

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pada penelitian ini peneliti hendak meneliti mengenai *complaint handling* dari sebuah perusahaan jasa kesehatan publik BPJS Kesehatan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi dengan menggunakan media sosial *instagram*. Menurut Ardianto (2009:132) suatu reputasi dari sebuah perusahaan bisa dilihat dengan penyelesaian suatu masalah yang ada. Bagaimana perusahaan tersebut melakukan *complain handling* dari pengguna atau *Customer*-nya melalui media massa.

Public Relation atau yang dikenal juga dengan Humas merupakan suatu bagian perusahaan yang bertugas mengelola komplain pelanggan yang terjadi di perusahaan tersebut. *Public Relation* mempunyai suatu tanggung jawab penting dalam menanggapi ataupun mengelola pesan yang diterima oleh publik mengenai informasi atau pesan yang disampaikan (Kriyantono, 2017: 56), tanggung jawab yang dimiliki oleh *Public Relation* memberi nilai lebih terhadap perusahaan guna mendapatkan rasa kepercayaan dari masyarakat atau pelanggan menyebabkan perusahaan memiliki citra dan reputasi yang baik dalam masyarakat.

Pada perusahaan yang memiliki *public relation* bidang *complain handling* merupakan metode yang efektif untuk membantu perusahaan memantau berbagai perubahan, dan memberikan informasi kepada publik. PR pun dapat menjadi

sangat efektif saat adanya penanganan komplain atau opini publik karena sesuatu berita (Gassing dan Suryanto, 2016:11).

Sebuah *complaint handling* pada perusahaan merupakan sebuah bidang yang cukup penting terutama apabila perusahaan tersebut perusahaan jasa. Demi menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan memberikan kepuasan terhadap sebuah perusahaan sebuah bentuk pelayanan kepada pelanggan harus dilakukan. Pelayanan kepada pelanggan cepat saja tidak cukup namun harus memperlakukan pelanggan dengan baik, memperlihatkan pelayanan sebaik mungkin (Ruslan, 2014 : 279).

Pada sebuah perusahaan jasa terjadinya keluhan merupakan sebuah umpan balik dari sebuah produk atau jasa. Semakin banyak keluhan yang pelanggan atau konsumen berikan merupakan tanda bahwa perusahaan jasa tersebut memerlukan perhatian extra. Karena perusahaan harus dapat memberikan pelayanan jasa yang terbaik sehingga dapat membangun relasi yang baik dengan pelanggan. (Susi I, Selvy M, 2016)

Menjalin relasi dengan pelanggan memiliki sebuah tujuan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan penanganan yang memuaskan atau sesuai terhadap keluhan atau komplain yang disampaikan masyarakat. (Ardianto, 2011: 113). Dilakukannya analisis komplain ini dapat ditemukan penyebab dan dapat dengan segera diselesaikan permasalahan yang ada dalam prosedur, operasi atau ketentuan ketentuan lain sehingga menghindari terjadinya komplain terjadi.

Ardianto (2009: 97) menyebutkan, aktivitas pemantauan penyampaian *complaint* dalam media massa oleh publik harus diperhatikan dengan sungguh

karena dapat memengaruhi reputasi perusahaan itu sendiri. Berkembangnya media-media membuat masyarakat lebih mudah menyampaikan keluhannya kepada media media yang terkait.

Pesan tersebut yang berupa keluhan menjadi perantara bagi komunikator dengan komunikan dalam sebuah proses komunikasi (Moerdijati, 2016:57). Proses komunikasi merupakan penyaluran pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (Ruslan, 2016:81), maka komunikasi yang dilakukan menjadi penting untuk masyarakat dapat mengetahui informasi yang diberikan. Saat ini adalah masa dimana hampir seluruh masyarakat mulai menggunakan sebuah program kesehatan dari pemerintah. Sebuah badan hukum publik di mana memberikan pelayanan berupa jaminan kesehatan.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial atau yang biasa dikenal masyarakat Indonesia BPJS. BPJS kesehatan yang lahir pada 1 januari 2014. BPJS merupakan sebuah badan hukum negara yang bergerak pada bidang kesehatan. BPJS merupakan badan hukum negara dengan memiliki pengguna yang berjumlah 121,6 juta peserta atau berjumlah 49% populasi dari seluruh masyarakat Indonesia pada 2014. Perkembangannya dalam penggunaannya dalam waktu 2 tahun meningkat menjadi 171,9 juta pengguna Sumber: <https://bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/>.

Pada Januari 2020 muncul sebuah masalah pada masyarakat, karena adanya berita mengenai kenaikan harga atau biaya iuran pada premi yang harus dibayarkan di BPJS. Pada masyarakat timbul keluhan atau komplain mengenai kenaikan harga atau biaya yang harus dibayarkan. Kenaikan harga yang sudah di tetapkan pun

diberitakan menggunakan media massa yang ada di Indonesia. Pada awal tahun 2020 kemarin ditetapkan kenaikan harga tersebut.

Tabel 1. 1 Kenaikan harga iuran BPJS Kesehatan

BPJS KESEHATAN		
GOLONGAN	TARIF SAAT INI	USULAN KENAIKAN
PENERIMA BANTUAN IURAN (PBI)	RP 23.000	RP 42.000
KELAS III	RP 25.000	RP 42.000
KELAS II	RP 51.000	RP 110.000
KELAS I	RP 80.000	RP 160.000

Sumber : <https://bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/>

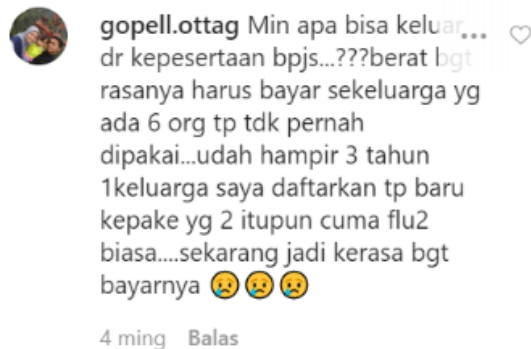
Memiliki kenaikan iuran yang telah diresmikan oleh Presiden Jokowi dengan Peraturan Presiden (Perpres) No 75 Tahun 2019 yang berisi tentang perubahan atas Perpres No 82 Tahun 2018 tentang jaminan kesehatan pada 24 Oktober lalu. Pada Pasal 34 Perpres tersebut disebutkan kenaikan iuran BPJS Kesehatan hingga 100%.

Pada setiap kelasnya mengalami kenaikan harga yang hampir 100%, pada kelas I yang pada awalnya Rp 80.000 mengalami kenaikan menjadi Rp 160.000, kelas II pada awalnya dari Rp 51.000 karena kenaikan harga menjadi Rp 110.000, dan pada kelas III semula dari Rp 25.500 menjadi Rp 42.000. Kenaikan harga hingga 100% ini menyebabkan banyak masyarakat yang memberikan protes atau komplain dengan kebijakan harga baru yang sudah ditetapkan.

Karena adanya program kenaikan harga yang telah ditetapkan menimbulkan protes dari masyarakat pengguna BPJS Kesehatan. Karena kenaikan harga yang meningkat 100%. Bagi beberapa masyarakat yang kurang

mampu menaikkan harga iuran dirasa sangat berat. Penghasilan mereka tidak seberapa namun harus membayar iuran bpjs yang menurut mereka sangat memberatkan.

Gambar 1 . 1 Keluhan BPJS Kesehatan di *Instagram*



Sumber : *instagram @BPJSKesehatan_RI*

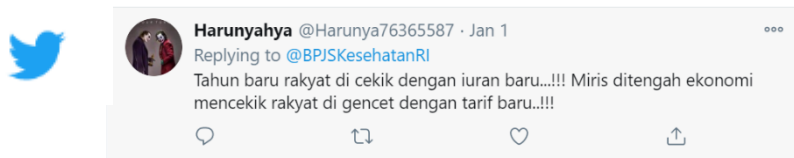
Salah satu pengguna *instagram* yang mengeluh atas kenaikan harga BPJS Kesehatan. Melalui laman komentar di *instagram @gopell.ottag* mengeluh atas kenaikan harga BPJS yang bertambah berat sedangkan penggunaan fasilitas dari BPJS kesehatan sangat jarang.

Penelitian ini memilih badan hukum publik BPJS Kesehatan sebagai obyek penelitian. Karena pada kolom komentar semua media sosial BPJS Kesehatan dalam kondisi aktif. Pada badan hukum publik bidang kesehatan juga terdapat Jiwasraya. Karena BPJS merupakan milik badan negara, secara tidak langsung akan mempengaruhi citra dari Presiden Indonesia Joko Widodo.

BPJS menggunakan berbagai media sosial untuk menyampaikan semua informasi yang ada. Informasi yang disampaikan melalui media sosial seperti *Instagram, Facebook & Twitter*. Dari setiap media sosial yang digunakan bpjs selalu menjadi wadah untuk masyarakat menyampaikan keluhannya atau protes,

kemudian menyampaikan sebuah pertanyaan mengenai program ataupun mengenai kenaikan harga BPJS.

Gambar 1 . 2 Keluhan BPJS kesehatan di Twitter

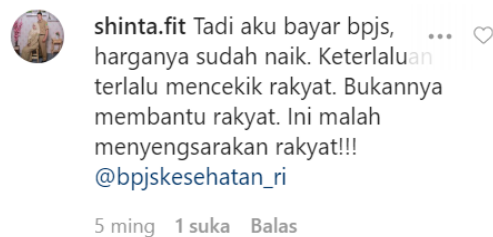


Sumber :

Twitter @BPJSKESEHATANRI

Gambar 1.2 menjelaskan juga bahwa media sosial *Twitter* juga menjadi sarana penyampaian keluhan atau *complain* para pengguna BPJS Kesehatan. Komplain yang disampaikan tersebut juga mengenai kenaikan harga yang dirasa menambah penderitaannya.

Gambar 1 . 3 Komplain BPJS Kesehatan di Instagram

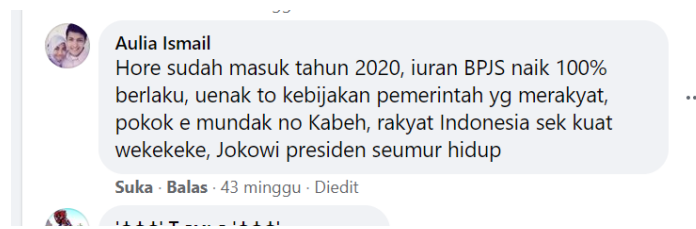


Sumber :

Instagram @BPJSKesehatan_RI

Pada gambar 1.3 pengguna *instagram* @shinta.fit menyampaikan keluhannya mengenai bahwa ia telah membayar iuran BPJS yang bagi dia harganya memberatkan bagi masyarakat pengguna BPJS Kesehatan.

Gambar 1 . 4 Komplain BPJS Kesehatan di Facebook



Sumber:
Facebook @BPJSKesehatanRI

Pada bagian gambar 1.4 diatas dapat dilihat pula bahwa media sosial *Facebook* menjadi sarana masyarakat mengungkapkan keluhannya. Dalam komplain tersebut terlihat masyarakat yang merasa BPJS kurang peduli dengan hak yang seharusnya didapatkan oleh peserta atau pengguna BPJS.

Pada gambar tangkapan layar mengenai keluhan diatas hanya sebagian keluhan yang tidak mendapat respon dari BPJS. Pada saat menangani atau menanggapi sebuah komplain juga harus diperhatikan karena terkadang orang yang komplain terkadang membutuhkan jawaban yang cepat. Komplain menjadi hal penting bagi sebuah perusahaan.

Munculnya komplain karena adanya ketidakpuasan masyarakat terhadap program, kinerja maupun pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan produk maupun jasa. Pada penelitian ini media yang digunakan sebagai data untuk menganalisis *complaint* BPJS kesehatan adalah *instagram* pada media sosial *instagram* banyaknya komentar yang masuk lebih banyak dari media sosial lainnya.

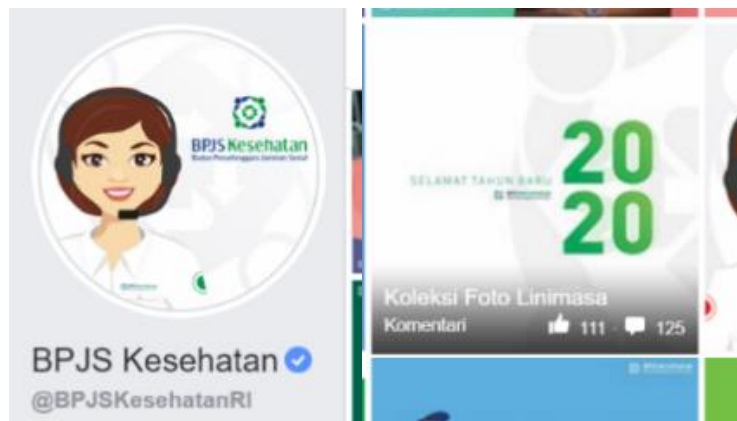
Gambar 1 . 5 Jumlah Komentar di *Twitter*



Sumber :
Twitter @BPJSKesehatanRI

Pada gambar 1.5 diatas dapat dilihat bahwa pada kolom komentar pada media sosial *Twitter* BPJS Kesehatan RI pada tanggal 1 januari 2020 yang merupakan postingan pertama hanya ada berisikan 16 komentar.

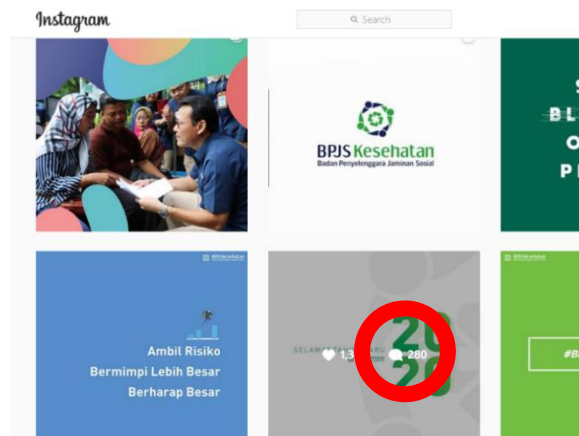
Gambar 1 . 6 Jumlah Komentar di *Facebook*



Sumber :
Facebook @BPJSKesehatanRI

Pada *Facebook* juga dapat dilihat bahwa komentar yang di dapat di *account Facebook* BPJS Kesehatan RI memiliki 125 komentar pada postingan pertama bulan januari di tahun 2020.

Gambar 1.7 Jumlah Komentar di *Instagram*



Sumber :
Instagram @BPJSKesehatan_RI

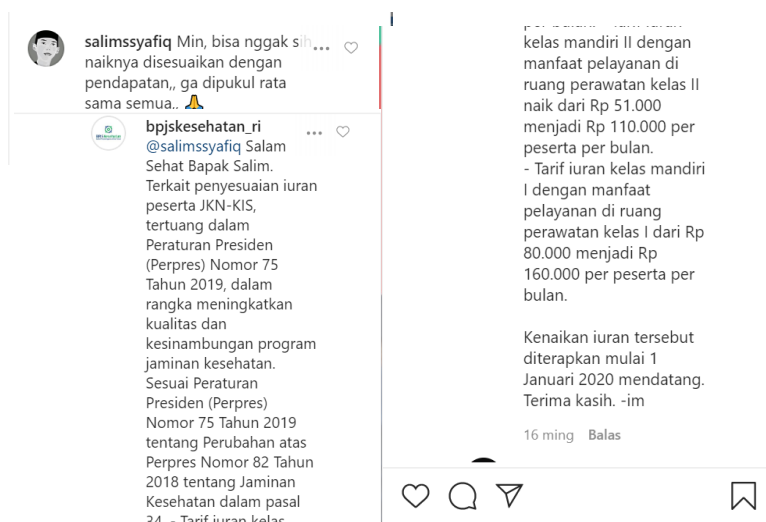
Pada *instagram @BPJSKesehatan_RI* dapat dilihat bahwa jumlah komentar pada bulan januari tahun 2020 tanggal 1 memiliki jumlah komentar 280 pada postingan tersebut. Pada ketiga postingan BPJS Kesehatan RI dengan gambar yang sama, pada tanggal yang sama namun memiliki perbedaan jumlah komentar cukup banyak pada postingan di setiap media sosial yang digunakan BPJS Kesehatan RI. Sehingga pemilihan *instagram* sebagai media sosial yang digunakan peneliti untuk meneliti bagaimana pengelolaan dan penanganan komplain BPJS Kesehatan RI. Jangka waktu yang dipilih peneliti pada bulan Januari tahun 2020.

Pengguna *instagram* di Indonesia sendiri sudah mencapai 56 juta pengguna dan menjadi peringkat 4 pengguna *instagram* terbesar di dunia. Pada *instagram* dengan berbagai fitur yang disajikan *instagram* membuat BPJS dapat lebih banyak menyampaikan pesan atau informasi dengan lebih variatif. *instagram* juga dalam

sisi *engagement* dan interaksi, instagram juga memiliki kekuatan 4x lipat lebih besar dibandingkan *Facebook*. *Instagram* juga memudahkan dilaman pencarian dengan menggunakan # (hashtag) sehingga banyak subyek kata-kata yang bisa dicari dengan bantuan tagar atau *Hastag*. *Instagram @BPJSKesehatan_RI* juga mendapatkan verifikasi atau centang biru yang hanya bisa didapatkan oleh kalangan tertentu saja.

Pengertian keluhan secara sederhana dapat dimaksudkan sebagai salah satu umpan balik dari masyarakat atau publik kepada perusahaan jasa tatau barang(Tjiptono, 2005). Penanganan keluhan dapat memberikan dampak yang menguntungkan pada perusahaan. Pada awal Januari 2020 BPJS Kesehatan menerima banyak keluhan karena adanya peraturan yang berisi kenaikan harga iuran BPJS Kesehatan. Pada keluhan yang disampaikan oleh pengguna BPJS kesehatan di *instagram* peneliti melihat bahwa banyak keluhan yang ditangani maupun tidak mendapat penanganan oleh pihak BPJS Kesehatan.

Gambar 1.8 Penanganan Komplain oleh BPJS Kesehatan



Sumber:

Instagram @BPJSKesehatanRI

Pada gambar 1.8 diatas dapat dilihat dari cara penanganan yang dilakukan oleh pihak BPJS Kesehatan di *instagram*. Pihak BPJS Kesehatan merespon keluhan tersebut dengan salam kemudian jawaban berupa peraturan perundang-undangan mengenai kenaikan harga iuran BPJS Kesehatan. Peneliti ingin melihat bagaimana BPJS Kesehatan melakukan penanganan keluhan saat adanya keluhan kenaikan harga. Penanganan keluhan dengan menggunakan sistem komputer.

Terdapat penanganan keluhan yang mendapatkan respon dari pihak BPJS Kesehatan dengan memberikan jawaban yang berupa jawaban sistem dengan tambahan berupa *link*. Namun terdapat juga keluhan yang mendapat tanggapan tetapi dilanjutkan melalui pesan secara pribadi atau dapat menelepon call center ataupun datang ke kantor BPJS terdekat. Pada BPJS Kesehatan media sosial menjadi wadah untuk merespon atau menangani *complaint* yang masuk. Sehingga *public relations* memiliki kepentingan untuk menangani keluhan yang masuk pada media sosial tersebut.

Setelah menggunakan *complaint handling* sebagai bahan penelitian, metode yang akan digunakan adalah metode analisis isi. Subyek yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu BPJS Kesehatan melalui media sosial *instagram*. Unit analisis isi yang digunakan adalah unit refrensial karena pada penelitian ini ingin melihat bagaimana cara BPJS Kesehatan menangani *complaint* yang masuk melalui media *instagram* di kolom komentar. Peneliti ingin mengetahui apakah dari setiap *complain* yang masuk ditanggapi dan direspon dengan baik.

I.2 Rumusan Masalah

Bagaimana *Complaint Handling* BPJS melalui analisis isi *instagram*

@BPJSKesehatan_RI?

I.3 Tujuan Penelitian

Peneliti ingin mengetahui *Complaint Handling* BPJS Kesehatan RI di

Instagram @BPJSkesehatan_RI

I.4 Batasan Masalah

Menurut Penelitian batasan yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut

:

- a. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah *complaint handling* bpjs
- b. Subyek penelitian adalah media sosial *Instagram* BPJS Kesehatan RI
- c. Indikator yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah indikator layanan jasa.

I.5 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat penelitian yang diharapkan oleh peneliti:

- a. Teoritis : menambahkan penelitian mengenai analisis isi, mengenai *complaint handling* di *Instagram* bpjs
- b. Praktis : BPJS kesehatan dapat meningkatkan mutu dan layanan jasa melalui *complaint handling* yang disampaikan melalui media *Instagram*.