedur, kesalahan sikap staf manajemen, kualitas layanan, dll.
3. Unit penanganan pengaduan adalah suatu yang disajikan oleh setiap lembaga untuk mengelola dan menangani pengaduan darimana pun berasal dan melalui kanal aduan manapun.
4. Respons pengaduan adalah respond yang dihasilkan oleh unit penanganan pengaduan di masing-masing lembaga pemerintah yang terkait dengan pengaduan.
5. Umpan balik adalah penilaian pihak pelapor atas respon atau jawaban masing-masing lembaga pemerintah mengenai permasalahan yang dilaporkan.

6. Laporan penanganan pengaduan unit pengelolaan pengaduan wajib membuat laporan mengenai pengaduan dan penanganan pengaduan tersebut, termasuk umpan balik dari pelapor.

Konsep Pelayanan prima adalah layanan yang memenuhi standar kualitas adalah pelayanan yang sesuai dengan harapan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau masyarakat. pelayanan prima melibatkan beberapa tahapan untuk memastikan bahwa pengguna layanan siap dan mampu menerima layanan utama dengan baik. Elemen Utama Pelayanannya sebagai berikut:

1. Informasi dan edukasi awal untuk memberikan informasi awal kepada pengguna mengenai layanan yang akan mereka terima, contohnya : Brosur, video tutorial, situs web, dan media sosial.
2. Pendaftaran dan verifikasi bertujuan mengumpulkan data peserta untuk memastikan kelayakan mereka menerima layanan, contohnya : Formulir pendaftaran online, aplikasi mobile, dan kantor pelayanan langsung.
3. Orientasi pengguna menjelaskan kepada masyarakat tentang prosedur layanan, hak dan kewajiban mereka, serta cara mengakses layanan, contohnya : Seminar, workshop, dan materi edukasi digital.
4. Persiapan administratif dengan cara menyelesaikan semua dokumen administratif yang diperlukan sebelum layanan utama diberikan, contohnya : Pengumpulan dokumen, pengecekan kelengkapan, dan konfirmasi janji layanan. (Maryam, 2024)

2.5 Instagram

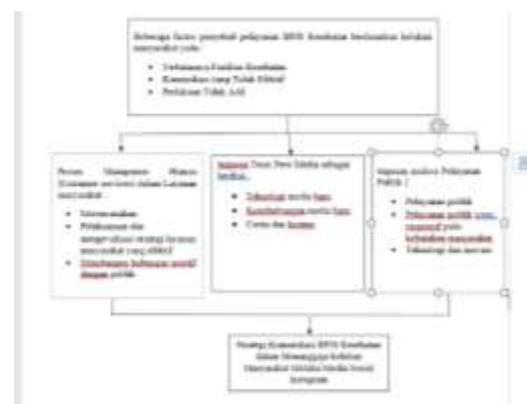
Media sosial adalah jenis media online yang diakses melalui aplikasi. berbasis web, dapat digunakan untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang semakin maju dan luar biasa. Kelebihan media sosial adalah cepatnya penyebaran informasi; namun, kelemahannya adalah lebih sedikit interaksi interpersonal langsung atau tatap muka; kecanduan berlebihan; dan masalah hukum karena konten yang melanggar moral, privasi, dan peraturan. (li, n.d.)

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan sosial, termasuk Instagram sendiri. Aplikasi Instagram memiliki ciri foto

persegi, seperti produk Kodak Instamatic dan gambar Polaroid. Ini berbeda dengan kamera modern, yang biasanya memiliki bentuk persegi panjang atau rasio perbandingan bentuk 16:9. Instagram pada awalnya hanya tersedia untuk smartphone Apple seperti iPhone, iPad, dan iPad Touch. Namun, sejak bulan April 2012, aplikasi ini mulai diintegrasikan ke kamera ponsel Android, memungkinkan pengguna Android untuk berbagi foto (Listianingrum et al., 2021)

Dengan menggunakan Instagram, Anda memiliki banyak keuntungan, seperti kemampuan untuk mempercantik foto, membagikan foto atau video di jejaring sosial, menggunakannya untuk mempromosikan produk, menjaga privasi akun Anda agar orang lain selain pengikut Anda tidak dapat melihat foto atau video yang diunggah, dan cukup mudah untuk digunakan, memungkinkan orang lain melihat foto atau video milik orang lain.

2.6 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peristiwa atau masalah yang terjadi disekitar objek penelitian. Penelitian deskriptif tidak memberikan pendapat atau mengubah objek penelitian. Sebaliknya, mereka berusaha mencari kebenaran dan informasi tentang fenomena dan aktivitas yang terjadi didalamnya.

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang sebenarnya terjadi. Jenis penelitian ini tidak melibatkan perubahan data terhadap objek penelitian. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang subjek penelitian, subjek yang terlibat, dan kebenarannya. Selain itu, metode ini biasanya

dilakukan dalam waktu yang relatif singkat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peristiwa atau masalah yang terjadi disekitar objek penelitian. Penelitian deskriptif tidak memberikan pendapat atau mengubah objek penelitian. Sebaliknya, mereka berusaha mencari kebenaran dan informasi tentang fenomena dan aktivitas yang terjadi didalamnya.

Beberapa alasan mengapa peneliti memilih metode penelitian kualitatif adalah sebagai berikut: Data dan informasi yang diperoleh melalui metode ini adalah alami, Data yang dikumpulkan dijelaskan secara rinci tentang pertanyaan yang terkait dengan topik penelitian, Peneliti bertindak sebagai alat utama dalam metode ini.

Obyek penelitian merupakan suatu kondisi yang menggambarkan suatu kondisi dari yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran yang

jelas dari suatu penelitian. elemen yang terlibat dalam penelitian. Adapun obyek penelitian ini adalah Strategi komunikasi BPJS Kesehatan cabang kota Batam.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) Subyek Penelitian merupakan pihak yang dijadikan sebagai sumber informasi atau sumber data sebuah penelitian. Alasan pemilihan informan dan responden dalam penelitian sangat penting untuk memastikan data yang dikumpulkan relevan, valid, dan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang topik yang diteliti.

Menurut Sudaryono (2021) Teknik Pengumpulan Data merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitiannya. Dalam penelitian, tujuannya pengumpulan data adalah untuk mendapatkan kebenaran, keterangan, dan informasi yang dapat dipercaya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara, penyajian data, Menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

2.6 Hasil Penelitian

Dalam upaya BPJS Kesehatan menanggapi keluhan masyarakat melalui media sosial instagram pasti ada beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pemberian layanan. Berikut ini beberapa faktor pendukung dalam pemberian layanan di BPJS Kesehatan yaitu :

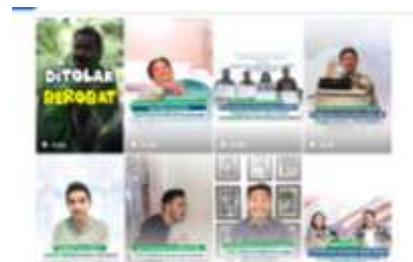
1. Banyaknya Fitur Instagram



Gambar 4.10 Banyaknya fitur Instagram

Mempermudah pengguna menggunakan Hashtags @bpjskesehatan_RI dalam mencari informasi yang relevan terkait BPJS Kesehatan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bpjs Kesehatan melalui stories, reels, dan IGTV dalam Menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan interaktif.

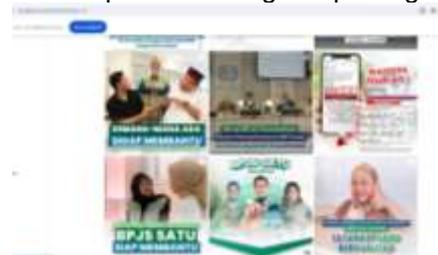
2. Konten dalam promosi jaminan BPJS Kesehatan Berkualitas



Gambar 4.11 Konten dalam promosi jaminan BPJS Kesehatan berkualitas

Konten yang disajikan dari akun media social @bpjskesehatan_RI berpengaruh dan berkualitas membantu membangun kepercayaan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan BPJS Kesehatan.

3. Kemampuan membagikan postingan



Gambar 4.12 Kemampuan membagikan postingan

Postingan yang diunggah melalui akun media sosial @bpjskesehatan_RI bisa

dibagikan secara luas oleh masyarakatnya, memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan interaksi antara BPJS Kesehatan dengan masyarakatnya.

4. Interaksi Langsung



Gambar 4.13 Interaksi Langsung

Fitur DM (Direct Message) melalui akun media social Instagram @bpjskesehatan_RI memungkinkan interaksi langsung dan personal dengan masyarakatnya, memungkinkan BPJS Kesehatan menangani pertanyaan dan keluhan secara lebih efektif dan luas sehingga masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang BPJS Kesehatan berikan.

5. Visual yang menarik



Gambar 4.14 Visual yang menarik

Instagram adalah platform yang berfokus pada visual, yang memungkinkan BPJS Kesehatan untuk menggunakan gambar dan video berkualitas tinggi untuk menarik perhatian dan menyampaikan informasi penting dengan cara yang mudah dipahami.

6. Penggunaan Influencer



Gambar 4.15 Penggunaan Influencer

Kerjasama dengan influencer seperti arief Muhammad, ikang fawzi, dan prilly latuconsina dapat membantu BPJS Kesehatan mencapai audiens yang lebih luas dan membangun kepercayaan melalui rekomendasi dari tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh di media sosial.

Berikut ini beberapa faktor penghambat dalam pemberian pelayanan di BPJS Kesehatan yaitu :

1. Persaingan dengan Akun jaminan kesehatan Lain



Gambar 4.15 bersaing dengan akun Kesehatan lain

Banyaknya akun jaminan Kesehatan lain, seperti asuransi sinarmas, prudential, Manulife, allianz, astra life yang menawarkan layanan serupa mengharuskan BPJS Kesehatan untuk terus meningkatkan strategi komunikasi dan pelayanan.

2. Followers Tidak Aktif





Gambar 4.16 Followers tidak aktif

Tidak semua followers @bpjskesehatan_RI memberikan like dan komentar pada setiap postingan, seperti yang dijelaskan diatas bahwa pengikut BPJS Kesehatan sebanyak 1,4M sedangkan yang komentar sekitar 396 begitu juga dengan like nya sekitar 967 bisa disebabkan oleh perbedaan selera dan waktu pengguna Instagram.

3. Feedback Negatif



Gambar 4.17 feedback negatif

Adanya umpan balik negatif dari pengguna Instagram @bpjskesehatan_RI memerlukan penanganan yang hati-hati. Pengelola akun media social @bpjskesehatan_RI harus tanggap dan menjaga kualitas layanan untuk menghindari kekecewaan penggunaanya.

4. Keterbatasan Konten Tertulis



Gambar 4.18 keterbatasan konten tertulis

Akun social media Instagram @bpjskesehatan_RI lebih fokus pada konten visual, sehingga penyampaian informasi yang memerlukan penjelasan detail bisa menjadi tantangan Bpjs Kesehatan dalam untuk menjawab keluhan yang berkomentar di akun social media Instagram @bpjskesehatan_RI.

5. Respons yang Tertunda



Gambar 4.19 Respons yang tertunda

Mengingat banyaknya pesan yang masuk melalui DM dan komentar dari akun media sosial Instagram @bpjskesehatan_RI, pengelolaan DM dan komentar bisa menjadi sulit, sehingga respons terhadap keluhan atau pertanyaan mungkin tertunda.

6. Keterbatasan Demografi



Gambar 4.20 Keterbatasan demografi

Pengguna Instagram cenderung lebih muda. BPJS Kesehatan mungkin perlu menyesuaikan

konten yang diposting untuk menjangkau semua kelompok usia, termasuk yang mungkin tidak aktif di Instagram sehingga susah untuk mengetahui update terbaru tentang BPJS Kesehatan.

6.2 pembahasan

Dari hasil temuan, peneliti menggunakan teori pelayanan publik membahas pada prinsip dan pelaksanaan yang memastikan layanan publik disediakan dengan cara yang efektif, adil, dan tanggap terhadap kebutuhan masyarakat. Dalam konteks BPJS Kesehatan, sebagaimana BPJS Kesehatan bertanggung jawab untuk menyediakan layanan kesehatan kepada masyarakat secara adil dan merata dengan menggunakan media sosial instagram sebagai salah satu sarana untuk menyampaikan informasi dan menyelesaikan keluhan, memastikan layanan yang diberikan mencapai seluruh lapisan masyarakat, Tanggapan BPJS Kesehatan dalam menanggapi keluhan dan pertanyaan pengguna di media social instagram dengan Mengutamakan kebutuhan dan kenyamanan pengguna dengan menyediakan informasi dan layanan yang mudah diakses dan dipahami, Memanfaatkan teknologi dan inovasi dalam media sosial instagram untuk meningkatkan kualitas dan ketepatan pelayanan publik dalam Mengembangkan strategi komunikasi yang inovatif untuk menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan penggunanya.

BPJS Kesehatan dapat menangani pertanyaan dan keluhan secara efektif, meningkatkan kepuasan layanan, sebagaimana instagram yang berfokus pada visual memungkinkan penggunaan gambar dan video berkualitas tinggi untuk menarik perhatian dan menyampaikan informasi dengan mudah dipahami. Instagram sebagai platform yang populer dan BPJS Kesehatan dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam dalam penggunaan alat pemantauan media sosial membantu BPJS Kesehatan dalam melacak dan merespon keluhan dengan cepat melalui media social instagram. media social instagram ini juga membantu dalam menganalisis sentimen dan tren keluhan, selain tim khusus pemantauan BPJS Kesehatan yang terlatih dalam menangani komunikasi di media social instagram memastikan bahwa setiap keluhan dapat ditangani secara profesional dengan melakukan Pelatihan rutin untuk tim memastikan mereka selalu up-to-date dengan kebijakan terbaru dan teknik komunikasi yang efektif, BPJS Kesehatan juga bekerjasama dengan influencer terkenal dalam membuat konten informatif dan edukatif seperti Arief Muhammad, Ikgang Fawzi, dan Prilly

Latuconsina menjelaskan tentang pengalaman mereka menggunakan BPJS Kesehatan ataupun membantu mempromosikan BPJS Kesehatan mencapai audiens yang lebih luas dan membangun kepercayaan masyarakat melalui rekomendasi tokoh berpengaruh. factor penghambatnya pada penelitian ini adalah beragamnya akun jaminan kesehatan lainnya seperti Sinarmas, Prudential, Manulife, Allianz, dan Astra Life mengharuskan BPJS Kesehatan terus memperbaiki strategi komunikasi dan pelayanannya guna meyakinkan masyarakat bahwa BPJS Kesehatan adalah solusi terbaik untuk kebutuhan kesehatan mereka, Tidak semua followers @bpjskesehatan_RI memberikan like dan komentar meskipun jumlah pengikut mencapai 1,4 juta hanya sekitar 396 komentar dan 967 like pada setiap postingan. Hal ini mungkin disebabkan oleh perbedaan selera dan waktu pengguna Instagram membuat masyarakat, tidak semua followers @bpjskesehatan_RI memberikan like dan komentar, meskipun jumlah pengikut mencapai 1,4 juta, hanya sekitar 396 komentar dan 967 like pada setiap postingan. Hal ini mungkin disebabkan oleh perbedaan selera dan waktu pengguna Instagram, sehingga masyarakat terus bertanya dengan pertanyaan yang sama di setiap postingan yang berbeda-beda, Penanganan umpan balik negatif dari pengguna memerlukan perhatian khusus dari BPJS Kesehatan. Pengelola akun Instagram @bpjskesehatan_RI harus tanggap dan menjaga kualitas layanan untuk menghindari kekecewaan masyarakat. Hal ini dilakukan dengan cara menanggapi setiap mis komunikasi antara masyarakat dan pihak departemen lainnya. Tantangan Komunikasi menjadi masalah besar yang dapat terjadi kesalahpahaman atau miskomunikasi antara pihak departemen lainnya seperti klinik, rumah sakit, dan puskesmas menangani umpan balik negatif. Hal ini menyebabkan masyarakat berbondong-bondong menyerbu kolom komentar di setiap postingan Instagram untuk mencari penjelasan lebih lanjut. Banyaknya pesan yang masuk melalui DM dan komentar di akun Instagram BPJS Kesehatan dapat membuat pengelolaan menjadi sulit. Hal ini menyebabkan respons terhadap keluhan atau pertanyaan terkadang tertunda karena pengelola akun kesulitan menjawab semua pesan yang masuk, Selain itu pengguna Instagram cenderung rata rata lebih muda sehingga BPJS Kesehatan perlu menyesuaikan konten untuk menjangkau semua kelompok usia, termasuk yang mungkin tidak aktif di Instagram. Dalam mengatasi tantangan tersebut pihak BPJS Kesehatan dapat dilakukan sebagai berikut : Melakukan perbaikan terhadap sistem manajemen keluhan dan prasarana teknis

untuk meningkatkan kemampuan dalam menanggapi keluhan peserta, Melakukan pelatihan rutin untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tim. Menetapkan dan mensosialisasikan protokol krisis yang jelas dan efektif, Melakukan simulasi penanganan krisis secara berkala untuk memastikan kesiapan tim. Meningkatkan koordinasi dan komunikasi antar departemen untuk mempercepat penanganan keluhan, Menetapkan prosedur eskalasi yang jelas untuk keluhan yang kompleks atau memerlukan intervensi lintas departemen.

Faktor pendukung dan penghambat dalam pemberian pelayanan komunikasi BPJS Kesehatan melalui Instagram sangat beragam. Dengan memanfaatkan teknologi dan prasarana yang ada, melatih sumber daya manusia secara berkala, serta menggunakan pendekatan yang proaktif dan empatik, BPJS Kesehatan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi mereka. Namun, tantangan seperti keterbatasan teknologi, volume keluhan yang tinggi, dan kompleksitas keluhan harus diatasi dengan strategi yang tepat, termasuk peningkatan sistem, penambahan staf, dan penetapan protokol krisis yang efektif. Dengan demikian, BPJS Kesehatan dapat memastikan layanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan peserta melalui media sosial Instagram.

SIMPULAN

dalam Penelitian ini menggunakan konsep pelayanan publik yang berfokus pada prinsip dan pelaksanaan layanan publik secara efektif, adil, dan tanggap terhadap kebutuhan masyarakat. Dalam konteks BPJS Kesehatan, konsep ini diterapkan dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dan menyelesaikan keluhan, memastikan layanan mencapai seluruh lapisan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi, penulis menyimpulkan dalam skripsi berjudul "strategi komunikasi pelayanan BPJS Kesehatan Dalam Menanggapi Keluhan Melalui Media Sosial Instagram" Dengan memanfaatkan teknologi dan prasarana yang ada, melatih sumber daya manusia secara berkala, serta menggunakan pendekatan yang proaktif dan empatik, BPJS Kesehatan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi mereka, BPJS Kesehatan dapat memastikan layanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan peserta melalui media sosial Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fatikasari, J., & Sunarya, D. M. (2021). Strategi Komunikasi Humas Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan *Pantarei-Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur*, 5(2), 2579–7441. file:///C:/Users/Ravel Satria/OneDrive/Documents/OneDrive/Documents/OTW S.I.Kom/Literatur/BAB II/Penelitian Terdahulu & Relevan/Jurnal Nomor 1.pdf
- Kesehatan, S., Mataram, C., Masa, D., & Ihsan, J. S. (n.d.). *Komunikasi Pelayanan Publik Badan Penyelenggara Jaminan Communication of Public Services of the Social Security Covid-19 Pandemic*.
- Listianingrum, R., Fitriana Poerana, A., & Arindawati, W. (2021). Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11–23. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1309>
- Listiyana, I., & Eunike Raffy Rustiana. (2014). Analisis Kepuasan Jaminan Kesehatan Nasional Pada Pengguna Bpjs Kesehatan Di Kota Semarang. *Unnes Journal Public Health*, 3(1), 1–10.
- Nahdiana, Unde, A., Nasir, S., & Amar, Y. (2022). Peningkatan Kepuasan Peserta Terhadap Layanan Informasi BPJS Kesehatan Melalui Media: Apakah Efektif? *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 2022.
- Novitasari, D. E., Arso, S. P., & Fatmasari, E. Y. (2016). Analisis Pelaksanaan Penanganan Keluhan Pelanggan Dan Pelayanan Informasi di BPJS Kesehatan Kantor Cabang Semarang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 4(1), 1–23.
- Pertiwi, M., Nurcahyanto, H., Profesor, J., & Soedarto, H. (2017). Efektivitas Program BPJS Kesehatan di Kota Semarang (Studi Kasus pada Pasien Pengguna Jasa BPJS Kesehatan di Puskesmas Srandol). *Journal Of Public Policy And Management Review*, 6(2), 1–14.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 29–37.
- Putri, B. S., & Kartika, L. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Bpjs Kesehatan Terhadap Kepuasan Pengguna Perspektif Dokter Rumah Sakit Hermina Bogor. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i1.24>
- Roudhonah, H. (2019). Ilmu Komunikasi edisi revisi. *Depok: PT Raja Grafindo Persada*.
- Rumengan, D. S. S., Umboh, J. M. L., & Kandou, G.

- D. (2015). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Pada Peserta BPJS Kesehatan di Puskesmas Paniki Bawah Kecamatan Mapanget Kota Manado. *Jikmu Suplemen*, 88–100.
<https://doi.org/10.1016/j.psychres.2014.11.019>
- Suprpto, S., & Malik, A. A. (2019). Implementasi Kebijakan Diskresi Pada Pelayanan Kesehatan Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan (Bpjs). *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 7(1), 1–8.
<https://doi.org/10.35816/jiskh.v7i1.62>
- Wijaya, I. S. (2017). 428-Article Text-1096-1-10-20160423. *Perencanaan dan Strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan*, XVIII(VOL 17, NO 1 JUNI (2015): LENTERA), 53–61.
https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428