

**ANALISIS KONTRIBUSI HUMAS PT JASA RAHARJA PERWAKILAN TK II
PADANGSIDEMPUAN DALAM MEMPUBLIKASIKAN LAYANAN
ASURANSI KEPADA MASYARAKAT**

SKRIPSI

Oleh:

RISKA AZIZAH

NIM. 0505161010

**Program Studi
ASURANSI SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2020 M/1442 H

**ANALISIS KONTRIBUSI HUMAS PT JASA RAHARJA PERWAKILAN TK II
PADANGSIDEMPUAN DALAM MEMPUBLIKASIKAN LAYANAN
ASURANSI KEPADA MASYARAKAT**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memproleh Gelar Sarjana (S1)
Jurusan Asuransi Syariah Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh:

RISKA AZIZAH

NIM. 0505161010



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020 M/1442 H**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riska Azizah

NIM : 0505161010

Tempat Tanggal lahir : Sikumbu,01 Juli 1998

Program Studi : Asuransi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Sikumbu, Jl. Lalu Lintas Natal No.53

Menyatakan Skripsi yang berjudul **“Analisis Kontribusi Humas PT Jasa Raharja Persero TK II Padangsidempuan Dalam Mempublikasikan Layanan Asuransi Kepada masyarakat”** adalah benar asli karya atau penelitian saya sendiri dan bukan karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dan akan saya pertanggung jawabkan keasliannya.

Medan, 06 Oktober 2020



Nim: 0505161010

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**ANALISIS KONTRIBUSI HUMAS PT JASA RAHARJA PERWAKILAN
TK II PADANGSIDEMPUAN DALAM MEMPUBLIKASIKAN
LAYANAN ASURANSI KEPADA MASYARAKAT**

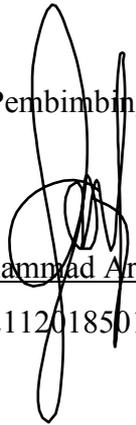
Oleh

Riska Azizah

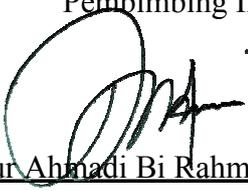
Nim.0505161010

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.)
Pada Program Studi Asuransi Syariah

Pembimbing I

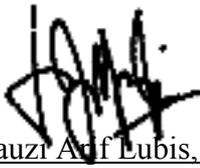

Dr. Muhammad Arif, MA
NIDN. 2112018501

Pembimbing II


Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si
NIDN. 2028129001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Asuransi Syariah


Dr. Fauzi Adf Lubis, MA
NIDN. 2024128401

Skripsi berjudul “ANALISIS KONTRIBUSI HUMAS PT JASA RAHARJA
PERSERO TK II PADANGSIDEMPUAN DALAM MEMPUBLIKASIKAN
LAYANAN ASURANSI KEPADA MASYARAKAT” atas nama Riska Azizah,
NIM 0505161010 Program Studi Asuransi Syariah telah di Munaqasyahkan pada
tanggal 03 November 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat
memproleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program Studi Asuransi Syariah.

Medan, 16 November 2020

Panitia Sidang Munaqasyah
Skripsi
Program Asuransi Syariah

Ketua,

Sekretaris,



Dr. Fauzi Arif Lubis, MA
NIDN. 2024128401



Aqwa Naser Daulay, M.Si
NIDN. 2024128801

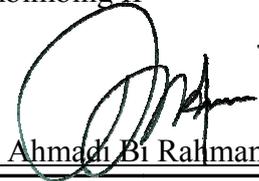
Anggota

Pembimbing I



Dr. Muhammad Arif, MA
NIDN. 2112018501

Pembimbing II



Nur Ahmad Bi Rahmani, M.Si
NIDN. 2028129001

Penguji I



Sri Ramadhani, SE. M.M
NIDN. 2015107502

Penguji II



Muhammad Syahbudi, M.A
NIDN. 2013048403

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
IslamUIN Sumatera Utara Medan

Dr. Andri Soemitra, M.A
NIDN. 2007057602

ABSTRAK

RISKA AZIZAH,0505161010,“**Analisis Kontribusi Humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan Dalam Mempublikasikan Layanan Asuransi Kepada Masyarakat**”. Dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi I Bapak Dr.Muhammad Arif, MA dan Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si sebagai Pembimbing Skripsi II.

Dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat hendaklah peran seorang humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan sangat perlu guna menunjang keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya, sebab kenyataan di lapangan masyarakat belum begitu paham dan mengerti masalah asuransi social dan asuransi kecelakaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui program kerja humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan, dampak dari kontribusi Humas dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat dan tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat sudah cukup berhasil terbukti dari tingkat pemahaman masyarakat terhadap asuransi sosial yang dikelola PT Jasa Raharja Padangsidempuan. Kontribusi humas yang telah diberikan dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat dalam berbagai bentuk seperti membuat iklan, sosialisasi, penyuluhan, CSR dan sponsorship. Media yang digunakan adalah media cetak dan media elektronik. Serta kerjasama dengan mitra kerja terkait seperti Rumah sakit dan kepolisian merupakan faktor pendukung aktivitas humas sehingga kegiatan sosialisasi dapat dilaksanakan dengan efektif.

Kata Kunci : Kontribusi Humas, Publikasi, dan Layanan Asuransi

KATA PENGANTAR



Assalamua'laikum Warahmatullahi Wabarakkatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah Subhana wata'ala atas segala rahmat, berkah, dan karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sesuai dengan kemampuan penulis. Tidak lupa juga shalawat berangkaian salam dihadirkan kepada junjungan besar baginda Rasulullah Muhammad SAW, semoga kita selalu berada di dalam naungan safa'atnya hingga akhir zaman nanti. Aamiin Yaa Robbal'alamin, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Kontribusi Humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan Dalam Mempublikasikan Layanan Asuransi Kepada Masyarakat”** yang di susun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada prodi asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU).

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menghadapi rintangan dan hambatan. Namun, Alhamdulillah berkat bimbingan dari Bapak Dr.Muhammad Arif, MA dan Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si sebagai pembimbing I dan pembimbing II tersebut dapat diatasi. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya dari hati yang paling dalam terkhusus kepada kedua orang tua penulis, yaitu ayahanda tercinta **Kibdul Lubis** dan Ibunda tersayang **Asmidar Nasution** atas do'a,

kasih sayang, motivasi yang tak pernah putus sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan sampai bangku sarjana. Saya selalu mendoakan kalian, semoga Allah menaikkan derajat dan memberikan balasan yang tak terhingga dengan surga-Nya yang mulia.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak **Dr. Andri Soemitra, M.A** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak **Dr. Fauzi Arif Lubis, M.A** dan Bapak **Aqwa Naser Daulay, M.Si** selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Program Studi Asuransi Syariah UIN Sumatera Utara Medan.
4. Ucapan terima kasih terdalam kepada Penasehat Akademik (PA) **Dr. Chuzaimah Batubara, M.A** yang selalu memberikan motivasi.
5. Bapak **DR. Muhammad Arif, M.A** selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak **Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si** selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ucapan terima kasih kepada Bapak Kepala Perwakilan Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan yaitu Bapak **Soni Sumono, S.H** serta karyawan-karyawan PT Jasa Raharja Perwakilan Padangsidempuan yang telah memberikan data dan informasi kepada penulis untuk mendukung penyelesaian skripsi ini.
8. Yang tersayang Nenek **Hj. Jahrana Batubara**, Mak Ayang **Suaidah Nasution, Asnita Nst** dan Adik-adik tersayang **Riswan Lubis, Reva Hariani, Ahmad Rifandi, Safrul Sani** serta semua keluarga yang telah memberikan motivasi, doa, dan kasih sayang selama ini.

9. Yang tersayang penulis ucapkan kepada sahabat tersayang “Orang Satu Dinding” seperti keluarga sendiri yang selalu banyak memberikan motivasi dan memberi semangat untuk saya terus melangkah maju dan berusaha menemani serta membantu saya selama ini begitupun dengan dukungan dan do’a kalian untuk saya, yaitu: **Dwi Ratna Sari, Riski Prima Suci Harahap, Risma Khadizah Sagala, Siti Wahyuni Nasution, Musriana Silitonga, dan Wildan Adha** kalian orang yang sangat luar biasa dalam hidup saya.
10. Teman Satu Kos **Riski Prima Suci**, Adikku **Aida Ulviani Nst, Sariati dan Rani**. Terimakasih telah menemani masa hidup susah dan senang selama berada satu atap.
11. Terima kasih banyak-banyak kepada teman sekelas Asuransi Syariah A dari tahun 2016 hingga sekarang ini yang masih memberikan informasi dan semoga pertemanan terjalin sampai til jannah.
12. Terima kasih juga kepada adik-adik yang begitu banyak sehingga kalau di buat namanya tidak muat dalam kertas ini. Intinya terima kasih banyak kepada sahabat, kawan, kakak, adik, kawan baru kenal, penulis ucapkan terima kasih banyak sebanyak-banyak nya.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekeliruann, baik dari segi penulisan dan penyusunannya. Oleh karena itu, penulis masih menerima kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Di samping itu, penulis juga berharap semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya. Amin Ya Rabbal Alamin.

Medan, 25 Agustus 2020

Penulis

RISKA AZIZAH

NIM:0505161010

DAFTAR ISI

Judul	
Lembar Persetujuan	
Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Batasan Istilah	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Teoriti	8
1. Humas	8
a. Pengertian Humas	8
b. Ciri-Ciri Humas.....	9
c. Fungsi Humas	10
d. Tujuan Humas	11
e. Kegiatan-Kegiatan Humas	14
f. Ruang Lingkup Humas	16
g. Media Humas	18
2. Publikasi.....	19
a. Pengertian Publikasi.....	19

b. Fungsi Proses Publikasi	20
c. Kegiatan Publikasi	21
d. Jenis Publikasi.....	22
3. Layanan	24
a. Pengertian Layanan.....	24
b. Karakteristik Pelayanan	26
c. Bentuk-Bentuk Pelayanan.....	26
d. Kualitas Pelayanan.....	28
e. Landasan Layanan Dalam Perspektif Islam.....	29
4. Tinjauan Umum Tentang Asuransi Kecelakaan Lalu Lintas Jalan.....	30
a. Beberapa Pengertian.....	30
b. Peraturan Asuransi Sosial Kecelakaan Lalu Lintas Jalan	31
c. Pihak-Pihak Dalam Asuransi Sosial Kecelakaan.....	31
d. Premi Asuransi Sosial Kecelakaan Lalu Lintas Jalan	32
 B. Kajian Terdahulu	 33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	36
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	36
E. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Hasil Penelitian	44
1. Sejarah Umum PT. JASA RAHARJA (Persero)	44
2. Logo Perusahaan, Visi Dan Misi.....	46
3. Struktur Organisasi	47
4. Deskripsi Tugas PT Jasa Raharja	48
5. Program Kerja Humas PT Jasa Raharja Padangsidempuan	51

6. Dampak Kontribusi Humas PT. Jasa Raharja Padangsidempuan ...	58
7. Tanggapan Masyarakat Terhadap Kontribusi Humas.....	61
B. Pembahasan.....	68
1. Program Kerja Humas PT Jasa Raharja Padangsidempuan.....	68
2. Dampak Kontribusi Humas PT. Jasa Raharja Padangsidempuan....	69
3. Tanggapan Masyarakat Terhadap Kontribusi Humas.....	70
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Laporan Perkembangan Kecelakaan PT Jasa Raharja	62
Tabel 4.2 Profil masyarakat penerima santunan	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Perusahaan	43
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4.3 Website Jasa Raharja.....	53
Gambar 4.4 Instagram Jasa Raharja.....	53
Gambar 4.5 Youtube Jasa Raharja.....	54
Gambar 4.6 Giat PAM PATARU Jasa Raharja	55
Gambar 4.7 Sosialisasi Keselamatan Berlalu Lintas	56
Gambar 4.8 Kegiatan Pengobatan Gratis Jasa Raharja.....	56
Gambar 4.9 Sosialisasi Tugas Pokok Dan Fungsi Jasa Raharja	57
Gambar 4.10 Koordinasi Dengan Angkutan Umum dan Travel	57
Gambar 4.11 Penyuluhan Pajak Kendaraan Bermotor	58
Gambar 4.12. Survei Penilaian Penerima Santunan	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan era global ini, sarana transportasi merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan manusia dalam melakukan aktivitasnya. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dibidang pengaruh positif terhadap kehidupan masyarakat, namun juga membawa dampak negatif antara lain timbulnya masalah-masalah dibidang lalu lintas seperti kecelakaan lalu lintas dan penumpang umum. Inilah suatu keadaan yang tidak dapat diramalkan secara pasti. Keadaan ketidakpastian tersebut dalam bentuk kecelakaan lalu lintas jalan raya. Di Indonesia, transportasi mempunyai peranan yang vital dan strategis. Dengan demikian transportasi sangatlah dibutuhkan bukan hanya sebagai sarana berkendara tetapi sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Secara umum, sektor perhubungan dapat dikategorikan ke dalam tiga bagian yaitu perhubungan darat, perhubungan laut, dan perhubungan udara. Pengguna transportasi yang paling banyak adalah pengguna kendaraan pribadi atau kendaraan umum seperti kereta api, kapal laut dan pesawat. Transportasi tidak hanya memberikan manfaat dan pengaruh positif pada kehidupan masyarakat, akan tetapi terdapat dampak negatif diantaranya di bidang lalu lintas seperti kecelakaan. Korban kecelakaan baik luka ringan maupun luka berat, karena kendaraan pribadi yang sekarang didapat, lebih murah, praktis dan efisien.¹

Yang menyebabkan kemacetan dalam berlalu lintas, dikarenakan tingkat masyarakat yang menggunakan kendaraan pribadi sudah meningkat jumlahnya daripada pengguna kendaraan umum sehingga menyebabkan kemacetan. Kemacetan berdampak pada keseimbangan pemenuhan kebutuhan masyarakat didalam berkendara.

Sehingga dalam berkendara, masyarakat sering menghiraukan rambu-rambu lalu lintas yang ada. Ketidakpastian ini dapat menyebabkan terjadi

¹Muhammad Abdul Kadir, *Hukum Asuransi Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti), 2002, hal; 12

kecelakaan dalam berlalu lintas. Kecelakaan yang terjadi tidak hanya berdampak pada kerugian material, tetapi juga pada keselamatan pengguna kendaraan dan orang lain dapat menyebabkan luka-luka, cacat tetap bahkan kematian.²

Pada dasarnya, setiap warga negara harus mendapatkan perlindungan terhadap kerugian yang diderita karena resiko-resiko tersebut oleh negara. Khususnya resiko yang diakibatkan dari kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang umum yang semakin meningkat. Peningkatan kecelakaan di jalan raya tersebut disebabkan karena kemajuan ekonomi dan teknologi khususnya dibidang transportasi. Karena semakin ketatnya persaingan dibidang ekonomi masyarakat lupa memperhatikan resiko yang akan timbul dikemudian hari. Karena persaingan tersebut, sehingga resiko bukan menjadi halangan, bahkan terkesan menjadi sebuah tantangan pengguna sarana jalan raya untuk dihadapinya.

Oleh karena itu, masyarakat pengguna sarana jalan raya harus memperoleh perlindungan dari pemerintah. Setiap orang yang menjadi korban mati atau cacat tetap akibat kecelakaan yang disebabkan oleh alat angkutan lalu lintas jalan tersebut dalam pasal 1, akan memberi dana kerugian kepadanya atau kepada ahli warisnya sebesar jumlah yang ditentukan berdasarkan peraturan pemerintah. PT Jasa Raharja (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyelenggarakan asuransi sosial dimana salah satu produk asuransi yang ditawarkan kepada masyarakat adalah produk kerugian Jasa Raharja.

Sejalan diterbitkan UU No.2 tahun 1992 tentang usaha perasuransian, yang antara lain mengharuskan bahwa perusahaan asuransi yang telah menyelenggarakan program asuransi sosial dilarang menjalankan asuransi lainse lain asuransi sosial. Program asuransi sosial yaitu menyelenggarakan Dana Pertanggunganaan Wajib Kecelakaan Penumpang sebagaimana diatur dalam UU No.33 tahun 1964 tentang Dana Pertanggunganaan Wajib Kecelakaan Penumpang dan UU No.34 tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan.

PT Jasa Raharja (Persero) sebagai alat untuk melakukan tugas dan tanggungjawab sosial untuk memupuk, menghimpun, dan menyalurkan dana

²Femny, Lomboan Meilly, *Implementasi Tepat Pelayanan Santunan Korban Kecelakaan Lalu Lintas Jalan*, (Surabaya: UPN JATIM), 2012, hal. 15

santunan Jasa Raharja sebagai jaminan pertanggung kepada korban/ahli waris korban kecelakaan lalu lintas di jalan raya. Santunan tersebut berasal dari Iuran Wajib (IW) dan Sumbangan Wajib (SW) yang berasal dari penumpang alat angkutan umum, darat, laut maupun udara serta dari pemilik kendaraan bermotor lainnya. Oleh karena itu dilakukan kerja sama dengan berbagai pihak.

Didalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar Iuran Wajib yang dilakukan oleh setiap penumpang yang menggunakan alat transportasi umum membayarkan Iuran Wajib yang disatukan dengan ongkos angkut pada saat pembelian karcis dan pembayaran Sumbangan wajib dilakukan secara periodik di kantor SAMSAT (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) pada saat pendaftaran dan perpanjangan STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan).³

Dalam persaingan yang begitu ketat salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai target yang ditentukan perusahaan dengan memperkenalkan produknya, agar dapat dikenal oleh masyarakat. Maka keberadaan dan peran humas sangatlah penting dalam sebuah lembaga/perusahaan, karena humas merupakan ujung tombak atau penunjang tercapainya tujuan perusahaan dalam menjelaskan, mengumumkan, mempertahankan, mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktivitas perusahaan yang ditujukan kepada masyarakat.

Adapun program kegiatan yang dilakukan humas PT Jasa Raharja yaitu dengan mengadakan sosialisasi ke sekolah-sekolah, universitas, kecamatan, komunitas dan juga supir angkutan umum. Dan adapun peran humas adalah membagikan informasi atau memberikan pesan-pesan kepada masyarakat umum terkait perusahaan dan berperan aktif dalam pengambilan keputusan untuk memberikan saran melalui ide-ide yang menarik demi menyukseskan program kerja lembaga instansi yang bersangkutan.

Berdasar penelitian terdahulu kontribusi humas PT Jasa Raharja cabang Riau dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang umum adalah dengan memberikan pelayanan yang berkuwalitas dengan bersikap ramah terhadap nasabah, humas juga menginformasikan berbagai

³Tuti Rastuti, *Aspek Hukum Perjanjian Asuransi*, (Yogyakarta:Pustaka Yustisia, 2011), hal. 20

program-program kegiatan bertujuan untuk penyebaran informasi tentang keberadaan PT Jasa Raharja, humas bertanggung jawab penuh terhadap apa yang telah diberikan pada masyarakat dimana proses tidak ada potongan sepersen pun.

Keberadaan humas merupakan telinga dan mulut dari instansi dalam merespon dan menyampaikan pesan dari masyarakat sebagai komunikasi dalam menarik simpati masyarakat supaya tujuan perusahaan berhasil dengan baik dalam menjalankan tugas melayani asuransi sosial kecelakaan lalu lintas jalan. Namun dengan keterbatasan sumber daya manusia dilingkungan humas dan rendahnya tingkat pemahaman masyarakat tidak jarang sering terjadinya misscommunication ditengah masyarakat dalam memaknai program layanan asuransi kecelakaan lalu lintas jalan dan angkutan umum.

Namun berdasarkan pengamatan peneliti sendiri melihat kurangnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap perusahaan asuransi sosial Jasa Raharja. Sebagaimana dikemukakan Bapak Doli Kurnia Hutagalung selaku bagian umum dan keuangan di PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan. Untuk meningkatkan citra perusahaan dilihat dari tingkat pemahaman masyarakat.

Tapi pada kenyataannya tingkat pemahaman dan persepsi masyarakat Padangsidempuan terhadap asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum hanya mencapai 60%. Karena itu tugas dari Humas perusahaan ini harus benar-benar mampu mengemban tugasnya dengan sebaik mungkin. Apalagi humas dituntut dengan memberikan informasi tentang Jasa Raharja kepada masyarakat bahwa PT Jasa Raharja adalah perusahaan layanan asuransi sosial korban kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum.

Dilihat dari tingkat pemahaman masyarakat Padang Sidempuan tentang asuransi kecelakaan yang hanya mencapai 60% ini menjadi suatu permasalahan yang menarik untuk diteliti, dengan demikian penulis merasa perlu menganalisis peran dan tugas humas demi meningkatkan pemahaman masyarakat, maka penulis tertarik mengambil judul “Analisis Kontribusi Humas PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan Dalam Mempublikasikan Layanan Asuransi Kepada Masyarakat”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja program kerja dari humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum kepada masyarakat?
2. Apakah dampak dari kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum terhadap masyarakat?
3. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan :

1. Program kerja dari humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum kepada masyarakat.
2. Dampak dari kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum terhadap masyarakat.
3. Tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum.

D. Manfaat Penelitian

Disamping mempunyai tujuan di atas, adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah dan mengembangkan wawasan peneliti tentang kontribusi humas PT. Jasa Raharja dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum terhadap masyarakat.

2. Bagi PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan

Memberikan informasi dan bahan masukan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk PT. Jasa Raharja Perwakilan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum terhadap masyarakat.

3. Bagi Masyarakat

Dapat memperluas pengetahuan serta wawasan masyarakat tentang kontribusi humas di PT Jasa Raharja dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu lintas jalan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bahan bacaan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan kontribusi humas PT. Jasa Raharja dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum terhadap masyarakat.

E. Batasan Istilah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis membuat batasan istilah mengenai kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Kontribusi

Robert D.Reid memberikan penjelasan mengenai jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud, tidak seperti produk yang berwujud jasa bukan fisik, tetapi sesuatu yang menghadirkan kegiatan atau perbuatan.

2. Humas

Humas menurut Scott M. Cutlip. Allen H. Center dan Glem M.Broom adalah fungsi manajemen yang mengenali,membangundan memelihara

hubungan saling menguntungkan antara sebuah organisasi dan berbagai khalayaknya dimana kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut bergantung.⁴

3. Publikasi

Merriam Webster publikasi adalah setiap tindakan atau rancangan/desain produk yang menarik khalayak, seperti informasi yang mempunyai nilai berita sehingga menarik perhatian dan dukungan masyarakat.⁵

4. Layanan

Layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁶

5. Asuransi PT. Jasa Raharja

Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, dimana pihak yang satu berkewajiban membayar iuran dan pihak yang lain memberikan jaminan jaminan sepenuhnya, apabila terjadi sesuatu yang menimpa dirinya. Sedangkan PT jasa Raharja adalah badan usaha milik negara untuk mengelola asuransi sosial khususnya korban kecelakaan.

⁴Scott M. Cutlip. Allen H. Center, Glem M. Broom, "*Effective Public Relations*," edisi 8, (Penerbit : Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall,1999), h.12

⁵Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), h.653

⁶Fandy Djiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang : Bayu Media, 2011), h.94

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Toritis

1. Humas

a. Pengertian Humas

Defenisi yang dikembangkan oleh Rex F. Harlow. Humas adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian penerimaan dan kerjasama antar organisasi dengan khalayaknya melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan, membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggap terhadap opini publik, menetapkan dan menegaskan tanggungjawab manajemen dalam mengikuti memanfaatkan perubahan secara efektif dan dalam penerapannya sebagai sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan dan menggunakan penelitian serta tehnik-tehnik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama.¹

Sedangkan Humas menurut Scott M. Cutlip. AllenH. Center dan Glem M. Broom dalam *Effective public Relation* Humas adalah fungsi manajemen yang mengenali, membangun dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara sebuah organisasi dan berbagai khalayaknya dimana kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut bergantung.²

Dari defenisi-defenisi tersebut dapat disimpulkan humas terdiri atas empat unsur dasar, yaitu :

- 1) Humas merupakan filsafat manajemen yang bersifat sosial. Hal ini berarti bahwa humas meletakkan kepentingan masyarakat lebih dulu daripada segala sesuatu yang berkenaan dengan perilaku organisasi.

¹ Silvi Fariani dan Aryanto, *Public Relations profesi Dan Praktek*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2009), h. 30

²*Ibid* Scott M. h.12

- 2) Humas merupakan suatu pernyataan tentang filsafat tersebut dalam keputusan kebijaksanaan. Setiap lembaga memiliki kebijaksanaan-kebijaksanaan yang menetapkan sejumlah tindakan-tindakan yang harus diikuti dalam kegiatannya. H.W.Close menunjukkan pentingnya humas sebagai suatu fungsi manajemen dan mengidentifikasi masalah-masalah yang lebih besar kepentingannya bagi organisasi, dan kemudian merekomendasikan apa yang seharusnya dilakukan organisasi untuk mengatasi masalah tersebut.³
- 3) Humas adalah tindakan sebagai akibat dari kebijaksanaan sehat. Lebih berarti kebijaksanaan itu, harus diungkapkan dalam tindakan-tindakan.
- 4) Humas merupakan komunikasi dua arah. Melalui komunikasi ke arah publiknya, Humas merupakan komunikasi dua arah. Melalui komunikasi ke arah publiknya, manajemen kemudian menjelaskan, mengumumkan, atau mempromosikan kebijakannya kepada publik dengan maksud untuk mengukuhkan pengertian dan penerimaan sehingga memperoleh saling pengertian dan iktikad baik.

b. Ciri-Ciri Humas

Ciri adalah tanda yang khas untuk mengenal atau mengetahui. Berfungsi atau tidaknya humas dapat diketahui dari ada atau tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Adapun ciri-ciri humas antara lain :

- 1) Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
- 2) merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan manajemen sebuah organisasi.
- 3) Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik eksternal dan publik internal.

³ H.W.Close, "*Public Relation as management Function*", dalam *Jurnal Relation public* 36, no.3, (Maret 1980), h. 11

- 4) Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.⁴

Dari ciri-ciri humas diatas dapat disimpulkan bahwa humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan manajemen sebuah organisasi.

c. Fungsi Humas

Ada dua fungsi humas yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif. Dalam fungsi konstruktif ini, humas mendorong semua aktivitas atau kegiatan yang dilakukan perusahaan atau organisasi sehingga dapat terencana dan berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Sedangkan dalam fungsi korektif, humas diibaratkan sebagai pemadam kebakaran, artinya apabila sebuah perusahaan atau organisasi terjadi masalah-masalah dengan publik, maka dapat segera mengatasi dan menyelesaikan masalah tersebut.⁵

Scott M. Cutlipp dan Allen Center dalam bukunya *Effective Public Relation*, memberikan penjelasan mengenai fungsi humas sebagai berikut :

- 1) Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut.
- 2) Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik.
- 3) Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.⁶

⁴Onong Uchjana Effendi, *Hubungan Masyarakat:suatu studi komunikologis*, Cetakan ke.6, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya,2020), h.24

⁵ Frida Kusumastuti, *Dasar- Dasar HUMAS*, (Jakarta: Ghalia Indonesia,2002), .h.22

⁶*Ibid Scot M Cutlipp*, h.12

Penjelasan tersebut memberi gambaran bahwa fungsi humas yaitu memudahkan dan menjamin opini yang bersifat mewakili publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan beserta operasional organisasi data dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan publik.

Menurut Firsan Nova “Fungsi utama PR adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antarlembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat yang menguntungkan lembaga organisasi”.⁷ Dari pendapat tersebut bahwa langkah pertama yang harus dilakukan *public relation* adalah menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal, dengan cara mengenal baik publik, saling berkomunikasi dengan publik, dan selalu menjaga nama baik perusahaan atau organisasi ketika sedang bekerjasama dan atau berhubungan dengan publik. Dengan begitu akan tercipta iklim pendapat (*opini public*) yang menguntungkan lembaga atau perusahaan atau organisasi.

d. Tujuan Humas

Istilah humas yang dikenal sekarang ini, secara sederhana disebut juga Hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat pada hakikatnya adalah aktivitas, sehingga tujuan hubungan masyarakat/humas dapat dianalogikan dengan tujuan komunikasi. Pada dasarnya tujuan setiap perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal, ini hanya dapat dicapai apabila perusahaan cukup berhasil dalam menjalankan kegiatannya. Menurut Frida Kusumastuti tujuan humas dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (Aspek Kognisi).
Saling pengertian dimulai dari saling mengenal atau mengetahui satu sama lain. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan harus menunjukkan adanya usaha untuk saling

⁷ Firsan Nova, *Crisis Public Relations*,(Jakarta: Kencana,2011), h. 49

mengenal dan mengerti antara publik dan organisasi. Sifat komunikasinya cenderung informatif yaitu dengan memberikan informasi kepada publik tentang organisasi, baik menyangkut isu-isu ataupun kegiatan yang diadakan organisasi.

2) Menjaga dan membentuk saling percaya (Aspek Afeksi).

Untuk mencapai tujuan saling percaya, seorang humas harus menerapkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Dengan ketulusan atau kebaikan, seorang humas harus mampu mempersuasi publik untuk percaya kepada organisasi, sebaliknya juga organisasi untuk percaya kepada publiknya. Misalnya, hubungan dengan pers, seorang humas memberikan informasi kepada organisasi dan pers. Seorang humas harus mampu meyakinkan kedua belah pihak untuk dapat menerima dan menghormati kepentingan masing-masing. Selain itu juga harus mampu meyakinkan bahwa publisitas yang buruk merupakan suatu halangan bagi pihak organisasi.

3) Memelihara dan menciptakan kerjasama (Aspek Psikomotoris).

Tujuan berikutnya adalah dengan komunikasi diharapkan akan terbentuknya bantuan dan kerjasama nyata. Artinya, bantuan dan kerjasama ini sudah dalam bentuk perilaku atau termanifestasikan dalam bentuk tindakan. Misalnya, hubungan dengan pers, seorang humas sebagai wakil organisasi senantiasa terbuka terhadap pers yang menginginkan fakta, tidak mempersulit kerja pers dalam mendapatkan informasi dan menghubungi sumber berita, serta bila mungkin humas memberi ide kepada pers.⁸

Mengacu pada tiga tujuan yang telah disebutkan, bahwa setelah pengetahuan atau pikiran dibuka, emosi atau kepercayaan disentuh maka selanjutnya perilaku positif dapat diraih. Pada dasarnya tujuan hubungan

⁸ *Ibid*, Frida kusumastuti, h.20

masyarakat yang lebih besar yaitu terbentuknya citra atau image yang *favourable* (baik) terhadap organisasi dimana humas berada.

Frank Jefinks mendefinisikan dari sekian banyak hal yang dapat dijadikan tujuan humas sebuah perusahaan, beberapa di antaranya yang pokok adalah:

- 1) Untuk mengubah citra umum di mata khalayak/masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
- 2) Untuk meningkatkan bobot kualitas calon pegawai.
- 3) Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- 4) Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar baru.
- 5) Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atas saham tambahan.
- 6) Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayak/masyarakatnya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan khalayak/masyarakat terhadap niat baik perusahaan.
- 7) Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
- 8) Untuk meyakinkan khalayak bahwasanya perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.
- 9) Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi risiko pengambil alihan (*take-over*) oleh pihak-pihak lain.
- 10) Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.

- 11) Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktifitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.
- 12) Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.⁹

Mengingat jenis dan karakter organisasi itu bermacam-macam, maka tujuannya pun sangat bervariasi. Setiap tujuan organisasi, baik komersial maupun non-komersial, sama-sama memerlukan suatu program yang terencana yang usaha pencapaiannya juga harus disertai dengan kegiatan-kegiatan humas. Seorang humas dituntut untuk bekerja keras dalam mengeksploitasi, mendorong, serta mengintegrasikan sumber-sumber daya komunikasi yang ada dalam perusahaan guna untuk peningkatan perusahaan dan tentunya untuk kepentingan publik.

e. Kegiatan-Kegiatan Humas

Jenis pekerjaan yang dilaksanakan oleh seorang humas tentunya berbeda antara satu organisasi dengan organisasi lainnya. Masing-masing mempunyai kemampuan yang tidak sama. Dalam konteks humas, semua kegiatan yang dilakukan harus memiliki tujuan yang jelas dan target *public* yang jelas. Oleh karena itu ketika merencanakan program humas, yang paling penting adalah mengidentifikasi siapa *public* yang menjadi sasaran dari kegiatan tersebut.

Kegiatan humas yang ditujukan pada *public* bisa meliputi:

- 1) Memberikan kesempatan untuk ikut pelatihan, atau pendidikan formal ke jenjang yang lebih tinggi, mengikuti seminar-seminar yang berkaitan dengan job nya, sehingga staf akan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik yang sekaligus akan lebih meningkatkan rasa percaya diri.
- 2) Melalui kegiatan-kegiatan komunikasi formal yang rutin dilakukan seperti rapat mingguan atau bulanan atau hanya briefing di pagi

⁹Lestari Wahyuningsih, *Tugas Dan Fungsi Public Relation Dalam Organisasi*, Sekretaris D III, h.13

hari sebelum semuanya memulai tugas masing-masing. Hal ini akan membuat seluruh staf selalu mengetahui apa yang terjadi di lingkungan kerjanya, sehingga mereka selalu merasa menjadi bagian dari tim kerja yang ada. Komunikasi formal juga bisa dilakukan secara tertulis seperti memo, papan pengumuman, dan surat.

- 3) Komunikasi informal yang dilakukan sehari-hari baik secara horizontal maupun secara vertical. Karena itu harus diciptakan situasi komunikasi yang terbuka, saling menghargai dan saling percaya agar tercipta lingkungan kerja yang menyenangkan yang akan meningkatkan produktivitas kerja.¹⁰

Kegiatan humas menurut Jefkins (1992) dalam setahun dapat terdiri dari sebagian atau seluruhnya sebagai berikut :

- 1) Menulis dan mendistribusikan berita-berita baru, foto-foto dan tulisan.
- 2) Mengatur konferensi pers, resepsi, dan kunjungan-kunjungan ke fasilitas.
- 3) Memelihara pelayanan informasi media.
- 4) Mengatur wawancara pers, radio, dan televisi dengan manajemen.
- 5) Memberikan instruksi kepada juru foto dan merawat perpustakaan foto.
- 6) Menyunting dan menerbitkan majalah atau surat kabar pegawai serta mengatur alat-alat komunikasi intern lainnya seperti kaset, video, slide, dan majalah dinding.
- 7) Menulis dan memproduksi barang cetakan seperti bacaan tentang pendidikan, sejarah perusahaan, laporan tahunan, bacaan pengenalan bagi para pegawai baru, dan poster-poster pendidikan untuk sekolah.

¹⁰ Neneng Komariah, *Kegiatan Public Relations Dalam Menunjang Terciptanya Image Yang Positif Terhadap Perpustakaan Umum*, Ilmu komunikasi, 2019, h.10

- 8) Memesan bahan audio visual. Seperti flim-flim dokumentor, penyajian *slide* secara sinkron, kaset video serta pendistribusiannya, pendaftaran, pertunjukan dan pemeliharannya.
- 9) Mengatur dan menyamakan identitas perusahaan serta corak gedung seperti logo, panduan warna, dan tanda kendaraan.¹¹

Dengan diketahuinya kegiatan- kegiatan yang dilakukan humas baik dalam mendistribusikan berita-berita baru, memelihara pelayanan media, mengatur wawancara pers, memproduksi barang-barang cetakan, memesan bahan audio visual, menerbitkan majalah serta mengatur identitas perusahaan tersebut di atas tentu akan mempermudah tercapainya tujuan perusahaan.

f. Ruang Lingkup Humas

Humas lebih diskriminatif dimana setiap organisasi menjalin komunikasi baik secara internal maupun eksternal. Hal ini sesuai dengan ruang lingkup humas dalam sebuah organisasi/institusi/lembaga antara lain :

- 1) Membina hubungan ke dalam (*inward looking*)
Seorang humas harus mampu mengidentifikasi atau mengenai hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan dijalankan di organisasi.
- 2) Membina hubungan ke luar (*outward looking*)
Seorang humas harus mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik luas (masyarakat luas) yang positif terhadap lembaga yang diwakilkannya.¹²

Secara garis besar, khalayak humas ada dua yaitu publik internal yang menjadi bagian dari unit atau badan perusahaan atau intitusi organisasi itu sendiri dan publik eksternal (publik secara umum atau masyarakat). Tetapi humas

¹¹ *Ibid*, Lestari Wahyuningsih, h.16

¹² Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h.23

mengidentifikasi adanya delapan khalayak utama yang sering menjadi sumber khalayak dari berbagai macam organisasi secara umum antara lain :

- 1) Masyarakat luas
Segmen masyarakat yang menjadi khalayak bagi suatu organisasi berbeda dari khalayak organisasi yang lain. Bahkan khalayak dari organisasi yang berada di satu lokasi yang samapun sering berbeda.
- 2) Calon pegawai atau anggota
Humas harus dapat memberikan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak ini secara lengkap. Dengan menyebarkan informasi yang memadai kepada mereka, maka mereka akan mengetahui bentuk kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan yang diwakili.
- 3) Pegawai atau anggota
Khalayak ini meliputi semua orang yang bekerja pada suatu perusahaan. Mulai dari pimpinan hingga karyawan di jajaran terbawah.
- 4) Pemasok
Ada dua macam pemasok, yaitu pemasok jasa-jasa seperti air bersih dan energi seperti PLN (Perusahaan Listrik Negara) maupun telkom dan pemasok berbagai bahan baku serta komponen produksi seperti pemasok komputer, pemasok alat-alat tulis kantor maupun barang-barang habis pakai kantor.
- 5) Masyarakat keuangan
Ini dapat dimulai dari bank kecil lokal sampai Bursa Saham Nasional. Tergantung pada lingkup kerja perusahaan.
- 6) Distributor
Distributor adalah mereka yang menanganifungsi perantara antara produsen dan konsumen. Mereka mengambil produk perusahaan produsen dalam jumlah besar antar mengedarkannya ke tangan para konsumen.

7) Konsumen dan pemakai

Konsumen dan pemakai produk adalah mereka yang menggunakan hasil dari organisasi. Bukan hanya rumah tanggajuga perusahaan pembeli dalam partai besar yang lazim disebut sebagai pemasok sekunder.¹³

g. Media Humas

Dalam menjalankan tugasnya, seorang humas membutuhkan media sebagai alat pendukung untuk terciptanya komunikasi atau penyampaian pesan yang efektif. Adapun media untuk mendukung kegiatan humas antara lain:

1) Media cetak adalah sutu media yang penyajian pasarnya tercetak, misalnya jurnal, majalah dan surat kabar.

2) Media elektronik, seperti Audio (radio) dan Audio visual (televisi)

a) Radio.

Media komunikasi radio atau yang biasa disebut media audio merupakan media utama informasi, hiburan dan pendidikan masa yang sangat populer.

b) Televisi.

Televisi merupakan suatu media komunikasi yang sering disebut audio visual, maksudnya suatu alat yang bisa memberikan informasi melalui gambar dan suara.

3) *Special event*. Suatu kegiatan atau media pertemuan langsung (*facetoface*), misal presentasi, diskusi panel, seminar, dan pameran.

4) Media luar ruang. Media luar ruang adalah suatu media komunikasi yang disajikan di tempat umum secara sejalan dengan ukuran yang lebih besar misalnya papan reklame, spanduk, benner dan poster.¹⁴

¹³*Ibid Frank jeffkins*, h.72-73

¹⁴*Ibid*, h.17

2. Publikasi

a. Pengertian Publikasi

Publikasi merupakan alat penting baik dalam bauran promosi maupun dalam bauran publik relation karena publikasi merupakan salah satu relasi komponen yang cukup berperan banyak untuk menunjang dalam keberhasilan dalam publikasi promosi. Publikasi adalah penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk kepentingan tertentu dari organisasi dan perorangan tanpa pembayaran pada media.

Sedangkan menurut Merriam Webster publikasi adalah setiap tindakan atau rancangan atau desain produk yang menarik khalayak, seperti informasi yang mempunyai nilai berita sehingga menarik perhatian dan dukungan masyarakat.¹⁵ Sedangkan menurut Nisberg dalam buku komunikasi serba ada serba makna, menyatakan publikasi adalah informasi yang dirancang untuk memperhatikan, memperkenalkan, mempertahankan nama dan kehormatan seseorang, kelompok atau suatu organisasi kepada khalayak dalam suatu konteks tertentu melalui media dengan tujuan menciptakan daya tarik khalayak.¹⁶

Publikasi mempunyai peran yang sangat penting bagi berjalannya suatu kegiatan publisitas. Sebagaimana publikasi berperan sebagai sistem dimana publikasi ini mengolah informasi hingga sampai pada proses informasi pada proses informasi itu didapat. Menurut proses dari kegiatan yang dilakukan publikasi merupakan suatu kegiatan yang berat dan harus bisa dipertanggung jawabkan. Sebab dalam proses yang dilakukan publikasi ini berhubungan dengan kasus yang sedang dialami oleh publik. Sehingga pesan informasi yang diolah dan akan disampaikan harus benar-benar fakta dan mempunyai respon tanggung jawab terhadap kasus yang sedang dialami oleh instansi atau lembaga yang terkait.

Proses publikasi didasarkan pada akibat dari setiap pemberitaannya yaitu yang berhubungan dari setiap kata dan disebarkannya dapat mempengaruhi khalayak. Proses publikasi ini menyangkut nilai-nilai dalam penilaian terhadap

¹⁵*Ibid, Silvi Fariani, Aryanto* h.32

¹⁶*Ibid, Alo Liliweri* h.653

masyarakat, yakni seberapa respek respon yang diterima oleh pihak yang bersangkutan dalam mengelola informasi terhadap kasus yang diterima terhadap kasus yang diterima. Adapun unsur utama yang mempengaruhi dalam proses publikasi, antara lain :

- 1) Adanya sumber publikasi sebagai sumber informasi yaitu dimana stimuli, media, atau informan menyampaikan pesan berupa informasi apa yang sedang terjadi baik diumumkan melalui media atau seorang sumber informan.
- 2) Adanya *message* yang bersifat *informative* yakni terdapat sesuatu isi pesan yang disampaikan sebagai bahan informasi.
- 3) Adanya media dalam bentuk ruang-ruang fisik sebagai tempat dimana sesuatu diinformasikan atau disebarluaskan.
- 4) Adanya manajemen kegiatan atau aktivitas mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan atau evaluasi.
- 5) Adanya *audiens*, masyarakat umum, segmen khalayak yang menjadi target peyebarluasan informasi. Yaitu *audiens* sebagai sasaran untuk menerima dari hasil publikasi sehingga dapat dimengerti isi pesan dari informasi yang disebarkan tersebut.
- 6) Adanya tujuan, yaitu untuk mengetahui suatu informasi tertentu, mengubahsikap untuk setuju atau tidak setuju tentang sesuatu yang ditunjukkan dengan adanya keputusan tertentu untuk diikuti.

Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan publikasi merupakan suatu kegiatan dalam menyampaikan dan menyebarluaskan pesan atau informasi yang berkaitan dengan lembaga atau organisasi kepada publik internal maupun eksternal dengan menggunakan media komunikasi sebagai saluran penyampaian pesan yang efektif.

b. Fungsi Proses Publikasi

Publikasi adalah alat yang digunakan humas untuk mendukung tujuan manajemen. Fungsi dari proses publikasi ada 4 yaitu :

- 1) *Pure publikasi* (publikasi murni) merupakan cara mempublikasikan diri kepada *public* melalui aktivitas kemanusiaan sebagai wujud dari interaksi sosial dan cultural secara murni. Artinya aktivitas dalam publikasi ini didorong oleh motivasi dasar manusia bahwa interaksi sosial manusia itu bermanfaat bagi pemenuhan sosiologis dalam kehidupan masyarakat.
- 2) *Free publicity* (publikasi bebas). Publikasi yang dilakukan seseorang secara bebas tanpa mengeluarkan uang untuk membeli media. Hal ini dimungkinkan karena saat ini ada begitu banyak media yang menyediakan ruang dan waktu mempublikasikan diri pribadi, pekerjaan, informasi, kesuksesan dan prestasi yang pernah diraih atau mengungkapkan apa dan siapa yang dicari.
- 3) *Te-In-Publicity* yakni publikasi yang dilakukan dengan memanfaatkan kejadian yang luar biasa. Sebuah peristiwa yang luar biasa dengan sendirinya memikat media untuk meliput.
- 4) *Paid publicity*. Membayar publikasi yaitu dengan mempopulerkan dengan membeli program atau yang dijual media massa. Yakni media menjual ruang dan waktu kepada mereka yang membutuhkan.

c. Kegiatan Publikasi

Humas memiliki tugas mempublikasikan suatu kegiatan serta menjalin komunikasi dengan masyarakat. Menurut Nova (2011) kegiatan publikasi seorang humas yaitu :

- 1) Pubsilitas adalah penempatan berupa artikel, tulisan, foto, atau tayangan visual yang penuh nilai berita baik karena luar biasa, penting, atau mengandung unsur-unsur emosional, kemanusiaan dan humor secara gratis dan bertujuan untuk memusatkan perhatian terhadap suatu tempat, orang atau suatu instansi yang biasanya dilakukan oleh penerbitan umum.

- 2) *Event* (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh humas (*public relation*) dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: pameran, seminar, dan kampanye *public relation*. Hal yang berkaitan dengan penyusunan program acara yang dibedakan menjadi :
 - a) *Calenderevent : regular event* (kegiatan rutin)
 - b) *Special event* : kegiatan khusus yang dilakukan pada moment tertentu.
 - c) *Moment event* : kegiatan bersifat momentum.
- 3) *News* (pesan/berita) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung, informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapat respon positif.
- 4) *Press release* adalah informasi dalam bentuk tulisan yang dibuat oleh humas suatu organisasi atau perusahaan yang disampaikan kepada pengelola *pers* atau redaksi media massa (Televisi, radio, surat kabar, dan majalah) untuk dipublikasikan dalam media massa tertentu.
- 5) Penggunaan media baru. Informasi yang dikomunikasikan ke khalayak dengan menggunakan media internet seperti *web*, *blog*, dan sosial media.

d. Jenis Publikasi

Menurut Fariani dan Aryanto terdapat dua jenis publikasi menurut target komunikasinya, yaitu publikasi internal dan publikasi eksternal. Publikasi internal ditunjukkan kepada pihak dalam perusahaan, organisasi, ataupun kelompok tersebut, dapat disampaikan melalui :

- 1) Secara formal melalui rapat internal.
- 2) Memanfaatkan media internal seperti internet, bulletin atau majalah internal perusahaan.

- 3) Penempatan media publikasi cetak di perusahaan seperti penempelan poster, pembagian brosur atau *player* sehingga tidak hanya karyawan yang mengetahui namun juga para tamu ataupun pelanggan yang datang ke kantor.

Sedangkan pada publikasi eksternal ditujukan kepada khalayak luar perusahaan, organisasi ataupun kelompok. komunikasi publikasi yang dilakukan lebih bersifat kompleks jika dibandingkan kepada pihak internal, karenanya perlu dilakukan perencanaan yang baik ketika hendak melakukan publikasi eksternal. Hal yang perlu diperhatikan sebagai berikut :

- 1) Mengenali *audien*, mengidentifikasi siapa saja yang menjadi sasaran acara, berita, atau apapun yang dipublikasi menjadi sangat penting agar publikasi yang dilakukan tidak sia-sia. fokuskan publikasi kepada pihak-pihak yang menjadi target utama. Semakin khusus target publikasi, maka semakin terbatas cara-cara publikasi yang dilakukan.
- 2) Mengukur biaya, idealnya biaya untuk publikasi adalah maksimal 10% dari total biaya acara (contoh jika *event* yang dipublikasikan). Namun praktisi *public relation* atau humas dapat menurunkan nilainya dengan kreativitas yang mereka miliki. Tidak selalu dengan harga yang mahal akan memberikan dampak positif dalam mendapatkan publikasi yang maksimal.
- 3) Menjaga citra perusahaan dalam melakukan publikasi penting untuk tetap memperhatikan mulai dan berakhirnya publikasi.
- 4) Menyusun jadwal, menentukan periode publikasi sangat penting. Apa yang disampaikan, praktisi *public relation* harus memastikan bahwa materi publikasi yang dibuat memuat data atau informasi umum yang dibutuhkan setiap orang yang ingin berpartisipasi. Materi publikasi menjadi bentuk informasi yang

diterima oleh targetnya. Sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian dan memotivasinya untuk turut berpartisipasi.¹⁷

3. Layanan

a. Pengertian Layanan

Layanan adalah suatu tindakan sukarela dari suatu pihak ke pihak yang lain dengan tujuan hanya sekedar memenuhi kebutuhannya. Pengertian layanan secara umum menurut Tjiptono definisi layanan adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya. Layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹⁸ Selanjutnya Munir juga mengatakan pelayanan umum adalah kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lainya sesuai dengan haknya.

Munir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.¹⁹

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka. Bates dan Hoffman (1999) menyatakan kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan terhadap proses penyediaan jasa, dengan demikian pengevaluasian kualitas layanan berarti pengevaluasian terhadap proses produk jasa. Sedangkan menurut Barata bahwa

¹⁷ Alison Theaker, *The Public Relations Handbook*. (London and Newyork: The Taylor and Francis Group, 2004).hal. 122

¹⁸ *Ibid*, Fandy Djiptonoh.94

¹⁹ Munir, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 275

suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.²⁰

Adapun beberapa ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan :

- 1) Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan.
- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran produk ke pelanggan secara cepat dan tepat.
- 3) Tersedianya ragam produk yang diinginkan. Dalam artian konsumen sekali berhenti dapat membeli beragam produk dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka inginkan.
- 4) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai.
- 5) Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika dibandingkan pihak pesaing.
- 6) Mampu berkomunikasi dengan jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- 7) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama dalam hal keuangan.
- 8) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan perusahaan.²¹

Dengan memberikan pelayanan yang baik konsumen merasa puas karena keinginan dan kebutuhan telah terpenuhi. Dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

²⁰Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta : Elex Media Komputer, 2003), h. 200

²¹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, Ed. I, 2005), h.15

b. Karakteristik Pelayanan

Adapun karakteristik pelayanan menurut Kotler (Tjiptono, 2014) terdiri dari :

- 1) *Intangibility* : Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha. Oleh karena itu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli konsumsi.
- 2) *Inseparability* : Barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
- 3) *Heterogeneity/Variability/Inconsistency* yaitu jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.
- 4) *Perishability* berarti jasa tidak dapat disimpan dan tidak tahan lama.
- 5) *Lack of Ownership* merupakan perbedaan dasar antara barang dan jasa. Pada pembelian barang konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka dapat mengkonsumsi, menyimpan dan menjualnya. Di lain pihak pada pembelian jasa, pelanggan hanya akan memiliki akses personal dan dengan jangka waktu yang terbatas.²²

c. Bentuk-bentuk Pelayanan

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk yaitu layanan dengan lisan, layanan dengan tulisan, layanan dengan perbuatan.

- 1) Layanan dengan lisan.

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan

²² *Ibid*, Tjiptono, h.112

bidang- bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

2) Layanan dengan tulisan.

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan cukup efisien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang dapat diperhatikan adalah faktor kecepatan.

3) Layanan dengan perbuatan.

Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.²³

Seorang karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen maka seorang karyawan diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan konsumennya. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan antara lain :

- a) Berpakain dan berpenampilan bersih dan rapi.
- b) Percaya diri, bersikap akrab dengan penuh senyum.
- c) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal.
- d) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Berbicara dengan bahasa baik dan benar.
- e) Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai.

Setiap perusahaan selalu ingin dianggap terbaik dimata konsumennya. Konsumen pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik, pelayanan yang

²³ *Ibid*, h.55

baik harus diketahui oleh pihak perusahaan sehingga keinginan konsumen dapat diberikan secara maksimal.

d. Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah suatu proses kepada orang lain dengan cara tertentu memerlukan kepekaan agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan.²⁴ Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang diberikan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Ramah tamah yang dimaksudkan adalah pelayanan yang dilakukan dengan wajah ceria, wajar, dan dengan etika yang baik serta tidak menyinggung perasaan. Adil artinya pelayanan diberikan menurut tiket yang diberikan loket. Cepat dan tepat dimaksudkan pelayanan yang diberikan tidak bertele-tele dan harus baik dan benar.²⁵

Menurut Tjiptono kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Kepuasan dalam arti cukup baik, memadai. Kepuasan biasa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.²⁶

Service (pelayanan) dalam marketing dibedakan menjadi tiga macam sebagai berikut :

- 1) Layanan itu sendiri sebagai produk jasa artinya kita harus mampu menganggap pelayanan yang kita jual tersebut sebagai produk yang terdiri dari berbagai elemen.
- 2) *In sales service* artinya pelayanan yang diberikan pada waktu penjualan sedang berlangsung.
- 3) *After sales service* yang disebut layanan purna jual.

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan

²⁴ Ahmad Tjahjono, *Perpajakan Indonesia*, (Jakarta :PT. Grafindo Persada, 2003), h.345

²⁵Melayu S.P. Hasibuan , *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), h.

²⁶ *Ibid* 195-196

pelanggan yang lebih tinggi. Oleh sebab itu para pemasar saat ini memandang tugas peningkatan kualitas produk dan jasa sebagai prioritas utama dalam memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, sehingga kekuatan tawar-menawar konsumen semakin besar. Hak-hak konsumen pun mulai mendapatkan perhatian besar terutama aspek keamanan dalam pemakaian barang/jasa tertentu.

e. Landasan Layanan Dalam Syariat Islam

Pelayanan adalah suatu keharusan yang mengoperasikan sesuai dengan prinsip syari'ah. Agar suatu pelayanan di sebuah perusahaan terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang tertuang dalam ajaran islam. Dimana islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum. Ayat Al-qur'an yang menjelaskan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Dijelaskan dalam Q.S Al- Maidah : 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ^٢
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”²⁷

Ayat di atas menegaskan bahwa sikap saling tolong menolong yang dibenarkan dalam islam adalah menolong dalam kebaikan dan ketaqwaan.

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Sygma Examedia, 2009), h.134

Tolong-menolong dalam hal kemungkar dan keburukan tidak diperkenankan dalam islam.

4. Tinjauan Umum Tentang Asuransi Kecelakaan Lalu Lintas Jalan.

a. Beberapa Pengertian

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang pada pasal 246 yang berbunyi: “Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan, atau hilangnya keuntungan yang tidak di harapkan yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tentu.” Pengertian asuransi dalam Undang-Undang Nomor. 2 Tahun 1992, pasal 1 angka (1) yang berbunyi sebagai berikut : “Asuransi atau Pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggalnya atau hidupnya seseorang yang dipertanggung.”²⁸

Lalu lintas adalah gerak kendaraan dan orang diruang lalu lintas jalan. Angkutan adalah perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan diruang lalu lintas jalan. Dana adalah dana yang terhimpun dari sumbangan wajib, yang dipungut dari para pemilik/pengusaha alat angkutan lalu lintas jalan dan yang disediakan untuk menutup akibat keuangan karena kecelakaan lalu lintas jalan korban/ahli waris yang bersangkutan. Sumbangan wajib adalah sumbangan tahunan yang wajib dibayar menurut atau berdasarkan undang-undang ini dan atau peraturan-peraturan pelaksanaannya.

²⁸CST. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Cet.1 (Jakarta : Sinar Grafika, 1996), h.437

b. Peraturan Asuransi Sosial Kecelakaan Lalu Lintas Jalan

Asuransi sosial kecelakaan lalu lintas jalan diatur dalam Undang-Undang Nomor 34 tahun 1964 tentang Dana Pertanggunganaan Wajib Kecelakaan Lalu Lintas Jalan, Peraturan Negara Nomor 138 Tahun 1964 yang mulai berlaku 31 Desember 1964. Undang-Undang ini dilaksanakan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 18 tahun 1965 yang berlaku 10 April 1965. Undang-Undang ini beserta peraturan pelaksanaan yang merupakan dasar berlakunya asuransi sosial kecelakaan lalu lintas jalan.

Asuransi Sosial Kecelakaan Lalu Lintas Jalan termasuk jenis asuransi wajib dikatakan asuransi wajib karena:

- 1) Berlakunya asuransi sosial kecelakaan lalu lintas jalan ini diwajibkan oleh undang-undang, bukan karena perjanjian.
- 2) Pihak penyelenggaraan asuransi ini adalah pemerintah yang di delegasikan kepada Badan Usaha Milik Negara. (Pasal 5 Undang-undang Nomor 34 Tahun 1964 tentang Dana Pertanggunganaan Wajib Kecelakaan Lalu Lintas Jalan).²⁹
- 3) Asuransi Sosial Kecelakaan Lalu Lintas Jalan bermotif perlindungan masyarakat yang dananya dihimpun dari masyarakat dan digunakan untuk kepentingan masyarakat yang diancam bahaya kecelakaan lalu lintas jalan.
- 4) Dana yang sudah terkumpul dari masyarakat, tetapi belum digunakan sebagai dana kecelakaan lalu lintas jalan, dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakat melalui program investasi.

c. Pihak-Pihak Dalam Asuransi Sosial Kecelakaan Lalu Lintas Jalan

Apabila dilakukan pengkajian terhadap materi Undang-undang Nomor 34 Tahun 1964 tentang Dana Pertanggunganaan Wajib Kecelakaan Lalu Lintas Jalan dan peraturan pelaksanaannya, tidak dipungkiri bahwa materi undang-undang tersebut termasuk lingkup asuransi sosial walaupun tidak tegas dinyatakan dengan istilah

²⁹ Undang-Undang Nomor 34 Tahun 1964 Tentang Penyelenggara Asuransi

asuransi atau pertanggung. Jika sudah dipahami demikian, maka sesuai dengan Undang- Undang yang mengaturnya, asuransi ini digolongkan asuransi sosial kecelakaan lalu lintas alan sebagai pasangan dari asuransi sosial kecelakaan penumpang. Perbedaannya terletak pada hal-hal berikut ini :

- 1) Sumber (penyumbang) dana pada asuransi sosial kecelakaan penumpang adalah penumpang, sedangkan pada asuransi sosial kecelakaan lalu lintas Jalan adalah pemilik dan pengusaha kendaraan bermotor.
- 2) Pihak yang diancam bahaya kecelakaan pada asuransi sosial kecelakaan penumpang adalah penumpang, sedangkan pada asuransi sosial kecelakaan lalu-lintas Jalan adalah bukan penumpang, misalnya pejalan kaki, pengendara motor, becak, dan pekerja perbaikan jalan.

Berdasarkan ketentuan Undang-undang Nomor 34 Tahun 1964 tentang Dana Pertanggunganan Wajib Kecelakaan Lalu Lintas Jalan tiga pihak yang terlibat dalam asuransi sosial kecelakaan lalu lintas jalan yaitu:

- a) Pihak pemilik/pengusaha kendaraan bermotor, yang dapat menjadi penyebab kecelakaan lalu lintas jalan.
- b) Pihak pengguna jalan raya bukan penumpang, yang dapat menjadi korban kecelakaan lalu lintas jalan.
- c) Pihak pengusaha dana, yaitu pemerintah yang didelegasikan kepada Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

d. Premi Asuransi Sosial Kecelakaan Lalu Lintas Jalan

Menurut ketentuan Pasal 1 butir d Undang-undang Nomor 34 Tahun 1964 tentang Dana Pertanggunganan Wajib Kecelakaan Lalu Lintas Jalan bahwa yang dimaksud dengan Sumbangan Wajib adalah sumbangan tahunan yang wajib dibayar berdasarkan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 1964 tentang Dana Pertanggunganan Wajib Kecelakaan Lalu Lintas Jalan atau peraturan-peraturan

pelaksanaannya. Sama halnya dengan penggunaan istilah iuran wajib, sumbangan wajib digunakan untuk menggantikan istilah premi.³⁰

Dalam hukum asuransi, premi adalah sejumlah uang yang dibayar bertanggung kepada penanggung sebagai imbalan risiko yang ditanggungnya. Dalam asuransi sosial kecelakaan lalu lintas jalan yang berkedudukan sebagai bertanggung adalah pengusaha/pemilik alat angkutan lalu lintas.

B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis ingin melampirkan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan analisis kontribusi humas PT. Jasa Raharja dalam mempublikasikan layanan asuransi.

1. Taufik Ilham Dewantoro³¹ melakukan penelitian dengan judul manajemen *public relation* PT Jasa Raharja (persero) Cabang Riau dalam meningkatkan *image positif* kepada masyarakat Pekanbaru. Berdasarkan tujuan penelitian untuk mengetahui manajemen *public relation* PT Jasa Raharja dalam meningkatkan citra positif masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa adanya manajemen *public relation* sangatlah penting untuk memperoleh citra positif, karena seorang *public relation* memiliki fungsi sebagai manajemen yang menilai sikap-sikap *public relation* dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan *public* dengan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengakuan *public*.
2. Warni³² melakukan penelitian dengan judul tinjauan peranan PT Jasa Raharja dalam pemberian biaya dan santunan kepada korban kecelakaan

³⁰ Kun Wahyu Wardana, *Hukum Asuransi, Proteksi Kecelakaan Transportasi*, (Bandung : CV. Mandar Maju, 2009), h.81-83

³¹Taufi Ilham Dewantoro, “*Manajemen Public Relations PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau Dalam Meningkatkan Image Positif Kepada Masyarakat Kota Pekanbaru*,(skripsi, 2019)

³²Warni, “*Tinjauan Peranan PT Jasa Raharja Dalam Pemberian Biaya Dan Santunan Kepada Korban Kecelakaan Lalu-Lintas Jalan di Kota Makassar*” (Vol II. No 2, September 2015) h.60.

lalu-lintas jalan di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif secara yuridis dengan mengkaji perundang-undangan. Secara sosiologi dengan cara melihat kenyataan yang ada dipandang dari sudut pandang penerapan hukum. Berdasarkan tujuan penelitian untuk mengetahui peranan dan tanggung jawab Jasa Raharja dalam memberikan santunan kepada korban lalu lintas jalan di kota Makassar terhadap korban kecelakaan, semakin dengan adanya peran dan tanggung jawab dalam pemberian santunan secara merata maka PT Jasa Raharja lebih dipandang secara hukum dan banyak diminati oleh masyarakat Makassar dan juga masyarakat lebih mempercayai asuransi sosial termasuk asuransi kecelakaan.

3. Bambang Irawan³³ melakukan penelitian dengan judul kontribusi humas PT Jasa Raharja dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan asuransi kecelakaan jalan dan penumpang umum kepada masyarakat Pekanbaru. Berdasarkan hasil penelitian bertujuan untuk mengetahui kontribusi humas PT Jasa Raharja dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan asuransi kecelakaan jalan dan penumpang umum. Adapun kontribusi humas yang telah diberikan dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat berupa peningkatan pelayanan, bertanggung jawab penuh baik dari segi waktu, tempat serta keadaan berorientasikan keutamaan kepentingan masyarakat. Karena keberadaan humas sangat penting disebuah lembaga atau instansi dalam upaya menyebarluaskan kegiatan-kegiatan yang dilakukan guna mengenalkan dan menyadarkan masyarakat untuk lebih tertib berlalu lintas. Dan senantiasa memberikan keberhasilan dalam mewujudkan visi misi dan citra baik perusahaan.

³³Bambang Irawan, “*Kontribusi Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau Dalam Mempublikasikan Layanan Asuransi Kecelakaan Lalu-Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Kepada Masyarakat Pekanbaru*” (Vol II. No. 3 Januari-Juni 2012), h. 95

4. Fahrul Rozy Nasution skripsi³⁴ melakukan penelitian dengan judul pelaksanaan program asuransi kecelakaan asuransi kecelakaan lalu lintas jalan. Berdasarkan hasil penelitian ini dalam pelaksanaan program asuransi kecelakaan lalu lintas jalan memiliki peran dan tanggung jawab yang sangat penting yaitu menghimpun dana dari masyarakat melalui sumbangan wajib dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat melalui santunan asuransi kecelakaan korban dan ahli waris korban, yang tujuannya untuk mengurangi beban biaya akibat dari kecelakaan lalu lintas jalan. Didalam melaksanakan pemberian santunan asuransi dimana dana santunan tersebut diambil dari sumbangan wajib pemilik kendaraan bermotor yang kemudian disalurkan kepada korban lalu lintas jalan.

³⁴Fahrul Rozy Nasution, "*Peran Dan Tanggung Jawab Pt. Jasa Raharja (Persero) Dalam Memberikan Santunan Asuransi Terhadap Korban Kecelakaan Lalu Lintas Jalan*" (Vol II No.4 September 2012), h.14.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan data dan informasi berlandaskan fakta-fakta yang diperoleh dilapangan. Metode penelitian berguna untuk mendapatkan informasi atau data yang objektif, valid dan akurat dari hasil pengolahan data tersebut.¹ Pendekatan kualitatif merupakan suatu jenis penelitian yang prosedur penemuan yang dilakukan tidak menggunakan prosedur statistik atau kuantifikasi.

Dalam hal ini penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi². Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis mengenai suatu fenomena yang terjadi di PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul Kontribusi Humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan Dalam Mempublikasikan Layanan Asuransi Kecelakaan Kepada Masyarakat. Penelitian dilakukan di PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan Jl. Raja Inal Siregar No.34 kota Padangsidempuan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan 01-25 Juli tahun 2020.

¹ Lexy J Meleong, “*Metode penelitian Kualitatif*”, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2014), h.11.

² Nur Ahmadi Bi Rahmani, “*Metodeologi Penelitian Ekonomi*”, (Medan: FEBI), h.4

C. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah humas PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah mengenai kontribusi humas dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum terhadap masyarakat kota Padangsidempuan.

D. Tehnik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dimaksudkan untuk menjelaskan urutan kerja atau alat dan cara untuk mengumpulkan data supaya tersusun secara sistematis.

1. Tehnik Pengumpulan Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung melalui informasi atau objek secara langsung dari data PT Jasa Raharja (Persero) Perwakilan T II Padang Sidempuan dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara terhadap informasi sebagai sumber data dan informasi dilakukan dengan tujuan penggalan informasi tentang fokus penelitian. Wawancara adalah percakapan yang bertujuan, biasanya antara dua orang yang diarahkan oleh salah seorang dengan maksud memperoleh keterangan. Dengan kata lain wawancara dilakukan untuk mengkontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, kepedulian, tuntutan dan motivasi. Merekonstruksi kebutuhan demikian sebagai yang dialami dimasa lalu, memproyeksikan kebulatan sebagai yang telah diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang, memversifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain.³ Dalam tehnik wawancara ini penulis melakukan wawancara kepada kepala bagian humas, bagian pelayanan di PT Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK II Padangsidempuan dan masyarakat.

³*Ibid Salim*, h.119

b. Observasi

Observasi adalah salah satu tehnik pengumpulan data atau fakta yang cukup efektif untuk mempelajari suatu kejadian atau melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian pada saat melakukan praktek kerja lapangan/magang yang dilakukan selama satu bulan untuk melihat keadaan sebenarnya yang terjadi di bagian humas PT.Jasa Raharja (Persero) Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan angkutan umum kepada masyarakat Padangsidempuan. Observasi dimaksudkan untuk mengamati terhadap peristiwa-peristiwa yang dilakukan dengan cara melihat, mendengarkan, dan kemudian dicatat objek penelitiannya.⁴

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang.⁵ Dalam penelitian dokumentasi diperlukan sehubungan dengan setting tertentu yang digunakan untuk menganalisis dan melengkapi data-data penelitian. Adapun dalam pengambilan data dilakukan di PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan yaitu tentang sejarah perusahaan PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan terkait profil perusahaan, struktur organisasi dan kegiatan yang dilakukan dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat. Dokumen terdiri atas tulisan pribadi dari perusahaan seperti surat-surat, dokumen resmi dan foto.

2. Instrumen Pengumpulan Data Sekunder.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Seperti buku-buku, jurnal, dan sumber bacaan lainnya yang memiliki relevansi dengan objek yang diteliti.

E. Tehnik Analisis Data

⁴Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2008), h.128

⁵*Ibid salim*, h.120

Metode analisis data adalah suatu yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Metode pengolahan data dilakukan secara deskriptif atau menggambarkan. Permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat dan bukan bentuk angka sehingga fakta yang terjadi dilapangan dapat dijelaskan sebagaimana mestinya dan setelah data terkumpul baik melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data tersebut diklarifikasikan harus mempertimbangkan kevalidan dengan memperhatikan kompetensi subjek penelitian. Adapun langkah-langkah analisis data penelitian ini adalah :

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan biasanya jumlahnya akan cukup banyak, untuk itu peneliti perlu mencatat kembali secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Yang dimaksud dengan reduksi data ialah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

2. Menyajikan data (*Data display*)

Tahap analisis selanjutnya adalah penyajian data. Melalui penyajian data, maka data akan terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah untuk dipahami. Penyajian data disajikan dalam bentuk uraian atau laporan sesuai dengan data hasil penelitian yang diperoleh. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan atau hubungan antar kategori.

3. *Conclusion drawing/ verification*

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Umum PT. JASA RAHARJA (Persero)

a. Tahun 1960

Sejarah berdirinya Jasa Raharja tidak terlepas dari kebijakan pemerintah untuk melakukan nasionalisasi terhadap Perusahaan-perusahaan milik Belanda dengan diundangkannya Undang-Undang No. 86 tahun 1958 tentang Nasionalisasi Perusahaan Belanda. Penjabaran dari Undang-Undang tersebut dalam bidang asuransi kerugian, pemerintah melakukan nasionalisasi perusahaan-perusahaan asuransi kerugian Belanda berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No.6 Tahun 1960 tentang Penentuan Perusahaan Asuransi Kerugian Belanda yang dikenakan Nasionalisasi.

Adapun perusahaan-perusahaan yang dinasionalisasi dimaksud sebagai berikut :

- 1) Perusahaan Firma Bekouw dan Mijnsen di Jakarta.
- 2) Perusahaan Firma Blom dan amp;van Der Aa Di Jakarta.
- 3) Perusahaan Firma Sluyters di Jakarta.

Peraturan pemerintah tersebut ditetapkan tanggal 16 Januari 1960, namun berlaku surut sampai tanggal 03 Desember 1957. Selanjutnya, beberapa perusahaan yang telah dinasionalisasi tersebut ditetapkan dengan status badan hukum Perusahaan Negara Asuransi Tahun 1960 tentang Perusahaan Negara yang seluruh modalnya merupakan kekayaan Negara Republik Indonesia. Sebagai perusahaan negara, berdasarkan Pengumuman Keputusan Menteri Urusan Pendapatan, Pembiayaan dan Pengawasan RI No.1263/B.U.M.II. tanggal 09 Februari 1960.

b. Tahun 1961

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1961 tentang pendirian Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Eka Karya, keempat PNAK tersebut yang semula berdasarkan pengumuman Menteri Keuangan (BadanPenguasa Penguasa Perusahaan-perusahaan Asuransi Kerugian Belanda) No.12631/B.U.M.II tanggal 9 Februari 1960 yang nama perusahaannya disebut dengan “Ika” menjadi “Eka”.

Berdasarkan peraturan pemerintah itu pula, keempat PNAK tersebut yaitu Eka Bhakti, Eka Dharma, Eka Mulya dan Eka Sakti pada tanggal 01 Januari 1961 dilebur untuk menjadi satu perusahaan dengan nama PNAK Eka Karya. Dengan peleburan tersebut maka segala hak dan kewajiban kekayaan, pegawai dan usaha keempat perusahaan tersebut beralih kepada PNAK Eka Karya. Namun dalam pengumuman Menteri Keuangan Badan Penguasa Perusahaan-perusahaan Asuransi Kerugian Belanda No:29495/B.U.M.II tanggal31 Desember 1960, penyebutan nama perusahaan-perusahaan tersebut kembali menggunakan “Ika” termasuk perusahaan yang baru didirikan tersebut yaitu “Ika Karya”.

Adanya perbedaan tersebut disebabkan karena pengumuman Menteri Keuangan tersebut diterbitkan mendahului diundangkannya Peraturan Pemerintah Nomor 15 tahun 1961 tentang pendirian perusahaan negara Asuransi Kerugian Eka Karya yaitu pada tanggal 24 Maret 1961 PNAK Eka Karya yang berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan dapat mempunyai kantor cabang, kantor perwakilan, agen atau koresponden didalam atau di luar negeri, bergerak dalam bidang perasuransian yaitu:

- 1) Mengadakan dan menutup segala macam asuransi termasuk reasuransi, kecuali pertanggungan jiwa.
- 2) Memberi perantaraan dalam penutupan segala asuransi.

c. Tahun 1965

Berdasarkan peraturan pemerintah No. 8 tahun 1965 tentang pendirian perusahaan negara asuransi kerugian Djasa Rahadja, mulai 1 Januari 1965 PNAK Eka Karya dilebur menjadi perusahaan baru dengan nama “Perusahaan Negara

Asuransi Kerugian Jasa Raharja” dan seluruh kekayaan, pegawai dan segala hutang piutang PNAK Eka Karya dialihkan kepada PNAK Jasa Raharja.

Sebagaimana PNAK Eka Karya, PNAK Jasa Raharja pun, berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan dapat mempunyai kantor cabang, kantor perwakilan, sedangkan untuk agen atau koresponden hanya diperkenankan di dalam negeri. Berbeda dengan PNAK Eka Karya yang memberikan pertanggung jawaban yang bersifat umum untuk segala jenis asuransi, maka PNAK Jasa Raharja didirikan dengan kekhususan memberikan pertanggung jawaban dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang termasuk reasuransi dan perantara dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang.

Beberapa bulan sejak pendirian PNAK Jasa Raharja, tepatnya 30 Maret 1965 pemerintah menerbitkan surat keputusan Menteri urusan pendapatan, pembiayaan dan pengawasan No.B.A.P.N.1-3-3 yang menunjuk PNAK Jasa Raharja untuk melaksanakan penyelenggaraan dana pertanggung jawaban kecelakaan penumpang dan dana kecelakaan lalu lintas jalan sesuai undang-undang No.33 dan undang-undang No.34 tahun 1964.

d. Tahun 1970

Pada tahun 1970, PNAK Jasa Raharja diubah statusnya menjadi Perusahaan Umum Jasa Raharja perubahan status ini dituangkan dalam surat keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.Kep.750/KMK/IV/II/1970 tanggal 18 November 1970, yang merupakan tindak lanjut dikeluarkannya Undang-undang No.9 tahun 1969 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang-undang No,1 tahun 1969 tentang bentuk- bentuk usaha negara menjadi undang-undang. Pasal 2 ayat 2 dari UU tersebut menyatakan bahwa PERUM adalah perusahaan negara yang didirikan dan diatur berdasarkan ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam Undang-undang No.19 PP tahun 1960.

e. Tahun 1978

Pada tahun 1978 yaitu berdasarkan PP No.34 tahun 1978 tentang perubahan atas peraturan pemerintah No.8 tahun 1965 tentang pendirian perusahaan umum asuransi kerugian “Jasa Raharja”, selain mengelola pelaksanaan UU.No.33 dan UU.No.34 tahun 1964, Jasa Raharja mendapat mandat tambahan untuk menerbitkan surat jaminan dalam bentuk surety bond.

Penunjukan tersebut menjadikan Jasa Raharja sebagai pionir penyelenggara suretybond di Indonesia, disaat perusahaan asuransi lain umumnya masih bersifat fronting office dari perusahaan surety di luar negeri sehingga terjadi aliran devisa keluar negeri untuk kepentingan tersebut. Kemudian sebagai upaya pengembalian rasa tanggungjawab sosial kepada masyarakat khususnya bagi mereka yang belum memperoleh perlindungan dalam lingkup UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964, maka dikembangkan pula usaha Asuransi Aneka.

f. Tahun 1980

Kemudian dalam perkembangan selanjutnya mengingat usaha yang ditangani oleh Perum Jasa Raharja semakin berkembang sehingga diperlukan pengelolaan usaha yang lebih terukur dan efisien, maka pada tahun 1980 berdasarkan PP No.39 tahun 1980 tentang pengalihan bentuk perusahaan umum asuransi kerugian “Jasa Raharja” menjadi perusahaan Perseroan (Persero) tanggal 6 November 1980, status Jasa Raharja diubah lagi menjadi perusahaan perseroan (Persero) dengan nama PT (Persero) Asuransi Kerugian Jasa Raharja.

g. Tahun 1981

Anggaran dasar Jasa Raharja yang semula diatur dalam Peraturan Pemerintah pendiriannya, maka sesuai dengan peraturan pemerintah No.12 tahun 1969 tentang perusahaan perseroan (PERSERO) pengaturannya harus dipisahkan anggaran dasar Jasa Raharja tersebut selanjutnya dituangkan dalam akte notaris Imas Fatimah, S.H No.49 tahun 1981 tanggal 28 Februari 1981. Dengan adanya perubahan nomenklatur kementrian, pada tahun ini pula pemerintah melalui menteri keuangan memperbaharui petunjuk Jasa Raharja dengan menerbitkan

keputusan menteri keuangan No.337/KMK.011/1981 tanggal 2 Juni tahun 1981 tentang penunjukan perusahaan Perseroan (Persero) Asuransi Kerugian Jasa Raharja untuk menyelenggarakan dana pertanggung jawaban kecelakaan penumpang dan dana kecelakaan dana lalu lintas jalan.

h. Tahun 1994 – Sekarang

Pada tahun 1994, pemerintah menetapkan peraturan pemerintah nomor 73 tahun 1992 tentang penyelenggaraan usaha perasuransian sebagai penjabaran UU No: 2 tahun 1992 tentang usaha perasuransian Peraturan Pemerintah tersebut mengatur antara lain ketentuan yang melarang perusahaan asuransi yang telah menyelenggarakan program asuransi sosial untuk menjalankan asuransi lain selain program asuransi sosial sejalan dengan ketentuan tersebut maka terhitung mulai tanggal 1 Januari 1994 hingga saat ini.

Jasa raharja melepaskan usaha asuransi non wajib dan surety bond untuk lebih fokus dalam menjalankan program asuransi sosial yaitu menyelenggarakan dana pertanggung jawaban kecelakaan penumpang sebagaimana diatur dalam UU No.33 tahun 1964 dan dana kecelakaan lalu lintas jalan sebagaimana diatur dalam UU No.34 tahun 1964 tentang Dana Pertanggung Jawaban Kecelakaan Lalu Lintas Jalan.

2. Logo Perusahaan, Visi dan Misi

a. Logo Perusahaan



Gambar 4.1 Logo Perusahaan

Adapun makna yang terkandung dari logo JASA RAHARJA adalah :

- 1) Arti dari pada Warna Lambang

- a) Warna putih yang terpancar dari inisial “J” dan “R” berarti kesucian dan keterbukaan/transparansi pada saat memberikan pelayanan untuk mewujudkan visi perusahaan sebagai terkemuka dalam penyelenggara program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib.
 - b) Warna dasar keseluruhan lambang adalah biru muda melambangkan arti keteguhan dan kesetiaan didalam pengabdiannya “Catur Bakti Ekakarsa”.
 - c) Warna Hitam pada tulisan Jasa Raharja melambangkan arti kejujuran dalam melaksanakan tugas sesuai motto “Utama dalam Perlindungan, Prima dalam Pelayanan”.
- 2) Kesimpulan Arti Lambang

Pada Hakekatnya lambang PT Jasa Raharja (Persero) secara keseluruhan melambangkan adanya suatu kebulatan tekad dan kesatuan sebagai perbuatan baik untuk mencapai kehidupan yang sejahtera dengan dilandasi Catur Bakti Ekakarsa Jasa Raharja yaitu Bakti kepada masyarakat, Bakti kepada Negara, Bakti kepada Perusahaan, Bakti kepada Lingkungan dengan mengutamakan pemberi perlindungan disertai mengusahakan yang terbaik dalam pelayanan.

3) Makna Logo PT. Jasa Raharja (Persero)

Inisial *typography* huruf “J” dan “R” adalah huruf awal dari Jasa Raharja. Jasa diartikan sebagai Perbuatan baik, untuk menuju suatu kebaikan Raharja diartikan Suatu keadaan yang berkecukupan (Sejahtera). Secara ringkas makna Jasa Raharja adalah perbuatan baik untuk menuju suatu keadaan masyarakat yang sejahtera. Bentuk lingkaran adalah sebuah ungkapan adanya kebulatan tekad, kesatuan dalam mengemban Visi dan Misi Perusahaan. 4 Bentuk payung pada huruf “J” dan “R” melambangkan misi Catur Bakti Ekakarsa Jasa Raharja yang terdiri dari :

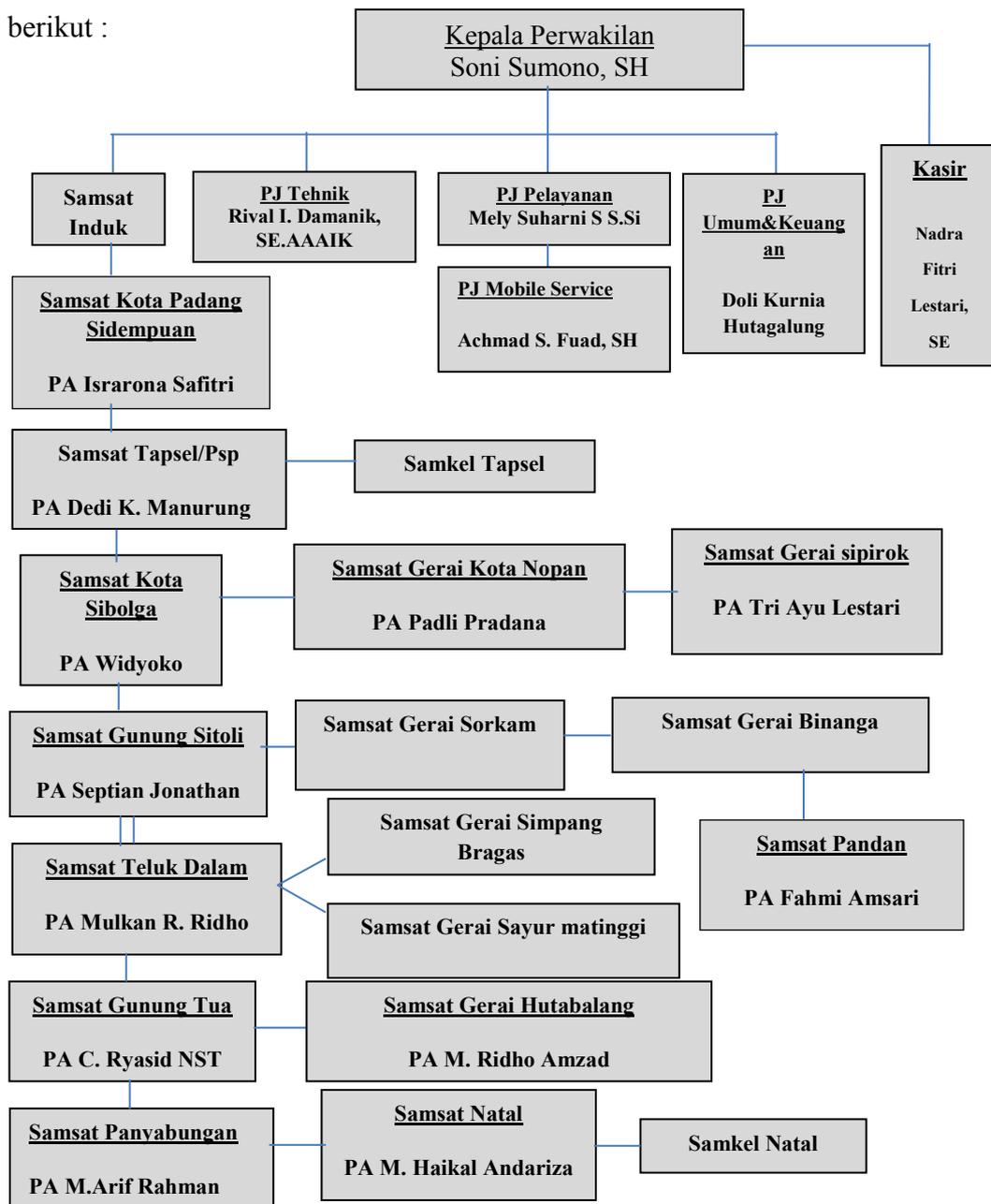
- a) Bakti kepada Masyarakat, dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
- b) Bakti kepada Negara, dengan mewujudkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara program asuransi sosial dan asuransi wajib serta Badan Usaha Milik Negara.
- c) Bakti kepada Perusahaan, dengan mewujudkan kesinambungan kepentingan agar produktivitas dapat tercapai secara optimal demi kesinambungan perusahaan.
- d) Bakti kepada Lingkungan, dengan memberdayakan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

b. Visi dan Misi Perusahaan

- 1) Visi Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan
Menjadi perusahaan terkemuka di Bidang Asuransi dengan mengutamakan penyelenggaraan program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
- 2) Misi PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan
 - a) Bakti kepada masyarakat, dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
 - b) Bakti kepada negara, dengan mengujutkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara program asuransi sosial dan asuransi wajib, serta badan usaha milik negara.
 - c) Bakti kepada perusahaan, dengan mengujutkan keseimbangan kepentingan agar produktifitas dapat tercapai secara optimal demi kesinambungan perusahaan.
 - d) Bakti kepada lingkungan, dengan memberdayakan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

3. Struktur Organisasi Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan

Struktur organisasi perusahaan merupakan gambaran secara sistematis yang menunjukkan kedudukan, wewenang, tanggung jawab dan tugas yang berbeda-beda dalam organisasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka struktur organisasi Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan adalah sebagai berikut :



Gambar 4.2 Struktur Organisasi

4. Deskripsi Tugas Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan

Adapun uraian dan tugas pokok masing-masing jabatan adalah sebagai berikut :

a. Kepala Perwakilan

Tugas pokok kepala perwakilan Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan adalah sebagai berikut :

- 1) Memimpin, memotivasi dan membina pegawai bawahannya.
- 2) Merencanakan dan mengamankan sumber daya manusia (SDM), alat dan sarana fisik dalam unit kerja yang dipimpinnya.
- 3) Melakukan kerjasama dengan unit-unit kerja yang lain dalam perusahaan.
- 4) Mengendalikan seluruh pelaksanaan kegiatan didalam unit kerja yang dipimpinnya.
- 5) Membantu kelancaran kerja atasan.
- 6) Menyusun anggaran kerja dan anggaran perusahaan (RKAP) perwakilan.
- 7) Mengendalikan pungutan atau pemasaran iuran wajib (IW) dan sumbangan wajib (SW) di perwakilan.
- 8) Mengendalikan pelayanan klaim diperwakilan.
- 9) Mengendalikan pengelola keuangan di perwakilan.
- 10) Memimpin peliharaan sarana fisik dan barang material di perwakilan.
- 11) Mengadakan penyuluhan terhadap masyarakat mengenai bidang usaha Jasa Raharja.

b. Bagian Kasir

Tugas pokok bagian kasir Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan adalah sebagai berikut :

- 1) Bertanggungjawab atas penerimaan dan pengeluaran uang kas perusahaan.

- 2) Membuat laporan harian kas/bank dan membuat memorial berikut buktinya.
- 3) Bertanggungjawab penggunaan cek, materai, perangko serta laporannya.
- 4) Mengirim laporan mingguan ke kantor cabang dan mengarsip berkas keuangan.
- 5) Melakukan konsolidasi dan membuat laporan hasil usaha (LHU).

c. Penanggung Jawab Pelayanan dan Operasi

Tugas pokok penanggung jawab pelayanan operasi Jasa Raharja

Perwakilan TK II Padangsidempuan adalah sebagai berikut :

- 1) Menerima dan meneliti berkas klaim dari klaimant dan petugas samsat.
- 2) Melaksanakan entry data, menyelesaikan berkas dan mengirim berkas keluar daerah.
- 3) Melakukan survey dan surat menyurat bidang klaim.
- 4) Membuat laporan pengajuan, penyelesaian, pembayaran dan outstanding klaim serta disket ke kantor cabang.
- 5) Mengarsip berkas-berkas klaim.
- 6) Menerima pembayaran iuran wajib dari perusahaan otobitas.
- 7) Membuat LHP iuran wajib dan menyetorkan ke kas perusahaan.
- 8) Melaksanakan penagihan ke PO-PO.
- 9) Membuat laporan penerimaan dan tunggakan setiap bulan.
- 10) Bertanggungjawab atas penerimaan dan penyaluran stok resi terpadu dan kuitansi bermotor.
- 11) Melaksanakan kearsipan dinamis.

d. Penanggungjawab Bidang Teknik

Tugas pokok bagian pelaksanaan administrasi bidang teknik Jasa Raharja

Perwakilan TK II Padangsidempuan adalah sebagai berikut :

- 1) Mengendalikan tertib administrasi iuran wajib dikantor perwakilan.
- 2) Melakukan pengutipan iuran wajib kendaraan bermotor umum (IWKBU).
- 3) Menyampaikan hasil penerimaan IWKBU kepada cabang setiap laporan mingguan dan bulanan.
- 4) Mengentri data penerimaan IWKBU.
- 5) Membuat laporan harian penerimaan IWKBU.
- 6) Memegang, membuat dan meneliti pencatatan stok resi IWKBU Meneliti dan mengoreksi laporan harian, mingguan dan bulanan IWKBU dari samsat.
- 7) Mengupdate data outstanding IWKBU.
- 8) Membuat laporan bulanan (Bordero UU.33/1964).
- 9) Berkunjung ke PO-PO untuk menggali dan potensi.
- 10) Membuat data potensi IWKBU.
- 11) Membuat laporan IWKBU, SWDKLJ dan stok resi setiap bulan.
- 12) Melaksanakan kegiatan checking setiap bulan di wilayah kerja kantor perwakilan.

e. Penanggungjawab Keuangan dan Umum

Tugas pokok penanggungjawab keuangan dan umum Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan adalah sebagai berikut :

- 1) Pelaksanaan administrasi bidang keuangan dan menjaga kelancaran penerimaan dan pengeluaran uang dikantor perwakilan.
- 2) Membantu kepala perwakilan menyusun RKAP perwakilan.
- 3) Bertanggungjawab atas kegiatan bidang SDM.
- 4) Memelihara dan menjaga barang-barang inventaris kantor.

f. Penanggungjawab Samsat

Tugas pokok penanggungjawab samsat Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan adalah sebagai berikut :

- 1) Menetapkan dan menerima hasil iuran wajib-sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas jalan (IW-SWDKLLJ) serta membuat laporan hasil penjualan (LHP) IW-SW.
- 2) Menyetor hasil penerimaan ke bank.
- 3) Membuat laporan bulanan sisa stok resi, KD, keandalan data mutasi ranmor, outstanding dan pengesahan STNK.
- 4) Mencatat dan meneliti data mutasi laka lantas dari polres wilayah kerja.
- 5) Bertanggungjawab atas investasi perusahaan di samsat dan kendaraan dinas.

g. Penanggungjawab Mobile Service

Tugas pokok bagian pelaksanaan penanggungjawab mobile service PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan adalah sebagai berikut :

- 1) Menerima dan meneliti berkas klaim dari klaimant dan petugas samsat.
- 2) Melaksanakan entry data dan menyelesaikan berkas.
- 3) Melakukan survey dan surat menyurat bidang klaim.
- 4) Mengarsip berkas-berkas klaim.

5. Program kerja Humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan

Tugas pokok seorang humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan antara lain :

- a. Sebagai pengumpulan Informasi dan pemberitaan
- b. Sebagai perwakilan masyarakat

Bagian humas sudah diatur dalam ketetapan Menteri Pertahanan dan Keamanan, Menteri Dalam Negeri dan Menteri Keuangan Nomor Ins/03/M/X/1999, Nomor 29 Tahun 1999 dan Nomor 6/IMK.014/1999 tentang pelaksanaan Sistem menyebarluaskan informasi/mempublikasikan asuransi Jasa Raharja sebagai asuransi sosial masyarakat indonesia khususnya. Tugas Humas

Jasa Raharja yang paling berkompeten dalam penelitian ini adalah mengemban tugas penyampaian informasi/publikasi tugas Humas adalah subbagian Pengumpulan Informasi dan penerbitan berita.

Bagian ini mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan penyaringan, pengelompokan dan penyusunan rangkuman informasi dari pihak Jasa Raharja kegiatan PT. Jasa Raharja perwakilan TK II Padangsidempuan. Kemudian melakukan pengelolaan dan pelayanan perpustakaan dilingkungan perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Humas Jasa raharja senantiasa menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat seperti mengenai pemberian santunan kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang umum kepada masyarakat serta kegiatan-kegiatan lain yang menyangkut kepentingan perusahaan. Kini keberadaan jasa asuransi sosial Milik Negara menjadi salah satu jasa asuransi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas.

Humas Jasa Raharja juga berfungsi sebagai Media relation, yaitu menjalin relasi dari berbagai media, baik media cetak maupun elektronik. Dalam mempromosikan perusahaan membuat inovasi baru dengan memanfaatkan media sosial untuk mempublikasikan produknya kepada masyarakat. Tidak hanya sekedar mempublikasikan secara tidak teratur atau asal-asalan namun publikasi dikemas dengan tampilan yang menarik.

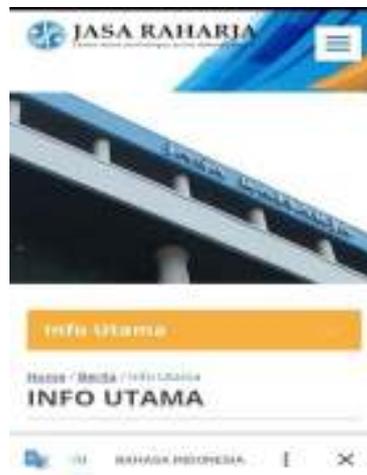
Hal ini dilakukan untuk membangun sekaligus meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap asuransi sosial jasa raharja. Pak Rival selaku bagian tehnik jasa raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan mengungkapkan :

“Staff humas dan juga saya, kalau terlalu sering dan itu-itu aja yang di posting pasti followersnya bosan maka kita coba menonjolkan berita yang lebih menonjol. Contohnya ada kecelakaan dan mengakibatkan korban meninggal dunia, maka pasti ada pembayaran santunan. Jadi kita pilih momen ini yang sekiranya viral yang membuat semua orang melihat. Sehingga masyarakat tahu bahwasanya kalau ada kecelakaan ada dana santunannya. Nah kita masuk disitukan salah satunya bentuk kehadiran pemerintah. Disaat orang

memperhatikan kasus itu kita hadir, menjadikan hal ini menarik untuk kita posting.”

Analisa peneliti dari hasil wawancara diatas, dalam menjalankan tugasnya humas Jasa Raharja memaksimalkan dalam mempublikasikan produk asuransi sosial berupa foto, atau video melalui website resminya dan berbagai media sosial, terutama media sosial instagram dan youtube. Peneliti juga menganalisa bahwa penggunaan media sosial sebagai tempat publikasi karena melihat banyak masyarakat yang aktif di media sosial sehingga kondisi tersebut dimanfaatkan oleh humas Jasa Raharja Padangsidempuan untuk mempromosikan produk dan kegiatan-kegiatan sekaligus meminimalisir pengeluaran perusahaan, dibandingkan dengan publikasi melalui media televisi yang memerlukan biaya tinggi.

Berikut contoh publikasi jasa raharja Padangsidempuan melalui website, instagram, dan youtube :



Gambar 4.3 Website Jasa Raharja

Dalam website jasa raharja berisi tentang jasa raharja seperti profil perusahaan, sejarah perusahaan, dewan komisaris perusahaan, struktur organisasi, dan anak perusahaan. Bagian layanan terdiri dari lingkup jaminan, formulir santunan, prosedur pengajuan, jumlah santunan, tarif SWDKLLJ dan sistem pembayaran premi. Bagian berkelanjutan berisi program kemitraan dan dan program bina lingkungan. Bagian Tata kelola terdiri dari tujuan, struktur dan

pelaksanaan tata kelola terintegrasi. Bagian berita berisi info utama dan peristiwa yang diposting. Bagian report berisi laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Dan bagian E-magazine berisi majalah-majalah Jasa Raharja. Jadi dengan website ini, Jasa raharja mempublikasikan perusahaannya kepada masyarakat.



Gambar 4.4 Instagram Jasa Raharja

Lewat Instagram PT Jasa Raharja dapat menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat, instagram juga mudah pengenalan dan pemasaran Jasa Raharja karena jangkauannya yang cukup luas membuat semua orang dari berbagai penjuru daerah dapat mengakses informasi mengenai Jasa Raharja. Publikasi yang dilakukan Jasa Raharja melalui instagram yaitu dengan memposting kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan, seperti kegiatan sosialisasi, penyuluhan, kegiatan razia, survey jalan daerah rawan dan juga banner yang berkaitan dengan Jasa Raharja.



Gambar 4.5 Youtube Jasa Raharja

Youtube merupakan salah satu media sosial yang cukup populer dan digandrungi masyarakat. Youtube Jasa Raharja juga digunakan untuk mempromosikan produk-produk asuransi dan memperkenalkan perusahaan kepada khalayak banyak dengan memposting video-video menarik berkaitan dengan kegiatan-kegiatan maupun peristiwa yang menarik, sehingga masyarakat dapat mengakses video tersebut.

Selain melakukan publikasi di media sosial untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat, yang dilakukan Jasa Raharja Padangsidempuan adalah dengan menjalin kerjasama dengan mitra kerja lain untuk mempromosikan perusahaannya, seperti “ Instansi terkait terutama kepolisian, rumah sakit, Mitra media baik online, cetak dan radio.” Ujar pak Rival.

Dari wawancara diatas peneliti menganalisa selain melakukan publikasi di media sosial, Jasa Raharja melakukan kerja sama dengan berbagai pihak mitra kerja terkait mempromosikan produknya. Seperti bekerjasama dengan pihak kepolisian yang tentunya memiliki jangkauan yang luas.



Gambar 4.6 Giat PAM PATARU Jasa Raharja

PT Jasa Raharja melakukan Giat PAM PATARU tanggal 23 Desember 2019 di kota Padangsidempuan, kunjungan pos PAM NATARU 2019 wilayah kota Pangsidempuan bersama Kapolresta.

Humas Jasa Raharja Perwailan TK II Padangsidempuan mempublikasikan kepada masyarakat yaitu dengan menciptakan *opini public* yang positif, misalnya

mengenai pentingnya keselamatan di jalan raya melalui kegiatan-kegiatan yang bersifat sosialisasi, penyuluhan, dan partisipasi seperti menjadi sponsor dan mengadakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Jasa Raharja menjadi sponsor untuk kegiatan yang mendidik dan menghibur di beberapa sekolah dan organisasi masyarakat lainnya. Salah satu bagian program sosialisasi yang dilakukan oleh Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan :



Gambar 4.7 Sosialisasi Keselamatan Berlalu Lintas

Pada gambar di atas PT Jasa Raharja Perwakilan Padangsidempuan melakukan Sosialisasi di SMA Negeri Batang Angkola Tapsel oleh kepala Perwakilan bapak Soni Sumono, S.H.



Gambar 4.8 Kegiatan Pengobatan Gratis Jasa Raharja

Pelayanan Kesehatan Gratis yang dilaksanakan oleh petugas Jasa Raharja Samsat Gunungsitoli Septian Jonatan melaksanakan kegiatan pelayanan kesehatan gratis di Bandar Udara Binaka Gunungsitoli. Pelayanan kesehatan gratis ini

sebagai bukti bahwa Jasa raharja tetap peduli dan perhatian kepada kesehatan dan keselamatan penumpang dan petugas bandara.



Gambar 4.9 Sosialisasi Tugas Pokok Dan Fungsi Jasa Raharja

Bertempat di Kantor dinas Perhubungan Kabupaten Nias Barat, jasa Raharja SUMUT diwakili pelaksanaan administrasi Paangsidempuan Septian Jonatan melakukan sosialisasi tentang tugas dan fungsi Jasa Raharja yang turut di hadiri oleh para pemili kapal, motor serta ASN dan pegawai honorer perhubungan. Dalam sosialisasi tersebut, pemateri menyampaikan bahwa Jasa Raharja sebagai BUMN yang diberi amanah untuk mengemban Undang-Undang Nomor 33 dan 34 Tahun 1964. Sosialisasi tersebut juga diisi dengan tanya jawab dimana peserta sangat antusias. Peserta yang aktif bertanya mendapatkan kenang-kenangan berupa Helm SNI yang digunakan untuk berkendara di jalan raya.



Gambar 4.10 Koordinasi Dengan Pengurus Angkutan Umum Dan Travel

Penanggungjawab Teknik bapak Rival Irwanson Damanik bersama dengan Plt. Kepala Perwakilan bapak Pahala Sitorus melakukan koordinasi antara Jasa Raharja dengan pengurus Organda, angkutan umum dan Travel Paangsidempuan dalam menyatukan frekuensi mengenai IWKBU serta penggalian potensi IWKBU.

Dalam kegiatan sosialisasi, untuk melayani kebutuhan masyarakat Jasa Raharja Padangsidempuan memberikan pengetahuan mengenai tata cara klaim dana santunan dan memberikan pelayanan yang baik melalui berbagai penyuluhan. Hal tersebut seperti pernyataan Pak Rival sebagai berikut :

“Kalau kita semua lapisan ya, jadi segala usia dari tingkat yang paling kecil sampai tingkat tertinggi ya, kalau sosialisasi mulai dari sekolah-sekolah kita tetap ke SMA juga kemudian dikomunitas-komunitas itu juga tidak memandang usia misalnya seperti pengendara travel kemudian juga di kecamatan-kecamatan seperti itu juga tidak memandang target usia jadi memang seluruh lapisan masyarakat.”

Peneliti menganalisa bahwa dengan humas jasa raharja memberikan penyuluhan kepada masyarakat dapat menjalin hubungan yang baik antara Jasa Raharja dengan masyarakat sekaligus membangun citra positif dari Jasa Raharja sendiri.



Gambar 4.11 Penyuluhan Pajak Kendaraan Bermotor

Pada gambar di atas BPPRDSU melalui UPT Penyuluhan mengadakan kegiatan sosialisasi atau sering disebut dengan penyuluhan Pajak kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea balik Nama kendaraan Bermotor (BBNKB) di kota Padangsidempuan. Dalam sambutan kepala BPPRDSU yang dibacakan oleh kepala UPT Penyuluhan Ibu Laila Lubis,SE menyampaikan bahwa “Semakin banyaknya Bapak/ibu yang taat membayar pajak maka pembangunan di kota Padangsidempuan akan semakin lancar dan maju sehingga masyarakatnya juga semakin sejahtea”. Penyuluhan tersebut dihadiri oleh Perwakilan dealer, Organda, dan Masyarakat umum kota Padangsidempuan.

Media yang dijadikan sumberinformasi bagian Humas Jasa Raharja Padangsidempuan adalah media cetak maupun media elektronik. Media cetak yang dijadikan sumber informasi baik yang bersifat lokal, nasional maupun internasional. Hal tersebut seperti pernyataan pak Rival bahwa : kita manfaatkanlah sekop dari Sidempuan tabagsel yaitu koran metro tabagsel sesekali kita menggunakan itu yang biasa digunakan untuk menginformasikan bahwasanya periode ini sudah berapa dana santunan yang sudah dibayarkan disitu juga kita sampaikan bahwasanya santunan ini dapat diterima masyarakat bila mana telah membayar pajaknya.

6. Dampak kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum terhadap masyarakat

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari *opini public* atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat di berbagai media massa. Artinya pihak humas mutlak bersikap, berkemampuan untuk mendengarkan dan bukan sekadar mendengar mengenai aspirasi yang ada di masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut. Dampak kontribusi humas Jasa Raharja kepada masyarakat yaitu dengan adanya humas

dalam menyampaikan informasi-informasi, masyarakat lebih berhati-hati, rambu-rambu lalu lintas, lebih mengutamakan keselamatan di jalan baik untuk diri sendiri maupun keluarga. Dengan mempublikasikan layanan asuransi juga dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam cara klaim untuk dapat menerima santunan, dan betapa pentingnya masyarakat dalam membayar pajak. Hal tersebut seperti pernyataan pak Rival sebagai berikut:

“Nah didalam pajak itu kan ada namanya sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas jalan, misalnya risiko memiliki sepeda motor SWDKLLJnya Rp.35.000 dengan membayar Rp.35.000 inilah Jasa Raharja bisa menjamin dana santunannya apabila terjadi kecelakaan.”

Hal tersebut dapat di analisa bahwa kita bisa memperoleh hak kita ketika kita memenuhi kewajiban kita.

Begitu juga dengan pendapat Pak Fuad selaku Administrasi Santunan bahwasannya:

“Untuk nilai santunan terhadap korban kecelakaan yaitu untuk korban meninggal dunia 50 juta, untuk korban luka-luka 20 juta dan itu berdasarkan BMK Nomor 15 dan 16 tahun 2017”.

Dari hasil wawancara dengan pak Rival dan Pak Fuad bahwasannya, besaran santunan ini telah ditetapkan oleh Menteri Keuangan yang pada dasarnya telah menyetujui perubahan nilai santunan di Jasa Raharja. Dan terlihat jelas PT Jasa Raharja Perwakilan Padangsidempuan telah membayarkan dana santunan untuk korban kecelakaan. Dampak nyata dari kontribusi humas PT Jasa Raharja Padangsidempuan juga dapat dilihat dari laporan perkembangan kecelakaan dari tahun 2015 sampai dengan 2019.

Tabel 4.1 Laporan Perkembangan Kecelakaan PT Jasa Raharja Dari Tahun 2015 Sampai 2019

Tahun	Korban Meninggal Dunia	Korban Luka-Luka	Korban Cacat Tetap	Jumlah
2015	322	174	96	592
2016	256	174	41	471
2017	280	162	72	514
2018	242	151	67	460
2019	263	40	21	324

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah tingkat kasus kecelakaan yang terjadi dari tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami penurunan. Hal ini jelas terlihat bahwa humas dari PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan telah melakukan program-program kerjanya dengan cukup baik. Jadi peneliti menganalisa bahwa PT Jasa Raharja dalam mensosialisasikan program-program dan asuransi kecelakaan dilakukan secara rutin, berdampak yang baik dalam masyarakat.

7. Tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum

Tanggapan merupakan sebagai suatu pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menggunakan informasi dan menafsirkan pesan. Dengan kata lain tanggapan adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Tanggapan sangat menentukan bagai mana hubungan individu dengan lingkungannya. Makin berfungsi tanggapan itu, individu semakin berinteraksi dengan lingkungan. Pengalaman menunjukkan bahwa jenis dan tingkat kebutuhan seseorang akan sangat berpengaruh terhadap jenis dan intensitas tanggapannya.

a. Profil Masyarakat Penerima Dana Santunan

Tabel 4.2 Profil masyarakat penerima santunan

Nama	Usia	Jenis Kelamin	Cidera	Jumlah Diajukan	Jumlah Dibayarkan
Kamal Idris	47 Tahun	Laki-Laki	MD	Rp. 50.000.000	Rp.50.000.000
Supin	75 Tahun	Laki-laki	LL	Rp. 22.500.000	Rp. 22.500.000
Abdul Rahman	41 Tahun	Laki-laki	MD	Rp. 50.000.000	Rp. 50.000.000
Joni Arman	30 Tahun	Laki-Laki	LL	Rp. 20.000.000	Rp. 20.000.000
Novia Elviana Sinaga	27 Tahun	Perempuan	MD	Rp. 50.000.000	Rp. 50.000.000

(Sumber : PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan)

Hasil penelitian diperoleh dari survei pelayanan santunan yang di isi oleh penerima santunaan dan wawancara. Tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas jasa raharja perwakilan padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan dan penumpang umum memperoleh penilaian yang baik. Berdasarkan hasil penilaian masyarakat, prosedur pelayanan dalam memproses pencairan dana asuransi kecelakaan lalu lintas tersebut dibuat dengan sangat teliti.

Kecelakaan yang dialami oleh para pengaju klaim asuransi di teliti kembali agar pemberian dana asuransi tersebut sesuai dengan Undang-undang no 34 Tahun 1964 yang di tugaskan oleh pemerintah dalam pemberian dana asuransi tersebut. Hal ini, menandakan proses pemberian asuransi kecelakaan dilakukan dengan sangat hati- hati. Tujuannya adalah agar klaim asuransi yang diberikan oleh PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan memang orang- orang yang tepat untuk mendapatkan pelayanan asuransi kecelakaan lalu lintas di PT

Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan tersebut. Didalam survei penilaian santunan Jasa Raharja yang di nilai oleh penerima santunan terdiri dari beberapa hal yang harus di isi adalah sebagai berikut :

- 1) Pelayanan Jasa raharja dalam hal perhatian dan keramahan petugas.
- 2) Pelayanan Jasa raharja dalam hal ketepatan waktu yang dijanjikan.
- 3) Pelayanan Jasa Raharja dalam kecepatan penyelesaian santunan.
- 4) Pelayanan Jasa raharja dalam hal kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu.
- 5) Pengurusan santunan dalam hal mendapatkan formuir santunan.
- 6) Pengisian formulir santunan.
- 7) Pengurusan santunan dalam hal mendapat informasi tentang Jasa Raharja.
- 8) Penilaian dalam hal mengurus persyaratan di Jasa Raharja.
- 9) Penilaian dalam hal mengurus persyaratan di kepolisian
- 10) Penilaian dalam hal mengurus persyaratan di Rumah sakit.
- 11) Penilaian dalam hal mengurus persyaratan di kelurahan/kecamatan.
- 12) Penilaian dalam hal santunan yang diterima.¹



Gambar 4.12 Survei Penilaian Penerima Santunan

Survey penilaian penerimaan santunan diatas adalah kusioner yang yang diisi melalui kusioner mobile pelayanan santunan. SM (Sangat Mudah) diberi skor 4, M (Mudah) diberi skor 3, TM (Tidak Mudah) diberi skor 2, dan STM (Sangat Tidak Mudah) diberi skor 1. Dari hasil kusioner korban yang telah mengisi

¹ PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Padang sidempuan

penilaian pelayanan. Peneliti mengambil 90 orang korban yang akan dianalisis, dimana:

55 orang menjawab sangat mudah

20 orang menjawab mudah

10 orang menjawab tidak mudah

5 orang menjawab sangat tidak mudah

Berdasarkan data tersebut 75 orang (55+20) atau 75% korban menjawab sangat mudah dan mudah. Data tersebut juga dapat dianalisis dengan menghitung nilai rata-rata jawaban berdasarkan skor setiap jawaban dari korban. Berdasarkan skor yang telah ditetapkan dapat dihitung sebagai berikut :

Jumlah skor untuk 55 orang yang menjawab

$$SM = 55 \times 4 = 220$$

Jumlah skor untuk 20 orang yang menjawab

$$M = 20 \times 3 = 60$$

Jumlah skor untuk 10 orang yang menjawab

$$TM = 10 \times 2 = 20$$

Jumlah skor untuk 5 orang yang menjawab

$$STM = 5 \times 1 = 5$$

Jumlah skor ideal (kriteria) untuk seluruh item = $4 \times 100 = 400$ (seandainya semua menjawab SM). Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian = 280. Berdasarkan dari data itu maka tingkat kemudahan dan kepuasan pelayanan PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan terhadap korban adalah $(280 : 400) \times 100\% = 70\%$.

Berdasarkan hasil dari kusioner yang telah diisi para korban peneliti menganalisa bahwa tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan sudah cukup bagus dengan hasil 70% dari 100%.

Disini peneliti juga melakukan wawancara dengan memilih Buk Novia Elviana karena beliau berketepatan sudah mengurus dana santunannya, kemudian peneliti menawarkan beliau untuk menjadi informan, pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti adalah apakah sebelumnya ibuk tahu tentang asuransi kecelakaan dan Jasa Raharja, beliau pun berpendapat:

“Untuk sebelumnya saya tidak tahu mbak mengenai Jasa Raharja, tapi kalau asuransi kecelakaan saya tahu ya kayak ganti rugi gitu, tahu yang umumnya saja.

Setelah itu peneliti mengajukan pertanyaan lagi, mengetahui Jasa Raharja dari mana :

“Saat di rumah sakit, pihak rumah sakit memberi info kepada keluarga saya, disuruh mengurus dana santunan di Jasa Raharja, soalnya jika nanti sudah mengurus biaya rumah sakit ditanggung oleh Jasa Raharja.”

Kemudian peneliti menanyakan pertanyaan lagi, apakah ibuk tahu prosedur pengajuan dana santunan:

“Kalo sekarang ya sudah tahu, tapi kemarin saya itu ke jasa Raharja mau ngajukan dana santunan, tapi sama pihak Jasa Raharja diberi info bahwasannya disuruh melapor dulu kejadian kecelakaannya di kepolisian, kalau sudah melapor baru Jasa Raharja yang akan menanggung biaya rumah sakitnya.”

Apakah mudah saat mengajukan santunan di Jasa Raharja, beliau berpendapat:

“Aslinya ya mudah, kalau tahu prosedurnya, berhubung saya enggak tahu jadi agak bingung, apa saja yang harus di siapkan.

Bagaimana pendapat ibu mengenai pelayanan di Jasa Raharja selama mengurus santunan? Beliau berpendapat:

“Menurut saya pribadi untuk pelayanan di Jasa Raharja sangat baik, prima dan sangat membantu masyarakat yang mengajukan dana santunan dan pegawainya juga sopan.”

Dari jawaban buk diatas bahwasannya beliau belum begitu paham tentang adanya asuransi kecelakaan dan Jasa Raharja. Beliau mengetahui adanya santunan Jasa Raharja dari pihak rumah sakit dan baru mengerti setelah datang langsung ke kantor Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan.

Selanjutnya peneliti menanyakan pertanyaan yang sama kepada pak Abdul Rahman beliau berpendapat:

“Sebelumnya saya sudah tahu tentang mengenai Jasa Raharja. Makanya saya langsung lapor kekepolisian untuk mengurus berkas-berkasnya.”

Pertanyaan selanjutnya, beliau berpendapat:

“Saya tahu dari kegiatan Jasa Raharja saat acara Penyuluhan pajak kendaraan bermotor di Padangsidempuan, kebetulan saya ikut pada kegiatan itu dan saya tanya-tanya tentang Jasa Raharja itu sendiri.”

Pertanyaan selanjutnya, beliau berpendapat:

“Ya saya tahu, karena saya udah tanya-tanya mengenai prosedur pengajuan santunan saat penyuluhan kemarin. Mudah kok mengurus santunannya”

Pertanyaan selanjutnya, beliau berpendapat: “Prosesnya cepat dan mudah”

Untuk pertanyaan terakhir, beliau berpendapat: “Menurut saya sangat ramah dan sopan.”

Dari jawaban yang diutarakan oleh pak Abdul Rahman bahwasannya pak Abdul Rahman sudah paham betul tentang Jasa Raharja serta asuransi kecelakaan.

Disini beliau mencari informasi mengenai santunan asuransi kecelakaan dari Jasa Raharja. Menurut peneliti bahwasannya sosialisasi yang dilakukan Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan terhadap masyarakat sudah baik melainkan belum merata karena sebagian masyarakat di wilayah Padangsidempuan kurang paham mengenai Jasa Raharja maupun asuransi kecelakaan.

Terkait penilaian masyarakat penerima santunan diatas mengisi mudah dalam prosedur dan persyaratan asuransi. Kemudian masalah kemudahan prosedur dan persyaratan pelayanan asuransi kecelakaan lalu lintas di PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan, peneliti juga melihat hasil penilaian masyarakat yang sedang mengajukan klaim asuransi. Berdasarkan hasil penilaian survey, masyarakat yang mengajukan klaim asuransi merasa prosedur dan persyaratan pelayanan asuransi kecelakaan lalulintas di PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan sudah dibuat dengan sangat mudah dan tidak berbelit.

Hal itu di karenakan, masyarakat yang akan mengajukan asuransi cukup datang ke PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dengan membawa berkas yang telah di informasikan sebelumnya, tanpa harus membawa persyaratan lainnya sesudah penyerahan berkas tersebut. Peneliti juga melihat hasil penilaian masyarakat yang telah menerima klaim asuransi tersebut.

Berdasarkan hasil penilaian, prosedur pelayanan penyerahan berkas sudah dikatakan cukup baik, karena tidak ada lagi yang diminta oleh PT Jasa Raharja selain persyaratan tersebut, dan dalam penyerahan dana asuransi tersebut masyarakat juga merasakan waktu tidak terlalu lama dalam pemrosesan pengajuan asuransi tersebut, sehingga masyarakat merasa pelayanan dalam pemberian dana asuransi terkesan sangat puas dalam pelayanan yang di berikan oleh PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan tersebut.

B. Pembahasan

1. Program Kerja Humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan

Tugas pokok dari Humas Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan tidak jauh beda dengan tugas humas Jasa Raharja pada Umumnya. Bagian humas sudah diatur dalam ketetapan Menteri Pertahanan dan Keamanan, Menteri Dalam Negeri dan Menteri Keuangan Nomor Ins/03/M/X/1999, Nomor 29 Tahun 1999 dan Nomor 6/IMK.014/1999 tentang pelaksanaan Sistem menyebarluaskan informasi/mempublikasikan asuransi Jasa Raharja sebagai asuransi sosial masyarakat Indonesia khususnya.²

Dengan mempublikasikan semua informasi layanan asuransi diharapkan masyarakat mengetahui fungsi dan eksistensi Jasa Raharja sebagai pengelola asuransi sosial bidang kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum yang memberikan perlindungan dasar kepada masyarakat terkena musibah kecelakaan Lalu - lintas. Dimana masyarakat punya hak untuk mengetahui informasi layanan asuransi tersebut oleh karena itu Jasa Raharja Padangsidempuan memiliki tanggung jawab penuh dalam menjalankan program layanan asuransi sosial untuk melayani kebutuhan masyarakat luas khususnya masyarakat Padangsidempuan.

Dan dapat dilihat dari hasil penelitian melalui wawancara yang diperoleh, hasil analisis menunjukkan bahwa program kerja humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan tetap memerhatikan anggaran setiap tahunnya seperti pemanfaatan media radio yang fisik media cetak metro tabagsel dan portal-portal antaranus. Sedangkan media sosial seperti *instagram*, *facebook*, dan *youtube*. Dan juga melakukan sosialisasi langsung ke tempat komunitas ataupun ke sekolah dan kecamatan. Dari hal tersebut sesuai dengan penelitian langsung yang dilakukan oleh peneliti bahwa program kerja dari humas PT Jasa

² Neyna Vandarani Andarista, "*Strategi Public Relation PT.Jasa Raharja Jawa Timur Dam Meningkatkan Brand Awaneress Melalui Aktivitas Marketing Public Relation*"(Skripsi STIK surabaya,2018).

Raharja Perwakilan TK II Padang Sidempuan sudah “cukup baik” dengan melihat program kerja yang sudah dilaksanakan oleh Humas Jasa Raharja dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat.

2. Dampak kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum terhadap masyarakat

Dampak nyata dari kontribusi humas PT Jasa Raharja Padangsidempuan juga dapat dilihat dari laporan perkembangan kecelakaan dari tahun 2015 sampai dengan 2019. Berdasarkan program kerja humas dapat dilihat bahwa jumlah tingkat kasus kecelakaan yang terjadi dari tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami penurunan. Jumlah korban kecelakaan pada tahun 2015 berjumlah 592 yang terdiri dari 322 korban meninggal dunia, 174 korban luka-luka dan 96 korban cacat tetap.

Jumlah korban kecelakaan ditahun 2016 berjumlah 471 terdiri dari 256 korban meninggal dunia, 174 korban luka-luka dan 41 korban cacat tetap. Jumlah korban di tahun 2017 berjumlah 514 terdiri dari 280 korban meninggal dunia, 162 korban luka-luka dan 72 korban cacat tetap. Jumlah korban ditahun 2018 berjumlah 460 terdiri dari 242 korban meninggal dunia, 151 korban luka-luka, dan 67 korban cacat tetap. Jumlah korban kecelakaan ditahun 2019 berjumlah 324 terdiri dari 263 korban meninggal dunia, 40 korban luka-luka dan 21 korban cacat tetap.

Hal ini jelas terlihat bahwa humas dari PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan telah melakukan program-program kerjanya dengan cukup baik. Jadi peneliti menganalisa bahwa PT Jasa Raharja dalam mensosialisasikan program-program dan asuransi kecelakaan dilakukan secara rutin, berdampak yang baik dalam masyarakat. Menurut penulis bahwa dampak dari kontribusi humas Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan kepada masyarakat terlihat jelas menimbulkan hal positif dan dapat memberi manfaat yang baik untuk masyarakat dengan melihat perkembangan kecelakaan mengalami penurunan.

3. Tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum

Tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas dilihat dari survei penilaian masyarakat. Dan dapat dilihat dari hasil penelitian yang diperoleh, rata-rata hasil analisis menunjukkan bahwa tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum secara keseluruhan masuk dalam kriteria cukup baik dengan nilai rata-rata 70 %. Peneliti mengambil 90 orang korban yang akan dianalisis.

Jumlah skor ideal (kriteria) untuk seluruh item = $4 \times 100 = 400$ (seandainya semua menjawab SM). Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian = 280. Berdasarkan dari data itu maka tingkat kemudahan dan kepuasan pelayanan PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan terhadap korban adalah $(280 : 400) \times 100\% = 70\%$. Dari hasil wawancara peneliti menganalisa bahwa prosedur pelayanan penyerahan berkas sudah dikatakan cukup baik, karena tidak ada lagi yang diminta oleh PT Jasa Raharja selain persyaratan tersebut, dan dalam penyerahan dana asuransi tersebut masyarakat juga merasakan waktu tidak terlalu lama dalam pemrosesan pengajuan asuransi tersebut, sehingga masyarakat merasa pelayanan dalam pemberian dana asuransi terkesan sangat puas dalam pelayanan yang di berikan oleh PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ditulis dan dikemukakan pada bab IV tentang “Analisis Kontribusi Humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan Dalam Mempublikasikan Layanan Asuransi Kecelakaan Kepada Masyarakat”, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil Penelitian Program Kerja Humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan sudah “cukup baik” dengan melihat program kerja yang sudah dilaksanakan oleh Humas Jasa Raharja dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat. Seperti melakukan publikasi terkait produknya dan berbagai kegiatan dilakukan Jasa Raharja melalui website dan media sosial seperti: instagram dan youtube. Selain melakukan publikasi di media sosial yang dilakukan Humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan yaitu dengan menjalin kerjasama dengan mitra lain seperti kepolisian, Rumah Sakit, Kantor samsat, Mitra media baik *online*, cetak dan radio untuk mempromosikan perusahaannya. Yang dilakukan oleh Humas Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan yaitu selalu berupaya untuk mendekati diri dengan masyarakat melalui kegiatan sosialisasi dengan bertatap langsung dengan masyarakat, dengan cara mempengaruhi masyarakat dalam *opini public* yang positif, misalnya mengenai pentingnya menjaga keselamatan di jalan raya melalui kegiatan yang bersifat sosialisasi, penyuluhan dan partisipasi seperti menjadi *sponsorship*.
2. Hasil penelitian Dampak kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum terhadap masyarakat terlihat jelas menimbulkan hal positif dan dapat memberi manfaat yang

baik untuk masyarakat. Dampaknya dilihat dari laporan perkembangan kecelakaan dari tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami penurunan.

3. Hasil penelitian dan pembahasan tanggapan masyarakat terhadap kontribusi humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan dalam mempublikasikan layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum. Dalam penelitian ini mengidentifikasi bahwa tanggapan masyarakat sudah dalam kriteria cukup baik, Dilihat dari hasil survey dengan nilai rata-rata 70% dari 100% dan hasil wawancara dengan masyarakat yang mengajukan klaim asuransi merasa prosedur dan persyaratan pelayanan asuransi kecelakaan lalu lintas di PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan sudah dibuat dengan sangat mudah dan tidak berbelit. Masyarakat juga merasakan waktu tidak terlalu lama dalam pemrosesan pengajuan asuransi tersebut, sehingga masyarakat merasa pelayanan dalam pemberian dana asuransi terkesan sangat puas dalam pelayanan yang di berikan oleh PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan tersebut.

B. Saran

1. Bagi Instansi

Keberhasilan perusahaan dalam mempublikasikan layanan asuransi kepada masyarakat tidak terlepas dari Humas. Melalui penelitian ini diharapkan pihak humas dapat lebih meningkatkan profesional karyawan dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan untuk menunjang kemajuan kinerja karyawan yang lebih baik. Humas juga merangkul semua pihak media massa dapat memberikan sebuah informasi yang profesional dan objektif tentang perusahaan untuk meningkatkan rasa simpati masyarakat terhadap PT. Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan terbangun sangat baik di masa yang akan mendatang.

2. Bagi Masyarakat

Karena pentingnya keselamatan diri dan membayar pajak bagi masyarakat untuk dapat memenuhi persyaratan pengajuan klaim ketika terjadi

kecelakaan diharapkan agar lebih berhati-hati dalam berkendara dan membayar pajak tepat waktu agar lebih mudah dalam mengurus pengajuan klaim.

3. Bagi Peneliti yang Akan Datang

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti yang akan datang meskipun penulis mengerti bahwa penelitian ini jauh dari sempurna dan harapan penulis untuk peneliti yang akan datang dapat menyempurnakan penelitian pertama.

DAFTAR PUSTAKA

- Andarista, Neyna Vandarani. *Strategi Public Relation PT. Jasa Raharja Jawa Timur Dam Meningkatkan Brand Awaneress Melalui aktivitas Marketing Public Relatio*. Skripsi STIK Surabaya, 2018.
- Barata, Atep Adya *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputer, 2003.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metodeologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UINSU Press. 2016.
- Close, H.W. *Public Relation As Management Function*. Dalam Jurnal *Public Relation*, 1980.
- Cutlip, Scott, dkk. *Effective Public Relations*. Edisi 8. Penerbit : Upper Saddle River. NJ : Prentice Hall, 1999.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Sygma Examedia, 2009.
- Djiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayu Media, 2011.
- Dewantoro, Taufi Ilham *Manajemen Public Relations PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau Dalam Meningkatkan Image Positif Kepada Masyarakat Kota Pekanbaru*. Skripsi. Ilmu komunikasi, 2019.
- Effendi, Onong Uchjana. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Cetakan ke.6. PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Fariani, Silvi. *Public Relations Profesi Dan Praktek*. Jakarta : Salemba Humanika, 2009.
- Hasibuan, Melayu S.P. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Irawan, Bambang. *Kontribusi Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau Dalam Mempublikasikan Layanan Asuransi Kecelakaan Lalu-Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Kepada Masyarakat Pekanbaru*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau, 2012.
- Kadir, Muhammad Abdul. *Hukum Asuransi Indonesia*. Bandung : Citra Aditya Bakti, 2002.
- Kansil, CST. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Cet.1 Jakarta: Sinar Grafika, 1996.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. Ed. I, 2005.

- Komariah, Neneng. *Kegiatan Public Relations Dalam Menunjang Terciptanya Image Yang Positif Terhadap Perpustakaan Umum*. Skripsi. Ilmu Komunikasi, 2019.
- Kusumastuti, Frida. *Dasar-Dasar HUMAS*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana, 2011.
- Lomboan Meilly dan Femny. *Implementasi Tepat Pelayanan Santunan Korban Kecelakaan Lalu Lintas Jalan*. Surabaya: UPN JATIM, 2012.
- Meleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Munir. *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Nova, Firsan. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Rastuti, Tuti. *Aspek Hukum Perjanjian Asuransi*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2011.
- Nasution, Fahrul Rozy. “Peran Dan Tanggung Jawab PT. Jasa Raharja (Persero) Dalam Memberikan Santunan Asuransi Terhadap Korban Kecelakaan Lalu Lintas Jalan” Skripsi. September, 2012.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers. 2014.
- Salim. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Citapustaka Media, 2019.
- Susanto, Astrid. *Filsafat Komunikasi*. Bandung : Binacipta, 1986.
- Tjahjono, Ahmad. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2003.
- Theaker, Alison. *The Public Relations Handbook*. London and Newyork: The Taylor and Francis Group, 2004.
- Undang-Undang Nomor 34 Tahun 1964, Tentang Dana Pertanggunganaan Wajib Kecelakaan Lalu Lintas Jalan.
- Wahyuningsih, Lestari. *Tugas Dan Fungsi Public Relation Dalam Organisasi, Sekretaris D III*, 2016.
- Wardana, Kun Wahyu. *Hukum Asuransi Proteksi Kecelakaan Transportasi*. Bandung : CV. Mandar Maju, 2009.
- Warni. “Tinjauan Peranan PT Jasa Raharja Dalam Pemberian Biaya Dan Santunan Kepada Korban Kecelakaan Lalu-Lintas Jalan di Kota Makassar” Skripsi. September, 2015.

TRANSKIP WAWANCARA

1. Dalam melaksanakan peran dan fungsinya apakah tugas dari humas PT Jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan?

Tugas jasa raharja itu kan menjalani amanah Undang-Undang No. 33 dan No.34 yang intinya adalah menyalurkan dana santunan kepada korban kecelakaan, jadi tugas humas sama sih secara umum dengan humas secara pengertian. Menginformasikan apa sih tugas jasa Raharja kepada masyarakat, apa sih kewajiban dari masyarakat, apa sih hak-hak dari masyarakat. Jadi ketika masyarakat sudah tahu tentang hak dan kewajibannya maka mempermudah Jasa Raharja dalam melakukan pengoperasian. Contoh rilnya kalau sekarang kan sudah lebih pasif ya untuk media-media humas, contohnya kita manfaatkan sekop dari Sidimpuan Tabagsel itukan koran Metro tabagsel, kita sesekali menggunakan media itu contohnya menginformasikan pada periode ini berapa yang sudah dibayarkan Jasa Raharja santunannya. Terus disitu juga kita sampaikan bahwasanya santunan ini dapat diterima oleh masyarakat bilamana telah membayar pajaknya. Nah di pajak itukan ada namanya SWKDLLJ, jika risiko punya sepeda motor itu SWDKLLJ nya Rp.35.000, dengan membayar Rp. 35.000 lah setiap tahun ini Jasa Raharja bisa menjamin dana santunannya apabila terjadi kecelakaan.

2. Jadi, Kalau misalnya dia tidak membayar pajak atau pajaknya nunggak itu gak bisa di cover ya pak ?

Sederhananya ya begini dek, bagaimana kita mendapatkan hak kita sebelum kewajiban kita terpenuhi. Jadi, kita bisa memperoleh hak kita ketika kita sudah memenuhi kewajiban kita.

3. Apa saja bentuk program kerja humas PT jasa Raharja Perwakilan TK II Padangsidempuan?

Kalau program dalam hal biasanya tetap memperhitungkan anggaran yang ada pada tahun itu, pasti program kita yang rilnya pemanfaatan yang pertama, memanfaatkan media contohnya radio disini kan RUFM , koran itu terutama portal-portal antaranius, tv kor dll. Yang terpenting kita manfaatkan

media cetak dan media elektronik. Terus kita juga punya media sosial ada instagramnya, terus ada facebooknya juga. Dalam kondisi normal juga sesekali minimal sekali sebulan dalam sebulan kita melakukan sosialisasi langsung ketempat-tempat komunitas atau sekolah SMA, ke kantor kecamatan, kita kumpulkan masyarakat dan lurah-lurahnya. Disamping kita menyampaikan tugas-tugas jasa raharja kita juga pengen, di Jasa Raharja itu kan membutuhkan dokumen-dokumen perlu dilegalisir oleh pejabat daerah setempat, contohnya lurah jadi ketika kita mengumpulkan mereka bisa membantu ketika ada korban kecelakaan yang membutuhkan dokumen yang diperlukan si pengulur tersebut.

4. Di luar pembayaran santunan, aktivitas apa saja yang telah dilakukan saat ini? Sosialisasi dan meliputi kegiatan-kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masyarakat ataupun mitra terkait. Kita juga ada program pengobatan gratis yang dilakukan setiap bulan.
5. Apa semua aktivitas humas di jasa raharja dibuat atau direalisasikan oleh humas itu sendiri?

Program kerja sudah di tentuka oleh kantor pusat namun kita dikasih ruang untuk menjalankan tugas sesuai kondisi dan situasi masing-masing daerah.

6. Siapa saja yang menjadi target atau sasaran yang dituju oleh humas Jasa Raharja dalam melakukan publikasi
Target utama adalah seluruh lapisan masyarakat.
7. Target usia untuk kegiatan sosialisasi?
Kalau kita semua lapisan ya, jadi segala usia dari tingkat yang paling kecil sampai tingkat tertinggi ya, kalau sosialisasi mulai dari sekolah-sekolah kita tetap ke SMA juga kemudian dikomunitas-komunitas itukan juga tidak memandang usia misalnya seperti pengendara travel kemudian juga di kecamatan-kecamatan seperti itukan tidak memandang target usia jadi memang seluruh lapisan masyarakat.
8. Siapa yang mengelola instagram Jasa Raharja, dan apakah masih aktif?
Staff humas, masih aktif kalau terlalu sering dan itu-itu aja yang di posting pasti followersnya bosan maka kita coba menonjolkan berita yang lebih

menonjol. Contohnya ada kecelakaan dan mengakibatkan korban meninggal dunia, maka pasti ada pembayaran santunan. Jadi kita pilih momen ini yang sekiranya viral yang membuat semua orang melihat. Sehingga masyarakat tahu bahwasanya kalau ada kecelakaan ada dana santunannya. Nah kita masuk disitukan salah satunya bentuk kehadiran pemerintah. Disaat orang memperhatikan kasus itu kita hadir, menjadikan hal ini menarik untuk kita posting.

9. Apa saja bentuk iklan yang dibuat oleh humas? (di media sosial apa saja? Di media cetak apa saja? Penempatannya dimana?

Bentuk media yang dibuat di media massa seperti talkshow di radio RUFM, media sosial kita lebih menggunakan channel youtube, instagram. Selain itu kita menempatkan banner informasi tentang Jasa Raharja dan prosedur dana santunan yang ditempatkan di Rumah Sakit, dan juga Samsat.

10. Kalau di kepolisian juga terdapat informasi/brosur mengenai jasa raharja?

Kalau di kepolisian sih dari pelayanan, kalau dari humas kita menebarkan di Rumah Sakit dan kantor Samsat. Brosur biasanya dijadikan fayer pada saat sosialisasi.

11. Ketika mengiklankan produk jasa raharja bunyi tagline dan artis iklan yang dimunculkan seperti apa?

Kala dulu Jasa Miharja karena namanya agak mirip itupun di kantor pusat, Kalau disini belum ada karena melihat tunjangan belum memadai. Bunyi tagline, kita itu punya motto sebenarnya “ Utama Dalam Perlindungan Prima Dalam Pelayanan”, tetapi itu tidak menjadi tagline.

12. Apa saja rencana jangka panjang dan jangka pendek Jasa Raharja dalam usaha meningkatkan image positif bagi masyarakat?

Rencana jangka pendek adalah melanjutkan program kerja sebagaimana tahun sebelumnya dengan menyusun jadwal aktivitas sosialisasi. Rencana jangka panjangnya adalah menyiapkan era dan tempat yang berbeda dari yang sebelumnya, dan sekarang sudah ada aplikasi JR ku untuk mempermudah pelayanan Jasa Raharja.

DOKUMENTASI



PT. JASA RAHARJA (Persero)

TANGGAL PROSES 02/07/2020

Perwakilan P. Sidimpuan

SANDI OPERATOR

931635199

DAFTAR PENYELESAIAN KLAIM
TANGGAL : 01/01/2020 s.d 30/06/2020

Hal : 1

No	Tanggal	Nomor	Nomor Bukti	Penerima Dana Santunan/ Hubungan dgn Korban	Jumlah	Ket	
		Berkas					
			Pembayaran	Penolakan/			
				Pelimpahan			
1	2	3	4	5	6	7	8

***** UU.33/1964 *****

1	12/02/2020	1-003-03-06-01-08-2019 SUPLESI	0601/A/0068/02 /2020	RS METTA MEDIKA, KOTA PADANG SIDEMPUAN PIHAK R.SAKIT/KORBAN PESERTA BPJS KESEHATAN	450.080 0	1
2	12/02/2020	1-004-02-06-01-07-2019 SUPLESI	0601/A/0069/02 /2020	RS METTA MEDIKA, KOTA PADANG SIDEMPUAN PIHAK R.SAKIT/KORBAN BUKAN PESERTA BPJS	347.260 0	1
3	12/02/2020	1-006-04-06-01-07-2019 SUPLESI	0601/A/0070/02 /2020	RS METTA MEDIKA, KOTA PADANG SIDEMPUAN PIHAK R.SAKIT/KORBAN PESERTA BPJS KESEHATAN	3.824.710 0	1

4	12/02/2020	1-007-03-06-01-07-2019	0601/A/0067/02	RS METTA MEDIKA, KOTA PADANG SIDEMPUAN	1.812.736	1
		SUPLESI	/2020	PIHAK R.SAKIT/KORBAN BUKAN PESERTA BPJS	0	

5	14/02/2020	1-001-00-06-01-02-2020	PL//2020	DODI ANDRIKO	4.001.148	1
				PIHAK R.SAKIT/KORBAN PESERTA BPJS KESEHATAN	0	

6	28/02/2020	1-002-00-06-01-02-2020	0601/A/0195/02	RS METHODIST	18.904.300	1
			/2020	PIHAK R.SAKIT/KORBAN PESERTA BPJS KESEHATAN	0	

7	04/03/2020	1-002-00-06-01-03-2020	0601/A/0020/03	LEILI FITRI HAYATI	50.000.000	1
			/2020	ORANGTUA (AHLI WARIS)	0	

No	Tanggal	Nomor Berkas	Nomor Bukti	Penerima Dana Santunan/ Hubungan dgn Korban	Jumlah	Ket	
1	2	3	4	5	6	7	8
8	04/03/2020	1-003-00-06-01-03-2020	0601/A/0022/03 /2020	KAMAL IDRIS ORANGTUA (AHLI WARIS)	50.000.000 0	1	
9	04/03/2020	1-004-00-06-01-03-2020	0601/A/0021/03 /2020	JAH FAR LUBIS ORANGTUA (AHLI WARIS)	50.000.000 0	1	
10	05/03/2020	1-005-00-06-01-03-2020	0601/A/0042/03 /2020	HUSEIN ORANGTUA (AHLI WARIS)	50.000.000 0	1	
11	17/03/2020	1-004-01-28-00-03-2020	0601/A/0093/03 /2020	ABDUL RAHMAN SUAMI (AHLI WARIS)	50.000.000 0	1 - Limpah 2800001	
12	17/03/2020	1-005-01-28-00-03-2020	0601/A/0095/03 /2020	LUKMAN ORANGTUA (AHLI WARIS)	50.000.000 0	1 - Limpah 2800001	

No	Tanggal	Nomor Berkas	Nomor Bukti	Penerima Dana Santunan/ Hubungan dgn Korban	Jumlah	Ket	
1	2	3	4	5	6	7	8
			Pembayaran	Penolakan/			
				Pelimpahan			
					Sub total		
					TOTAL		

Keterangan. Pembayaran	Jml. Korban	Jml. Santunan
Meninggal Dunia	156	7.996.000.000
Luka-Luka	195	2.384.049.231
Cacat Tetap	3	93.500.000
Penguburan	1	8.000.000
Ambulans	0	0
P3K	0	0

Kesimpulan	
Terjamin.....:	265
Tidak terjamin.....:	127
Penelitian LL.....:	30
	422

JUMLAH	355
---------------	-----

Mengetahui :

Padang Sidimpuan, 2 Juli 2020

Kepala Perwakilan

PJ. Bidang Pelayanan

Soni Sumono, S.H.

Mely Suharni Sihotang