

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

BPJS Ketenagakerjaan adalah sebuah perusahaan jaminan sosial dan proteksi (perlindungan) bagi pekerja Indonesia maupun pekerja asing yang bekerja di Indonesia sekurang-kurangnya enam bulan. BPJS Ketenagakerjaan itu sendiri merupakan hasil transformasi dari PT Jamsostek. Sebelumnya PT Jamsostek inilah yang mengurus masalah proteksi dan jaminan sosial ketenagakerjaan di Indonesia yang bertanggung jawab kepada presiden. Di Kota Semarang sendiri BPJS Ketenagakerjaan memiliki 2 kantor cabang dan 1 kantor wilayah.

Antrian yang cukup lama dan panjang menjadi salah satu keluhan peserta BPJS Ketenagakerjaan kepada *customer service*. Alasan itu membuat masyarakat memilih untuk tidak mengurus dan mengabaikan kegunaan dari kartu BPJS Ketenagakerjaan ini. BPJS Ketenagakerjaan melayani masyarakat dari hari senin sampai hari jumat mulai pukul 08.00 s/d 17.00, waktu yang cukup singkat dengan banyaknya peserta BPJS Ketenagakerjaan yang ada di daerah semarang dengan berbagai kebutuhan seperti cek saldo, klaim dana, mengurus kartu yang hilang, mengurus kartu yang rusak dan kebutuhan lainnya. Masyarakat yang menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan ada dua:

Tabel 1 adalah tabel berisi pembagian jenis peserta berdasarkan pekerjaan

Peserta Tenaga Kerja Dengan Hubungan Kerja	PNS, TNI/POLRI, Pensiunan PNS/TNI/POLRI, BUMN, BUMD, Swasta, Yayasan, Joint Venture, Veteran, dan Perintis Kemerdekaan.
--	---

Peserta Tenaga Kerja Luar Hubungan Kerja	Terdiri dari Pekerja sektor informal, Pekerja mandiri
--	---

Dengan berbagai profesi yang memiliki waktu kerja yang hampir sama membuat banyak orang yang memilih menunda-nunda untuk mengurusnya apalagi jika bertabrakan dengan jam kerja ditambah lagi dengan masyarakat yang datang dengan belum mempersiapkan data-data yang dibutuhkan untuk mengurus kebutuhan-kebutuhan tersebut, akan memakan waktu yang sangat lama dan tidak cukup sehari untuk mengurus segala kebutuhan tersebut.

Humas BPJS Ketenagakerjaan Kota Semarang memiliki tugas dasar yaitu :

a. Membina hubungan kedalam (Public Internal)

Publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum ke kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

b. Membina hubungan keluar (Public Eksternal)

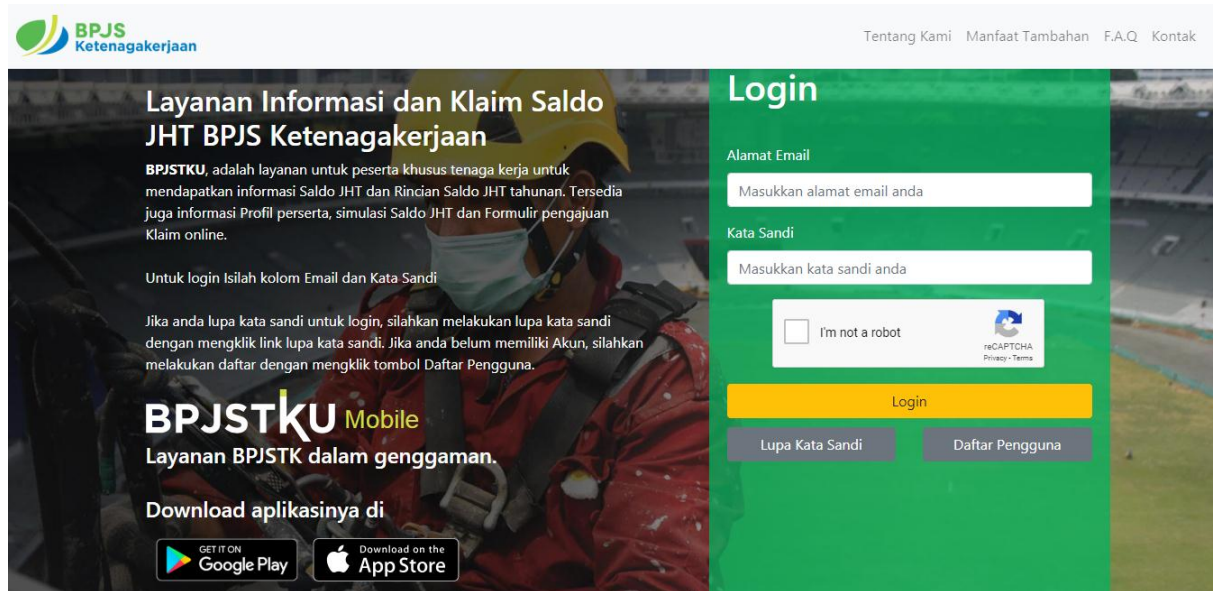
Public eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Dengan demikian, peran Humas/PR bersifat dua arah yaitu berorientasi ke dalam (inward looking) dan ke luar (outward looking).

Menurut Scoot M. Cutlip Humas adalah fungsi manajemen yang mengenali membangun dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara sebuah organisasi dan berbagai khalayak dimana kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut bergantung. Instansi membutuhkan relasi yang baik dengan *stakeholder* nya baik internal maupun eksternal. Relasi yang baik dapat dibangun dengan bantuan Seorang Humas instansi tersebut. Menurut Barbara Kowaski – Modern Health Communications, Inc, *“Public Relations is communication between an organization*

and it's various stakeholders – both internal and exsternal.” Yang artinya adalah hubungan masyarakat adalah komunikasi antara organisasi dan pemangku kepentingan – baik internal maupun eksternal. Menjalin komunikasi atau *relations* yang baik dengan *stakeholders* adalah salah satu cara agar instansi tersebut memiliki citra yang positif. Seorang Humas juga diharapkan mampu mempertahankan dan menjaga citra baik perusahaan di mata *stakeholder*.

Relasi yang baik juga harus dibangun dengan eksternal perusahaan salah satunya adalah pelanggan dari instansi tersebut. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka pelanggan itu akan loyal terhadap perusahaan. Menurut Ivonne Wood (2009:57) dalam bukunya “Layanan Pelanggan” mengatakan bahwa jika anda memberikan layanan pelanggan yang hebat, pelanggan anda akan puas dan mereka akan kembali lagi ke bisnis anda dan mereka akan memberitahukan teman-teman mereka dan teman-teman mereka akan memberitahu teman-teman mereka yang lain dan begitu seterusnya. Hal ini juga disampaikan oleh Oliver (1999:53) dalam bukunya “*Respon Determanation Satisfaction Judgment, Journal Of Consumers Reseach Vol 14*” mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penting bagi perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka pelanggan pun akan melakukan pembelian ulang maupun merekomendasikannya kepada orang lain. Jika sebuah instansi ingin memiliki citra positif dimata masyarakat maka humas instansi tersebut harus mampu mendengar keluhan-kesah masyarakat atau dengan menjadi perantara untuk masyarakat memberikan saran dan kritik kepada Instansi lewat Opini Publik atau biasa dikenal dengan *Customer Relations* (Relasi dengan pelanggan).

Perubahan dan perbaikan pelayanan yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan diharapkan mampu meningkatkan kepuasan masyarakat, hal ini yang menjadi tuntutan perusahaan untuk mampu melakukan terobosan baru.



The image shows a screenshot of the BPJS Ketenagakerjaan website. The top left features the BPJS Ketenagakerjaan logo. The top right has navigation links: "Tentang Kami", "Manfaat Tambahan", "F.A.Q", and "Kontak". The main content area is split into two sections. The left section is a promotional banner for "Layanan Informasi dan Klaim Saldo JHT BPJS Ketenagakerjaan". It includes a description of the service, instructions for login, and a link to the "BPJSTKU Mobile" app. The right section is a "Login" form with fields for "Alamat Email" and "Kata Sandi", a "Login" button, and links for "Lupa Kata Sandi" and "Daftar Pengguna".

BPJS Ketenagakerjaan

Tentang Kami Manfaat Tambahan F.A.Q Kontak

Layanan Informasi dan Klaim Saldo JHT BPJS Ketenagakerjaan

BPJSTKU, adalah layanan untuk peserta khusus tenaga kerja untuk mendapatkan informasi Saldo JHT dan Rincian Saldo JHT tahunan. Tersedia juga informasi Profil peserta, simulasi Saldo JHT dan Formulir pengajuan Klaim online.

Untuk login isilah kolom Email dan Kata Sandi

Jika anda lupa kata sandi untuk login, silahkan melakukan lupa kata sandi dengan mengklik link lupa kata sandi. Jika anda belum memiliki Akun, silahkan melakukan daftar dengan mengklik tombol Daftar Pengguna.

BPJSTKU Mobile

Layanan BPJSTK dalam genggaman.

Download aplikasinya di

GET IT ON Google Play Download on the App Store

Login

Alamat Email

Masukkan alamat email anda

Kata Sandi

Masukkan kata sandi anda

I'm not a robot reCAPTCHA Privacy Terms

Login

Lupa Kata Sandi Daftar Pengguna

Gambar 1 adalah tampilan halaman registrasi pelayanan online yang dapat diakses lewat server.



Gambar 2 adalah tampilan halaman registrasi pelayanan online yang dapat diakses aplikasi.

Pelayanan online menjadi bentuk pelayanan yang ditawarkan BPJS Ketenagakerjaan untuk mempermudah masyarakat untuk cek saldo, e-klaim, informasi pembayaran, daftar antrian online, pengaduan, berita mengenai BPJS Ketenagakerjaan dan masih banyak lagi. Aplikasi ini dapat digunakan lewat *browser* (alat pencari) di handphone atau laptop atau bisa juga dengan langsung *men-download* aplikasinya. Untuk pelayanan Online lewat website atau biasa disebut Layanan I-saldo Via Website akan melayani banyak kebutuhan peserta BPJS Ketenagakerjaan contohnya seperti antrian online, sedangkan aplikasi BPJSTKU untuk mereka yang mengikuti Program JHT (Jaminan Hari Tua). Layanan Online ini dapat membantu mempermudah masyarakat untuk mempersiapkan data-data yang dibutuhkan dari rumah/ tempat kerja tanpa harus berada di kantor BPJS Ketenagakerjaan, dapat mengantri secara online, dapat

melihat saldo lewat *mobile phone* dan masih banyak lagi. Dengan adanya pelayanan online ini diharapkan peserta BPJS Ketenagakerjaan tidak merasa kesulitan lagi dan dapat menghemat waktu dan tidak mengganggu pekerjaan.

Untuk mengetahui capaian dari kegunaan aplikasi online ini, maka diperlukan persepsi dari peserta BPJS Ketenagakerjaan. Sangat penting untuk seorang humas BPJS Ketenagakerjaan untuk mengetahui sudah sejauh mana pelayanan yang diberikan instansi kepada pesertanya, ini juga akan memperbaiki maupun meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat. Oleh karna itu, untuk kemajuan dan perbaikan pelayanan diperlukan penilaian dan tanggapan dari peserta BPJS Ketenagakerjaan mengenai pelayanan online tersebut. Tujuannya adalah agar pelayanan yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan dapat maksimal. Kegiatan ini yang membuat penulis tertarik dalam meneliti bagaimana pendapat dan respon masyarakat tentang informasi dan pelayanan serta kualitas dari pelayanan online BPJS Ketenagakerjaan.

1.2. Rumusan Masalah

Humas memiliki peran penting terhadap kualitas pelayanan sebuah instansi, apalagi jika instansi tersebut berorientasi pada pelayanan terhadap masyarakat. Seorang humas harus mampu menerima kritik dan saran yang diberikan untuk kepuasan masyarakat. Mengutamakan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan masyarakat, hal ini menuntut Humas BPJS Ketenagakerjaan untuk lebih paham dan melakukan berbagai perubahan dan terobosan baru dalam hal ketersediaan jenis jasa pelayanan. Berbagai perubahan yang dilakukan diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat kedepannya.

Melalui *Customer Relation* seorang Humas BPJS Ketenagakerjaan dapat mengetahui bahwa Salah satu masalah yang dihadapi adalah antrian yang cukup panjang di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Kota Semarang. Dengan bermacam-macam

keperluan, masyarakat datang mempersiapkan data-data yang dibutuhkan dan menunggu dengan waktu yang sangat lama, belum lagi jika data yang dibutuhkan tidak *valid*. Hal ini tidaklah efektif jika ditinjau dari banyaknya masyarakat yang masih mempersiapkan data yang diperlukan ditempat, apalagi jumlah pegawai BPJS Ketenagakerjaan yang dapat dikatakan tidak sebanding dengan banyaknya antrian, dan adanya batasan jumlah masyarakat yang dilayani perhari membuat masyarakat harus menunggu berjam-jam atau bahkan tidak melakukan aktivitas lain untuk menunggu antrian.

Dengan adanya Pelayanan Online, kegiatan yang dilakukan masyarakat akan lebih efektif dengan tidak membuang banyak waktu untuk menunggu dan mengantri di kantor BPJS Ketenagakerjaan dan dapat melakukan aktivitas atau pekerjaan lain diwaktu yang bersamaan. Tetapi kualitas pelayanan online ini belum diketahui apakah sudah maksimal penggunaannya atau bahkan masyarakat belum mengetahui dan menggunakan jenis pelayanan ini.

Maka dari itu peneliti ingin mengetahui “Persepsi Peserta Mengenai Kualitas Pelayanan Online BPJS Ketenagakerjaan di Kota Semarang”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang persepsi dari peserta, mengenai kualitas pelayanan online di BPJS Ketenagakerjaan kota semarang.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

Manfaat Teoritis

- Adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan tambahan pengetahuan mengenai kehumasan khususnya pada *Customer Relations*.
- Penelitian ini diharapkan bertujuan untuk memberikan gambaran kepada seorang Humas agar mampu mengenali dan membangun hubungan antara sebuah instansi dengan stake holdersnya.

Manfaat Praktis

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan manfaat kepada pembaca serta untuk mengetahui tentang Persepsi Peserta BPJS Ketenagakerjaan Mengenai Kualitas Pelayanan Online di BPJS Ketenagakerjaan Kota Semarang. Sehingga melalui penelitian ini, dapat menjadi bahan evaluasi BPJS Ketenagakerjaan dalam mengatasi persepsi peserta BPJS Ketenagakerjaan mengenai pelayanan online yang diberikan. Dengan tujuan lewat pelayanan online ini dapat mempermudah peserta BPJS Ketenagakerjaan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan dan beberapa akses lain untuk peserta BPJS Ketenagakerjaan.

1.5. Kerangka Teori

Penelitian mengenai Persepsi Peserta Mengenai Kualitas Pelayanan Online BPJS Ketenagakerjaan di Kota Semarang secara definisi dan teori dapat diuraikan pada bagian berikut:

Persepsi

Menurut Rumanti (2005:113) persepsi merupakan kenyataan bagi seseorang, bagaimana seseorang memandang pesan atau simbol yang disampaikan. Dalam persepsi, seseorang umumnya harus membuat interpretasi sehingga tau betul apa yang dimaksud dengan komunikasi yang diperoleh tersebut. Hal ini penting karena

interpretasi memegang peranan yang penting didalam proses komunikasi, untuk mengetahui apakah komunikasi tersebut mencapai tujuan.

Menurut Slameto (2003:102) persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Melalui persepsi manusia terus-menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat indranya, yaitu indra penglihat, pendengar. Peraba, perasa dan pencium.

Menurut Walgito (2004:89-90) faktor-faktor yang berperan dalam persepsi yaitu :

1. Objek yang di persepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indra atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

2. Alat indra, syaraf dan pusat susunan syaraf

Alat indra atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Ada juga syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.

3. Perhatian

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian. Merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang di tunjukkan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

Sebuah persepsi sangat dibutuhkan, seperti pada Persepsi Peserta BPJS Ketenagakerjaan Mengenai kualitas pelayanan online di BPJS Ketenagakerjaan Kota Semarang. Karena sebuah persepsi dapat berperan sebagai bahan evaluasi untuk

lebih baik lagi dalam melayani masyarakat kedepannya. Dalam hal ini Humas BPJS Ketenagakerjaan Kota Semarang membutuhkan persepsi peserta sebagai bahan evaluasi agar pelayanan online yang diberikan kedepannya dapat lebih maksimal dan sesuai dengan kegunaan dan tujuannya.

Dalam mengukur persepsi menurut Siagian (2004:100) secara umum dapat dikatakan bahwa terdapat 3 faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang :

1. Diri orang yang bersangkutan sendiri . Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya dipengaruhi oleh karakteristik individual yang turut berpengaruh seperti :
 - a. Sikap
 - b. Motif sudah barang tertentu berkaitan dengan pemuas kebutuhan dan intensitas motif itu sangat dipengaruhi oleh mendesak tidaknya pemuas kebutuhan tersebut.
 - c. Kepentingan seseorang biasanya mempengaruhi persepsinya.
 - d. Minat
 - e. Harapan seseorang pun turut berpengaruh terhadap persepsinya tentang sesuatu.
2. Sasaran persepsi tersebut. Sasaran itu mungkin berupa orang, benda, atau peristiwa. Sasaran itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya.
3. Faktor situasi. Persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti dalam situasi mana persepsi itu timbul perlu pula mendapat perhatian. Situasi merupakan faktor yang turut berperan dalam penumbuhan persepsi orang.

Menurut Rakhmat dalam buku psikologi komunikasi ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam mengukur persepsi yang merupakan proses pemberian arti yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman mereka terhadap suatu

obyek. Beberapa ukuran atau indikator dalam mengukur persepsi adalah sebagai berikut:

1. Attention (Perhatian)

Perhatian menurut Kennet E. Andersen adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indra yang lain. (Rakhmat 2007:52)

2. Interest (Ketertarikan)

Ketertarikan adalah hal-hal yang lebih diperhatikan. Sehingga akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.

3. Motivation (Motivasi)

Motivasi merupakan suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu. Proses konstruktif sangat banyak melibatkan unsur-unsur motivasi. Upaya untuk mendeteksi pengaruh motivasi sosial terhadap persepsi telah menjadi tanda aliran “New Look” pada tahun 1950-an. (Rakhmat 2007:90)

4. Ekspetation (Harapan)

Ekspektasi adalah harapan besar yang dibebankan pada sesuatu yang dianggap akan mampu membawa dampak yang baik atau lebih baik. Ekspektasi peranan mengacu pada kewajiban, tugas dan hal yang berkaitandengan posisi tertentu dalam kelompok. (Rakhmat 2007:122)

Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan usaha apa saja yang yang digunakan untuk mempertinggi kepuasan pelanggan. (Davidow & Uttal 1989:19). Sedangkan menurut Kotler (1997:49) mengatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu

produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Muhammad (2005,128) *boundary spanning* adalah tingkatan dimana para anggota tim melakukan komunikasi dengan pihak luar tim. Pada sebuah organisasi pihak luar tim berarti publik diluar struktur organisasi. kegiatan ini dilakukan agar tidak terjadi salah paham antara organisasi dengan publik mengenai isu-isu yang tengah beredar mengenai organisasi. Tujuan *boundary spanning* adalah membangun sistem komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik. Hal ini akan membuat publik tidak merasa dikucilkan dan meminimalisir tindakan-tindakan publik yang akan merugikan organisasi, komunikasi ini juga mempermudah organisasi dalam membuat suatu keputusan agar dapat mewedahi keinginan dan kebutuhan publiknya.

Hardiansyah (2011:10) mengatakan bahwa pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Lovelock (1991:7) *Service* adalah produk yang tidak berwujud, berlangsung sebentar dan dirasakan atau dialami. Yang artinya *service* merupakan produk yang tidak ada wujud atau bentuknya sehingga tidak ada bentuk yang dapat dimiliki, dan berlangsung sesaat atau tidak tahan lama, tetapi dialami dan dapat dirasakan oleh penerima layanan. Secara etimologis, pelayanan berasal dari kata *layan* yang berarti membantu menyiapkan atau mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang, kemudian pelayanan dapat diartikan sebagai: Perihal/ cara melayani; Servis/ jasa; Sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Poerwadarminta (1995:571). Pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk

membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain.

Diambil dari Jurnal *The Ultimate Online Customer Service* yang ditulis oleh Marsha Collier (2011:109-111) “*Business always knew that marketing could bring great results, and **word-of-mouth** recommendations were considered golden. Now, we only have to visit Websites to get information and realworld data. You need to know where your customers are looking for counsel before they select providers or purchase products and services. Anyone can get word-of-mouth data from sites that specialize in almost every profession, services, product, company, or store. When someone chooses to review your business listing, he or she can **leave a commentary-style review and post a rating** of one to five stars. The rating appears at the top of the page and reflects an average of the rating you’ve received from each person’s review. Regular comments in the form of criticism or even praise for the service or product*”. Dalam bahasa Indonesia yang berarti “Bisnis selalu tahu bahwa pemasaran dapat memberikan hasil yang luar biasa, dan **rekomendasi dari mulut ke mulut** dianggap emas. Sekarang, kita hanya perlu mengunjungi Situs web untuk mendapatkan informasi dan data dunia nyata. Anda perlu tahu di mana Anda mencari nasihat sebelum mereka memilih penyedia atau membeli produk dan layanan. Siapa pun dapat memperoleh data dari mulut ke mulut dari situs yang hampir setiap profesi, layanan, produk, perusahaan, atau toko. Ketika seseorang memilih untuk meninjau daftar bisnis Anda, ia dapat **meninggalkan ulasan** gaya komentar dan **memposting peringkat** satu hingga lima bintang. Peringkat tersebut tampaknya berada di bagian atas halaman dan memiliki rata-rata peringkat yang Anda terima dari ulasan setiap orang. Komentar reguler dalam bentuk pujian atau bahkan pujian untuk layanan atau produk”. Menurut Goetsch dan Davis (2003:17) kualitas pelayanan adalah merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh instansi adalah hal yang diperlukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Kota Semarang untuk mampu meningkatkan pelayanan yang diberikan. Dapat diartikan juga sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/ kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

1.6. Definisi Konseptual

1.6.1 Persepsi

Persepsi adalah proses penyampaian masuknya pesan atau informasi untuk diterima ke dalam otak manusia. Dalam persepsi umumnya harus membuat interpretasi sehingga mengerti apa yang dimaksud dengan komunikasi yang disampaikan. Hal ini penting karena interpretasi memegang peranan yang penting didalam proses komunikasi, untuk mengetahui apakah komunikasi tersebut tersampaikan informasi dan tujuannya.

1.6.2 Kualitas Pelayanan Online

Kualitas pelayanan adalah merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan akan berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan. Sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/ kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan dapat diukur dari rekomendasi dari mulut ke mulut, memposting peringkat dan meninggalkan ulasan.

1.7. Definisi Operasional

Dalam mengukur persepsi ada beberapa ukuran atau indikator menurut Rakhmat dalam buku psikologi komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Attention (Perhatian)
Menunjukkan bagaimana perhatian responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Interest (Ketertarikan)
Mengetahui seberapa besar ketertarikan responden dalam menggunakan layanan online ini.
3. Motivation (Motivasi)
Faktor pendorong yang memotivasi responden untuk menggunakan layanan online yang disediakan BPJS Ketenagakerjaan.
4. Ekspetation (Harapan)
Harapan responden terhadap kualitas pelayanan online yang diberikan BPJS Ketenagakerjaan.

Dalam Kualitas Pelayanan Online sendiri ada 3 indikator yang dapat menjadi tolak ukur menurut Marsha Collier dalam Jurnal *The Ultimate Online Customer Service*:

1. Word-of-mouth (rekomendasi dari mulut ke mulut)
Mengetahui apakah responden pernah memberitahukan kepada orang lain tentang pelayanan online yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan.
2. Leave a commentary (meninggalkan ulasan)
Menunjukkan apa yang menjadi keluhan, kritik atau saran terhadap pelayanan yang diberikan BPJS Ketenagakerjaan.
3. Post a rating (memposting peringkat)
Mengetahui tingkat kepuasan responden dengan memberikan peringkat pada pelayanan online BPJS Ketenagakerjaan.

1.8. Metode Penelitian

2.6.2 Tipe Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiono (2009:35) rumusan masalah deskriptif kuantitatif adalah suatu rumusan masalah yang berkenan dengan pernyataan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain. Penelitian semacam ini untuk selanjutnya dinamakan penelitian diskriptif.

3.6.2 Populasi dan sampel

- Populasi

Menurut Sugiyono (2009:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Jumlah Peserta BPJS Ketenagakerjaan adalah kepesertaan BPJS formal di Jawa Tengah atau Penerima Upah (PU) tahun 2018 1.714.468 jiwa. Sedangkan sektor non-formal atau Bukan Penerima Upah (BPU) pada tahun 2018 adalah sebesar 1.465.847 jiwa. Populasi dalam penelitian ini sendiri adalah Peserta BPJS Ketenagakerjaan di Kota Semarang.

- Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karna keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2009:81).

Ada beberapa jenis sampel *non-random* yang sering digunakan dalam penelitian sosial atau komunikasi salah satu diantaranya pada penelitian ini menggunakan sampel aksidental (*accidental sampling*). Sampel aksidental adalah sampel yang diambil dari siapa saja yang kebetulan ada. Pada pengambilan sampel ini sama sekali tidak representatif tentu saja tidak mungkin diambil suatu kesimpulan yang bersifat generalisasi. Metode ini sangat mudah, murah dan cepat dilakukan (Nasution, 2003:98).

Sedangkan menurut Kriyantono (2010:160). Sampling kebetulan (*accidental sampling*) merupakan teknik dalam memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan sampel. Teknik ini digunakan, antara lain karena periset merasa kesulitan untuk menemui responden atau karena topik yang diriset adalah persoalan umum dimana semua orang mengetahuinya. Periset ingin mengetahui opini konsumen mengenai pelayanan dari *customer service* suatu perusahaan.

Pada penelitian ini menggunakan sampel aksidental (*accidental sampling*) dengan sampel penelitian yang diambil adalah Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kantor Jl. pemuda Kota Semarang. Penggunaan sampel aksidental dalam penelitian ini dengan alasan karena Kota Semarang memiliki 2 kantor cabang BPJS Ketenagakerjaan dan 1 Kantor Wilayah Jateng & DIY. Sehingga dalam penelitian ini dalam mengambil sampel berfokus pada Kantor BPJS Ketenagakerjaan Jl. Pemuda Kota Semarang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan pertimbangan bahwa Kantor BPJS Ketenagakerjaan Jl. Pemuda adalah gabungan kantor cabang dan kantor wilayah jawa tengah – DIY yang memiliki paling banyak peserta BPJS Ketenagakerjaan sekota semarang.

a. Jumlah Sampel

Penghitungan jumlah sampel ini berdasarkan rumus dari Yamane (dalam Ruslan, 2013:150). Karena rumus ini

dipergunakan untuk populasi yang lebih besar sehingga diperoleh pendugaan proporsi populasi.

$$\text{Rumus: } n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

Keterangan: n = beberapa besar sampel yang diperlukan

N=populasi(Rata-rata peserta BPJS Ketenagakerjaan yang melakukan aduan ke pihak Customer Service dalam sehari dan dipilih hari senin, 08 April 2019).

d^2 = presisi yang diinginkan (10%=0,01)

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada sebagai berikut:

$$n = \frac{80}{80 \times (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{80}{1,8}$$

$$n = 44,4$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat ditentukan dalam penelitian sampel yang diambil sebanyak 44 peserta BPJS Ketenagakerjaan Kota Semarang.

4.6.2 Sumber Data

- Data Primer

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Metode atau pendekatan yang dapat dilakukan dalam proses pengumpulan data yang bersifat primer ini dapat menggunakan angket atau kuesioner, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya (Hendryadi dan Suryani, 2015:173).

Data yang akan diteliti melalui metode kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kota Semarang dan kemudian hasilnya dapat diketahui mengenai Persepsi Peserta BPJS Ketenagakerjaan Mengenai Kualitas Pelayanan Online di BPJS Ketenagakerjaan Kota Semarang.

- Data Sekunder

Menurut Periantalo (2016:73) Sumber data sekunder merupakan sumber data dimana peneliti mendapatkan data dari pihak lain, tidak mengambil datanya sendiri secara langsung. Peneliti mengolah data yang sudah tersedia dari suatu tempat ataupun instansi tertentu.

5.6.2 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

- Alat untuk mengumpulkan data

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden. Meskipun terlihat mudah, teknik pengumpulan data melalui angket cukup sulit dilakukan jika respondennya cukup besar dan tersebar diberbagai wilayah. Metode kuesioner dapat dilakukan melalui tatap muka langsung, maupun melalui kuesioner baik melalui surat dalam bentuk kertas maupun surat elektronik (Hendryadi dan Suryani 2015:173).

- Teknik mengumpulkan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mengajukan pertanyaan secara langsung atau wawancara terhadap responden mengenai pertanyaan-pertanyaan yang tertera di kuesioner.

- **Studi Pustaka**

Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan cara mencari informasi dari literatur dan buku yang relevan dengan penelitian. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah buku-buku literatur yang diperoleh dari perpustakaan.

6.6.2 Teknik Pengolahan Data

Kegiatan-kegiatan dalam mengolah data menurut Narbuko dan Achmadi (2016:153-155).

- *Editing*

Mengedit adalah memeriksa daftar pertanyaan yang telah diserahkan oleh para pengumpul data. Tujuannya adalah untuk mengurangi kesalahan atau kekurangan yang ada didalam daftar pertanyaan yang sudah diselesaikan sampai sejauh mungkin.

- *Koding*

Koding adalah mengklarifikasi jawaban-jawaban dari para responden kedalam kategori-kategori. Biasanya klarifikasi dilakukan dengan cara memberikan tanda atau kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban.

- *Tabulasi*

Pekerjaan tabulasi adalah pekerjaan membuat tabel jawaban-jawaban yang sudah diberi kategori jawabnya kemudian dimasukkan ke dalam tabel. Selain itu penilaian melalui skoring yaitu dengan memberikan nilai berupa angka-angka pada jawaban dengan cara menilai tiap-tiap pertanyaan dengan menentukan nilai terendah hingga nilai tertinggi.

7.6.2 Analisis Data

Menurut narbuko dan Achmadi (2016:156) Setelah data dikumpulkan kemudian diedit, dicoded dan telah diikhtisarkan dalam tabel maka langkah selanjutnya adalah analisis terhadap hasil-hasil yang telah diperoleh. Mengenai alat analisis yang dipakai adalah tergantung pada tujuan penelitian.

Analisis terhadap hasil-hasil penelitian tidak hanya secara kuantitatif, metode-metode non kuantitatif dapat berperan penting didalam suatu analisis. Metode kuantitatif atau disebut juga dengan metode statistik.