

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa kini kita sebenarnya tidak lepas dari yang namanya berkomunikasi baik dengan orang baru maupun orang yang sudah lama di kenal. Sebagai manusia sosial, kita di tuntutan untuk lebih cepat beradaptasi dimanapun kita berada. Pada masa kini terjadi banyak perubahan yang tidak dapat dihindari oleh masyarakat di era ini yang semakin berkembang dengan pesat. Tentunya perubahan ini terjadi pada banyak hal yang secara tidak sadar di alami oleh manusia dari penjuruan manapun. Komunikasi sangat tidak mungkin di hindari dalam keseharian. Komunikasi dilakukan dengan orang-orang di sekitar kita, biasanya kita akan memulai komunikasi dengan kelompok kecil seperti teman-teman di sekitar kita, keluarga, tetangga, kemudian menjadi kelompok besar seperti organisasi. Komunikasi sangat penting untuk kehidupan bersosial manusia, karena komunikasi adalah inti bagi manusia untuk bersosialisasi untuk dapat memudahkan dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.

Komunikasi selalu berperan penting dalam suatu hubungan, seperti kelompok, lembaga, organisasi dan juga perusahaan. Ketika kita melakukan komunikasi maka kita tidak hanya sekedar menyampaikan pesan atau informasi tetapi kita juga dapat menyampaikan pesan yang mengandung unsur mengajak atau meyakinkan supaya orang lain bersedia untuk menerima suatu pengaruh dan pemahaman untuk melakukan sesuatu. Komunikasi yang mengalami perubahan dalam era ini menjadikan instansi atau perusahaan lebih bergerak cepat dan juga

variatif dalam menjalankan tuntutannya.

Guna mencapai komunikasi yang efektif diperlukan suatu strategi komunikasi yang baik. Didalam dunia bisnis, tujuan strategi pada umumnya untuk menentukan dan mengkomunikasikan gambaran tentang visi dan misi perusahaan melalui sebuah sistem tujuan utama dan kebijakan. Strategi menggambarkan sebuah arah yang didukung oleh berbagai sumber daya yang ada. Ringkasnya adalah setiap komunikasi yang dilakukan senantiasa mendambakan keefektifitasan yang ada.

Pada masa kini keinginan masyarakat untuk ikut andil dalam pertanggung jawaban asuransi merupakan hal yang kerap terjadi dan hal itu merupakan pertanda bahwa masyarakat sudah memikirkan untuk masa depannya kearah yang lebih terstruktur karena sudah mempersiapkan sejak awal atas kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi. Dengan banyaknya produk perasuransian dari perusahaan asuransi maka masyarakat diberi kebebasan untuk memilih lembaga asuransi yang sesuai dengan kebutuhan dalam hidupnya. Asuransi adalah suatu peralihan resiko yang terjadi dari adanya perjanjian pertanggung jawaban antara tertanggung dengan perusahaan asuransi, karena adanya suatu resiko atas kerugian yang dialami tertanggung dialihkan kepada penanggung, akibat perjanjian itu penanggung wajib memberi ganti rugi kepada tertanggung sesuai yang sudah diperjanjikan.

Menurut Mark R. Green (Seoisno Djojosedarso, 2003:74) asuransi adalah alat suatu lembaga ekonomi yang bertujuan mengurangi risiko, dengan jalan mengombinasikan dalam satu pengelolaan sejumlah objek yang cukup besar jumlahnya, sehingga kerugian tersebut secara menyeluruh dapat diramalkan dalam

batas-batas tertentu.

Dalam kehidupan, manusia menggunakan transportasi sudah hal yang lumrah dalam beraktivitas. Secara umum transportasi yang sering digunakan adalah kendaraan pribadi seperti mobil, sepeda motor, atau transportasi umum seperti bus, kereta, kapal darat maupun kapal udara. Setiap transportasi yang digunakan memiliki manfaat dan juga memiliki dampak negatif pada kehidupan masyarakat, adapun dampak negatif diantaranya adalah kecelakaan lalu lintas, korban kecelakaan lalu lintas baik luka ringan maupun luka berat. Adapun kecelakaan lalu lintas diakibatkan dari faktor manusia (karena pengemudi, faktor mekanik) dan alam (cuaca, jalan yang rusak) dan (tidak mematuhi lalu lintas). Terlepas dari beberapa resikonya sehingga menimbulkan rasa tidak aman, mau tidak mau mereka harus tetap menjalaninya. Baik resiko dari kelalaian diri sendiri atau di sebabkan oleh orang lain.

Sejak awal berdirinya Jasa Raharja tidak pernah 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 tertera 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.

Jasa Raharja merupakan bagian dari Badan Usaha Milik Negara yang memberikan perlindungan dasar dalam bentuk santunan bagi masyarakat. Jasa

Raharja memberikan asuransi sosial yaitu asuransi untuk perlindungan musibah terhadap korban kecelakaan alat angkutan penumpang umum. Setiap orang yang menjadi korban kecelakaan alat angkutan penumpang umum maka akan diberi santunan atas Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan. Jasa Raharja merupakan asuransi sosial yang mengedepankan pelayanan pada masyarakat, terutama mereka yang menjadi korban kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang umum.

PT. Jasa raharja Kota Metro Lampung juga menyebar luaskan informasi kepada masyarakat dengan menggunakan media yang lebih mudah di akses yaitu dengan menggunakan media sosial. Media sosial saat ini merupakan media yang mudah di akses oleh masyarakat Kota Metro Lampung terutama PT. Jasa raharja kota Metro Lampung dapat lebih menyebar luaskan informasi tersebut. PT. Jasa Raharja Kota Metro Lampung menyampaikan informasi mengenai kegiatan kegiatan yang dilalukan dan memberikan informasi secara rutin melalui media sosial seperti instagram, tentu dengan adanya media sosial instagram dapat membantu dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat di Kota Metro Lampung.

PT. Jasa Raharja Metro Lampung juga melakukan sosialisasi yang diadakan rutin setiap dua kali dalam sebulan, sehingga dengan peran humas dalam mengadakan sosialisasi ini berdampak pada hubungan dengan masyarakat secara alamiah. Salah satu bentuk sosialisasi yang di lakukan humas PT. Jasa Raharja

Metro Lampung dalam mensosialisasikan asuransi kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang alat angkutan umum ini yaitu dengan mengadakan seminar

yang di selenggarakan di berbagai tempat seperti sekolah, balai desa, universitas dengan mengundang masyarakat, dan dihadiri oleh beberapa Polisi dan perangkat Desa dan juga melakukan sosialisasi lewat media sosial, media elektronik, media cetak dan media internet atau website.

Menurut Stewart (1985 : 93), sosialisasi adalah proses memperoleh kepercayaan, sikap, nilai, dan kebiasaan dalam kebudayaannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosialisasi merupakan usaha untuk mengubah milik perseorangan menjadi milik umum (milik negara); proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya; upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat; pemasyarakatan. Sedangkan, mensosialisasikan artinya menjadikan milik umum (milik negara); memperlakukan secara sosialisme; membelajarkan seseorang menjadi anggotamasyarakat.

Sebagai langkah meningkatkan pelayanan, PT. Jasa Raharja melakukan beragam kerjasama dengan para mitra kerja Jasa Raharja juga terus di lakukan. Di antaranya jasaraharja melakukan penandatanganan MoU penanganan korban kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang angkutan umum dengan polri (Ditlantas) dan kementrian kesehatandalam hal ini dengan berbagai rumah sakit. Semangat memberikan pelayanan terbaik inilah yang terus di bangun insan Jasa Raharja.

Pada penelitian ini hal penting yang harus di bahas secara mendalam adalah strategi komunikasi PT. Jasa raharja Kota metro lampung dalam menyosialisasikan santunan dana bagi korban kecelakaan lalu lintas dan penumpang alat angkutan

umum sebagai jasa asuransi untuk selalu memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat Kota Metro Lampung setiap tahunnya PT. Jasa raharja sendiri dapat memperluas peranannya dengan membangun citra perusahaan di kalangan karyawannya sendiri, manajemen, komisaris ataupun masyarakat. Maka dari itu berdasarkan latar belakang tersebut dan masih melihat adanya masyarakat yang belum memiliki pemahaman tentang asuransi kecelakaan atau keselamatan yang di berikan pemerintah melalui PT. Jasa Raharja (PERSERO), maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti dan mendalami **“Strategi Komunikasi PT. Jasa Raharja (PERSERO) Kota Metro Lampung Dalam Menyosialisasikan Asuransi Korban Kecelakaan Lalu Lintas Jalan dan Angkutan Penumpang Umum”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian diatas, penelitian ini akan membahas secara mendalam, menganalisa dan fokus pada strategi komunikasi PT. Jasa Raharja (PERSERO) dalam mensosialisasikan asuransi kecelakaan lalu lintas jalan dan penumpang alat angkutan umum terhadap masyarakat di Lampung.

1.2.1 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi komunikasi inovasi yang dilakukan oleh PT Jasa Raharja dalam upaya mensosialisasikan asuransi kecelakaan terhadap masyarakat di Metro Lampung?
2. Bagaimana saluran komunikasi yang digunakan oleh PT Jasa Raharja dalam upaya mensosialisasikan asuransi kecelakaan terhadap masyarakat

di Metro Lampung?

3. Bagaimana jangka waktu yang dilakukan oleh PT Jasa Raharja dalam upaya mensosialisasikan asuransi kecelakaan terhadap masyarakat di Metro Lampung?
4. Bagaimana system sosial yang ditetapkan oleh PT. Jasa Raharja untuk mensosialisasikan asuransi kecelakaan lalu lintas terhadap masyarakat di Metro Lampung?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Jasa Raharja dalam upaya mensosialisasikan asuransi kecelakaan terhadap masyarakat di Metro Lampung.
2. Mengetahui saluran komunikasi yang digunakan oleh PT Jasa Raharja dalam upaya mensosialisasikan asuransi kecelakaan terhadap masyarakat di Metro Lampung.
3. Mengetahui jangka waktu yang dilakukan oleh PT Jasa Raharja dalam upaya mensosialisasikan asuransi kecelakaan terhadap masyarakat di Metro Lampung.
4. Mengetahui system sosial yang ditetapkan oleh PT. Jasa Raharja untuk mensosialisasikan asuransi kecelakaan lalu lintas terhadap masyarakat di Metro Lampung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini hendaknya tidak hanya memberikan manfaat untuk diri sendiri saja namun juga diharapkan dapat menjadi penyumbang didalam pengembangan ilmu di bidang Ilmu Komunikasi khususnya terhadap Strategi Komunikasi. Maka dari itu kegunaan secara umum penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan menjadi sumber bacaan yang dibutuhkan sebagai ilmu pengetahuan di bidang komunikasi.
2. Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi.
3. Dapat menjadi sumber referensi dan bahan masukan pemikiran serta informasi bagi penelitian lainnya yang menyangkut tentang strategi komunikasi

2. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan dan saran untuk menambah wawasan pengetahuan terutama bidang kajian Ilmu Komunikasi.
2. Sebagai pembelajaran di antara teori-teori beserta literatur-literatur yang diperoleh peneliti dengan situasi dan kondisi serta permasalahan yang sesungguhnya terjadi dalam prakteknya dilapangan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada

masyarakat perihal pentingnya menggunakan asuransi kecelakaan.