

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. JASA RAHARJA DALAM  
MENYOSIALISASIKAN ASURANSI KECELAKAAN TERHADAP  
MASYARAKAT di SURABAYA**

**(Studi pada PT. Jasa Raharja Surabaya Cabang Jawa Timur)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada  
Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

Di Susun Oleh:

**Mohammad Saifur Rijal**  
**B06215023**

**Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya**

**Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mohammad Saifur Rijal

NIM : B06215023

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jl. Bratang Perintis 7 No. 16 Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 26 Juni 2019

Yang menyatakan,



Mohammad Saifur

Rijal

B06215023

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Mohammad Saifur Rijal  
NIM : B06215023  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Strategi Komunikasi PT. Jasa Raharja Dalam  
Menyosialisasikan Asuransi Kecelakaan Terhadap Masyarakat di Surabaya (Studi  
pada PT. Jasa Raharja Surabaya Cabang Jawa Timur).

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan.

Surabaya, 26 Juni 2019

Dosen Pembimbing,



Muchlis, S.Sos.I., M.Si.  
Nip. 197911242009121001

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Mohammad Saifur Rijal ini telah dipertahankan di depan Tim  
Penguji

Surabaya, 26 Juli 2019

-Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dekan,

  
Rbd. Halim, M.Ag  
NIP: 196307251991031003

Penguji I



Muchlis, S.Sos.I., M.Si.  
Nip: 197911242009121001

Penguji II



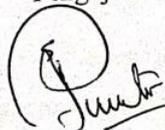
Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip, M.Si  
NIP: 19731999032004

Penguji III



Dr. Moch. Choirul Arief, S.Ag, M.Fil.I  
NIP: 197110171998031001

Penguji IV



Pardianto, S.Ag, M.Si  
NIP: 197306222009011



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MOHAMMAD SAIFUR RIJAL  
 NIM : B06215023  
 Fakultas/Jurusan : DAKWAH dan KOMUNIKASI/ ILMU KOMUNIKASI  
 E-mail address : saifurriri@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

STRATEGI KOMUNIKASI PT. JASA RAHARJA DALAM MENYOSIALISASIKAN ASURANSI KECELAKAAN TERHADAP MASYARAKAT DI SURABAYA ( Studi Pada PT. Jasa Raharja Surabaya Cabang Jawa Timur)

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01 Agustus 2019

Penulis

(MOHAMMAD SAIFUR RIJAL)







E. Profil Informan PT. Jasa Raharja Persero .....	63
F. Deskriptif Penelitian.....	65
BAB IV ANALISIS DATA .....	75
A. Temuan Penelitian.....	76
1. Pemberian Pelayanan yang Ramah dan Prima (PRIME) bagi Masyarakat .....	77
2. Pemberian Informasi Terkait Santunan dan Prosedurnya.....	80
3. Sinergitas Jasa Raharja Dengan Polri dan Pihak Rumah Sakit .....	84
4. Sosialisasi dan Pemanfaatan Sosmed untuk Penyebaran Informasi .....	87
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori .....	90
BAB V PENUTUP.....	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	85
BIODATA PENULIS .....	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	103









kuat. Selain itu, juga ada keterampilan komunikasi individu yang sebagian besar orang diperoleh melalui banyak latihan. Sehingga strategi komunikasi pengertiannya adalah segala aktifitas yang akan dilakukan komunikator dalam mentransmisikan pesan kepada komunikan dengan tujuan tertentu yang telah digariskan sebelumnya, dengan media apa, perumusan pesan yang bagaimana, dan efek yang akan dicapai, yang pada akhirnya apa yang diinginkan sesuai dengan rumusan dan tujuan tersebut.

“Asuransi” dalam hal ini adalah pertanggungan (perjanjian antara dua pihak, pihak yang satu akan membayar uang kepada pihak lain bila terjadi kecelakaan dan sebagainya, sedangkan pihak lain akan membayar iuran). Dalam perjanjian asuransi, resiko adalah suatu objek sesungguhnya menjadi inti dari perjanjian pertanggungan tersebut, resiko adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, karena tidak seorang pun dapat bebas dari suatu resiko karena resiko dapat melanda manusia kapan dan dimana saja.

Negara menjalankan fungsi perlindungan kepada warga negara yang lemah melalui pemberian dukungan finansial, tepatnya santunan. Mereka dianggap "berhak" untuk mendapatkan santunan ini karena mekanisme pasar gagal dalam menyediakan sumber-sumber pendapatan seperti lapangan kerja yang langka. Disamping itu santunan juga diberikan kepada kelompok lemah yang lain, termasuk kategori ini adalah mereka yang karena kondisi fisiknya























































melainkan terlebih dahulu mempertanyakan “siapa yang akan menjadi sasaran penyampaian pesan”.

Jadi dalam merumuskan sebuah strategi komunikasi dan mencapai tujuan yang diharapkan maka diperlukan rumusan yang jelas, dan juga memperhatikan kondisi dan situasi khalayak (komunikator).

- 2) Menyusun Pesan yaitu Setelah mengenal khalayak, adalah menyusun pesan. Syarat utama dalam penyusunan pesan yaitu harus dapat menyokong, menggambarkan, atau mendeskripsikan gagasan utama dengan bahasa yang ringkas dan jelas agar khalayak (komunikator) mampu mencerna isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian (*feedback*) dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Dalam proses komunikasi secara tatap muka, umpan balik muncul dalam dua jenis yaitu tanggapan verbal dan isyarat nonverbal. Kedua jenis umpan balik tersebut dapat digunakan oleh komunikator sebagai sumber informasi yang menunjukkan sikap sebenarnya dari khalayak terhadap gagasan yang disampaikan.

- 3) Pengorganisasian pesan komunikasi merupakan faktor yang penting dalam menentukan keberhasilan kegiatan komunikasi yang berusaha mempengaruhi atau meyakinkan khalayak sasaran. Kesimpulan dalam presentasi harus mampu meringkas pokok-pokok kunci, memusatkan tema dan tujuan, mengingankan

































































































di Jasa Raharja. Selain itu, Jasa Raharja melakukan *person to person* dalam melakukan proses komunikasi.

Komunikator dalam menciptakan komunikasi yang efektif adalah dengan mengenal khalayaknya. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan tetapi saling mempengaruhi. Dalam menginformasikan kepada masyarakat, Jasa Raharja akan melakukan strategi komunikasi yang bisa mengena kepada masyarakat.

Untuk lebih memasyarakatkan perannya, Jasa Raharja sebagai asuransi sosial berkerja keras dalam meningkatkan pelayanan dengan inovasi-inovasi terbaru. Dalam menginformasikan pelayanan kepada masyarakat Jasa Raharja memilih narasumber yang dianggap kompeten yang benar-benar ada kaitannya dengan sosialisasi asuransi kecelakaan. Hal ini dipilih dalam proses penyampaian pesan

Pihak Jasa Raharja juga mengungkapkan pentingnya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya asuransi kecelakaan lalu lintas dan angkutan umum yang dilaksanakan Jasa Raharja, juga untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap proses pengajuan permohonan santunan bagi korban kecelakaan lalu lintas jalan dan angkutan umum. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditempatkan melalui penetapan

struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.

Dalam memahami komunikasi, terutama yang menjadi target sasaran program sosialisasi asuransi kecelakaan merupakan hal yang penting. Komunikasi yang menentukan berhasil tidaknya proses komunikasi atau suatu program yang sudah direncanakan untuk menarik perhatian komunikasi. Jika komunikasi tidak tertarik terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator maka proses komunikasi dilakukan akan sia-sia.

Berdasarkan penjelasan di atas strategi komunikasi PT. Jasa Raharja adalah memberikan pelayanan yang ramah dan prima terhadap masyarakat yang menjadi korban kecelakaan atau yang ingin mengajukan santunan di Jasa Raharja. Dalam hal ini Jasa Raharja dalam proses strategi komunikasinya, Jasa Raharja mempengaruhi masyarakat dengan jalan membujuk/ mengajak. Dalam hal ini masyarakat digugah baik pikiran maupun perasaannya. Karena dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka akan tercipta kepuasan pelanggan yang selanjutnya dapat membentuk kepercayaan masyarakat.

## 2. Pemberian Informasi Terkait Santunan dan Prosedurnya

Setelah memberikan pelayanan yang ramah dan prima, maka tahap selanjutnya adalah pemberian stimulu terhadap komunikan yaitu setiap masyarakat yang menjadi korban kecelakaan dan mengajukan santunan maka akan memperoleh santunan asuransi kecelakaan dari Jasa Raharja, maka dari itu dalam menyosialisasikan asuransi kecelakaan akan diberikan pemahaman secara *detail* dan jelas agar komunikan dapat mengerti apa yang telah disampaikan komunikator sebelumnya.

Menarik perhatian masyarakat merupakan syarat utama dalam mempengaruhi komunikan. Perhatian itu sendiri adalah pengamatan terpusat. Maka dari itu, efektifitas dalam komunikasi adalah minat rasa ingin tahu dari masyarakat terhadap pesa-pesan yang disampaikan seperti manfaat dan keuntungan setelah mengajukan santunan di Jasa Raharja.

Dana pertanggung jawaban kecelakaan penumpang dan dana kecelakaan lalu lintas jalan dibentuk untuk memberikan santunan kepada penumpang yang menjadi korban kecelakaan alat angkutan umum dan masyarakat yang menjadi korban kecelakaan lalu lintas jalan. Hal ini merupakan dasar kepada masyarakat sebagaimana amanat UUD 1945.

Terkait nilai santunan, terdapat perubahan peningkatan nilai santunan kepada korban kecelakaan lalu lintas jalan. Kenaikan nilai santunan tersebut diatur dalam PMK No. 15/PMK.010/2017 tentang besar santunan dan iuran wajib dana pertanggung jawaban wajib kecelakaan penumpang alat angkutan umum di darat, sungai/danau, feri/penyeberangan, laut dan









bersama. Dalam hal ini PT Jasa Raharja sudah membuat MOU dalam melakukan kerjasama dengan Polri dan pihak Rumah Sakit. Dalam hal ini, tentu saja setelah tujuan yang dikehendaki telah menjadi kesepakatan bersama.

Tanggung jawab PT. Jasa Raharja terkait dengan korban kecelakaan merupakan amanat dari Undang-Undang Nomor 34 Tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan. Berdasarkan korban yang ingin mengajukan klaim santunan harus melalui prosedur atau persyaratan yang telah disediakan dalam hal ini meliputi pengisian *form* pengajuan disertai dengan laporan dari pihak kepolisian dan data identitas diri korban.

Selain itu Jasa Raharja juga mewajibkan pembayaran iuran yang dikenal sebagai Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) untuk setiap pengguna kendaraan dan besaran tarif sumbangan diatur dalam ketentuan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 36/PMK.010/2008 tentang besar santunan wajib dana kecelakaan lalu lintas jalan.

Pihak Jasa Raharja juga selalu aktif datang ke rumah sakit apabila terjadi kasus kecelakaan lalu lintas dan menginformasikan kepada korban maupun ahli warisnya tentang hak-haknya yang telah dijamin Undang-Undang serta mengenai prosedur maupun syarat-syarat pengajuan klaim untuk mendapatkan hak pembayaran santunan tersebut. Laporan polisi sebagai persyaratan klaim ke Jasa Raharja bagi korban kecelakaan lalu lintas yang dirawat dirumah sakit akan keluar 1x24 jam. Jasa Raharja telah

berkerjasama dengan Kepolisian untuk memperoleh data laporan polisi bilamana terjadi kecelakaan angkutan umum dan lalu lintas.

Sinergitas Jasa Raharja dengan Kepolisian dan Kementerian Kesehatan dalam penanganan korban kecelakaan penumpang angkutan umum dan lalu lintas jalan telah memudahkan petugas Jasa Raharja dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Karena sistem komunikasi dalam penyampaian informasi yang telah didukung teknologi. Kepolisian telah memberikan ruang bagi petugas Jasa Raharja untuk mendapatkan laporan tentang terjadinya kecelakaan penumpang alat angkutan umum dan lalu lintas jalan. Petugas Jasa Raharja melakukan koordinasi dengan Rumah Sakit untuk memberikan surat jaminan bagi korban yang mengalami kecelakaan untuk dilakukan penanganan perawatan guna menghindari terjadinya fatalitas. Petugas Jasa Raharja juga membantu keluarga korban untuk mendapatkan surat keterangan kesehatan korban dan melengkapi identitas diri atau dokumen ahli waris.

Sinergitas antara Jasa Raharja, Kepolisian dan Rumah Sakit dalam memberikan pelayanan jasa asuransi kepada korban kecelakaan lalu lintas sudah baik. Hal ini dikarenakan dengan adanya sinergi yang baik maka akan memberikan manfaat yang besar untuk satu sama lain dan lebih baik diantara dua atau lebih organisasi untuk mencapai tujuan yang sama.

Dalam proses optimalisasi sinergi maka akan diperoleh pertukaran informasi, kombinasi atau berbagai andil sumber daya untuk mencapai kemanfaatan bersama dan pencapaian tujuan bersama.





tunggal, namun seluruh pegawai Jasa Raharja harus dapat berperan sebagai humas bagi perusahaannya.

Jasa Raharja senantiasa berusaha menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat khususnya mengenai informasi pemberian santunan kecelakaan lalu lintas kepada masyarakat serta kegiatan-kegiatan lain yang menyangkut kepentingan perusahaan. Sehingga hampir setiap bulan media massa yang *update* selalu memberikan informasi tentang berbagai kegiatan yang dilakukan Jasa Raharja.

Sehingga dengan informasi ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui tentang sejauh mana tingkat kepedulian Jasa Raharja dalam melaksanakan tugas-tugas yang diemban dalam melayani asuransi kecelakaan lalu lintas jalan kepada masyarakat khususnya di wilayah Surabaya.

Strategi komunikasi Jasa Raharja yang dikembangkan harus mampu melayani kebutuhan masyarakat, membentuk citra positif institusi, memberikan informasi terbaru mengenai apa yang telah, dan akan dilakukan Jasa Raharja.

Jasa Raharja berharap dengan paradigma baru komunikasi di era digital saat ini akan semakin meningkatkan kualitas dan responsif masyarakat dalam mendefinisikan asuransi kecelakaan. Sehingga proses komunikasi yang telah terjadi tidak sia-sia.

Berdasarkan penjelasan diatas strategi komunikasi PT Jasa Raharja adalah melakukan promosi terhadap masyarakat dan mengadakan acara ketempat-tempat yang sudah ditetapkan. Dan menggunakan sosial media



dalam proses komunikasi maka akan menjadi bahan dari komunikan. Tahap selanjutnya komunikan mencoba memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Kemampuan komunikan inilah yang membuat proses berlanjut, yaitu kesedian untuk merubah sikap. Efek kognitif terhubung dengan pengetahuan, yang melibatkan proses berfikir, memecahkan masalah, dan dasar keputusan. Sedangkan afektif berhubungan dengan perilaku.

Dalam hal ini, stimulus yang disampaikan pihak PT Jasa Raharja adalah menawarkan program asuransi kecelakaan kepada masyarakat di Surabaya jika sewaktu-waktu terjadi musibah kecelakaan. Yang diperoleh jika mengajukan santunan di Jasa Raharja akan mendapat santunan ganti rugi, biaya ambulan, biaya penguburan (jika korban meninggal dunia) dan lain sebagainya. Kemudian masyarakat memperhatikan proses komunikasi yang dilakukan komunikator terhadap komunikan dan komunikan merasakan pelayanan yang telah diberikan PT Jasa Raharja.

Seperti yang dijelaskan pada bab 2 mengenai kajian teori, peneliti menggunakan teori *stimulus organizer respons* (S-O-R) untuk mengkonfirmasi temua-temuan yang peneliti temukan.

1. Dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat, komunikator mencari cara dalam pemberian stimulus yang tepat agar mendapat perhatian dari masyarakat (komunikan). Dalam tahap pemberian pelayanan yang ramah dan prima, pihak Jasa Raharja mempunyai cara sendiri dalam memberikan stimulus kepada komunikan yaitu menggunakan konsep PRIME dimana sasaran strategi PT Jasa Raharja adalah masyarakat Surabaya.

2. Setelah mendapatkan perhatian, selanjutnya komunikator berusaha bagaimana agar komunikasi mendapatkan pemahaman. Seperti yang peneliti temukan bahwa di dalam proses penyampaian pesan, komunikator memberikan penjelasan mengenai pentingnya menggunakan asuransi kecelakaan, karena jika sewaktu-waktu terjadi musibah kecelakaan tidak perlu bingung lagi akan biaya rumah sakit karena sudah ditanggung oleh pihak Jasa Raharja. Dalam proses komunikasi komunikator harus pintar-pintar mengolah kata agar stimulus yang disampaikan kepada komunikan dapat dipahami dengan baik. Karena pada dasarnya memahami komunikan atau masyarakat merupakan hal yang sangat penting. Komunikanlah yang menentukan berhasil tidak suatu proses komunikasi. Sebab semua proses komunikasi diarahkan kepada komunikan. Jika komunikan tidak terhadap pesan yang disampaikan komunikator maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.
3. Selanjutnya bekerjasama dengan pihak POLRI dan Rumah Sakit Dalam hal ini PT Jasa Raharja sudah membuat MOU dalam melakukan kerjasama dengan Polri dan pihak Rumah Sakit. Dalam hal ini, tentu saja setelah tujuan yang dikehendaki telah menjadi kesepakatan bersama. Berdasarkan penjelasan diatas strategi komunikasi PT Jasa Raharja adalah setiap ada korban kecelakaan yang dijamin oleh Jasa Raharja nanti kita keluarkan surat jaminan ke pihak rumah sakit jadi korban itu nantinya tidak akan mengeluarkan biaya apapun karena rumah sakit yang akan menagihkan ke pihak Jasa Raharja.

4. Promosi merupakan sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan seperti halnya media. Media yang digunakan harus dipilih secermat mungkin agar pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima dengan baik. Media yang digunakan harus sesuai dengan karakteristik komunikan, disini PT Jasa Raharja menggunakan beberapa media yaitu Instagram, Facebook, Twitter dan Radio. Selain menggunakan media PT Jasa Raharja mengadakan acara *Police & Jasa Raharja Go To Campus and Safety Riding* dan mengikuti acara *Millenial Safety Road* dalam menyosialisasikan asuransi kecelakaan.

Dari penjelasan diatas penggunaan teori *stimulus organisme respons* (S-O-R) cukup relevan dengan hasil penelitian strategi komunikasi PT Jasa Raharja dalam menyosialisasikan asuransi kecelakaan terhadap masyarakat di Surabaya karena ada stimulus yang berupa perubahan















