

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Dewan Penguji.....	i
Pernyataan Keaslian.....	ii
Pernyataan Perusahaan/Organisasi.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Grafik.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan dan Kontribusi Penulisan.....	5
1.4. Ruang Lingkup dan Batasan Penulisan.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Analisis Internal	8
2.1.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	8
2.1.2. Sumber Daya Komunikasi.....	16
2.2. Analisis Eksternal	17
2.2.1. Analisis Makro PESTLE.....	19
2.2.2. Analisis Industri: <i>Stakeholders</i>	20
2.2.3. Analisis Pasar.....	21
2.2.4. Analisis Prilaku Konsumen.....	21

2.3. <i>Key Results Area (KRA)</i>	27
2.4. <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT)</i>	29
2.5. <i>TOWS Matrix</i>	30
2.6. Kerangka Analisis.....	30

III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	33
3.1.1. Tipe Penelitian.....	33
3.1.2. Metode Penelitian.....	34
3.1.3. Sumber Data.....	34
3.1.4. Format Kuisisioner.....	35
3.1.5. Struktur Kuisisioner.....	37
3.1.6. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	37
3.1.7. Instrumen Penelitian.....	38
3.1.8. Tahap Penelitian.....	39
3.2. Pengolahan dan Metode Analisis Data	39
3.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-test</i>	40
3.2.2. <i>Univariate</i> dan <i>Multivariate Analysis</i>	41
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41

IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah BPJS Kesehatan	43
4.2. Visi dan Misi BPJS Kesehatan	44
4.3. Sistem Jaminan Kesehatan Nasional	45
4.3.1. Prinsip – prinsip Jaminan Kesehatan Nasional.....	45
4.3.2. Tujuan Program Jaminan Kesehatan Nasional.....	47
4.3.3. Manfaat Program Jaminan Kesehatan Nasional.....	47
4.3.4. Kepesertaan	48
4.3.5. Pembiayaan	52
4.4. Struktur Organisasi	54

V ANALISIS EKSTERNAL

5.1. Analisis Makro PESTLE	55
5.1.1. Politik	55
5.1.2. Ekonomi	56
5.1.3. Sosial	57
5.1.4. Teknologi	57
5.1.5. Legal	58
5.1.6. <i>Environment</i>	58
5.2. Analisis Industri: Analisis <i>Stakeholders</i> (Pemangku Kepentingan)....	59
5.2.1. Identifikasi <i>Stakeholders</i> (Pemangku Kepentingan).....	59
5.2.2. Inventarisasi serta Kajian Kepentingan dan Pengaruh dari Kepentingan Utama dan Pendukung BPJS Kesehatan	59
5.2.3. Pemetaan Harapan dari Pemangku Kepentingan	62
5.3. Analisis Pasar	63
5.4. Analisis Konsumen	63
5.4.1. Firmografis Responden.....	63
5.4.2. <i>Customer Response Index</i>	66
5.4.3. <i>Consumer Decision Making Process</i>	71
5.5. <i>Opportunities dan Threats</i>	77
5.6. <i>Key Results Area</i>	78

VI ANALISIS INTERNAL

6.1. Strategi Komunikasi Saat Ini	79
6.1.1. <i>Target Audience</i>	79
6.1.2. <i>Content</i> Komunikasi	79
6.1.3. Saluran Komunikasi Utama	80
6.2. Strategi Sumber Daya Komunikasi	82
6.2.1. Sumber Daya Manusia Komunikasi	82
6.2.2. Investasi Komunikasi	84
6.2.3. <i>Blue Print</i> Komunikasi	85
6.2.4. Infrastruktur Komunikasi	86
6.3. <i>Strengths dan Weaknesses</i>	87

VII FORMULASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU

7.1. <i>TOWS Matrix</i>	89
7.2. Pemilihan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	92
7.3. <i>Communication Objectives</i>	93

VIII IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU

8.1. Tahap ke -1 Periode September 2017 – Desember 2018	95
8.1.1. Strategi Sosialisasi, Komunikasi, Edukasi terkait Program BPJS Kesehatan terhadap Badan Usaha Swasta melalui Iklan di Media Cetak dan Media Penyiaran, Humas dan Publisitas serta <i>Personal Selling</i>	96
8.1.2. Strategi Pengembangan Teknologi Informasi melalui Pemasaran <i>Digital</i>	100
8.1.3. Anggaran Biaya Strategi Tahap ke-1	101
8.2. Tahap ke -2 Periode Januari 2019 – Desember 2019	101
8.2.1. Strategi Sosialisasi, Komunikasi, Edukasi terkait Program BPJS Kesehatan terhadap Badan Usaha Swasta melalui Iklan di Media Cetak dan Media Penyiaran, Humas dan Publisitas serta <i>Personal Selling</i>	102
8.2.2. Strategi Pengembangan Teknologi Informasi melalui Pemasaran <i>Digital</i>	106
8.2.3. Anggaran Biaya Strategi Tahap ke-2	106
8.3. Pengukuran Hasil dari Proses Komunikasi	107
8.4. <i>Schedule</i> Implementasi	107

IX PENUTUP

9.1. Kesimpulan	109
9.2. Saran	110

Daftar Pustaka.....	xvii
---------------------	------

Lampiran

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.	Kebutuhan Informasi.....	32
Tabel 2.	Sampel <i>Krejcie</i> dan <i>Morgan</i>	37
Tabel 3.	Jadwal Penyusunan Tesis.....	42
Tabel 4.	Inventarisasi serta kajian Kepentingan dan Pengaruh dari kepentingan Utama BPJS Kesehatan	60
Tabel 5.	Inventarisasi serta kajian Kepentingan dan Pengaruh dari kepentingan Pendukung BPJS Kesehatan	61
Tabel 6.	Tingkat <i>Awareness</i> Responden (<i>Q14</i>)	67
Tabel 7.	Tingkat <i>Comprehend</i> Responden (<i>Q6</i>)	67
Tabel 8.	Tingkat <i>Interest</i> Responden (<i>Q7</i>)	68
Tabel 9.	Tingkat <i>Intention</i> Responden (<i>Q11</i>)	69
Tabel 10.	Tingkat <i>Actions</i> Responden (<i>Q15</i>)	70
Tabel 11.	<i>M-Anova</i>	72
Tabel 12.	<i>Case Processing Summary</i>	73
Tabel 13.	Kepesertaan Industri <i>CrossTabulation</i>	73
Tabel 14.	<i>Chi Square Test</i>	73
Tabel 15.	Tingkat Kepuasan Peserta Segmen Badan Usaha Swasta (<i>current market demand</i>) terhadap layanan BPJS Kesehatan.....	74
Tabel 16.	Tingkat Keinginan Peserta Segmen Badan Usaha Swasta (<i>current market demand</i>) untuk menggunakan layanan BPJS Kesehatan	75
Tabel 17.	<i>Opportunity</i> BPJS Kesehatan	77
Tabel 18.	<i>Threat</i> BPJS Kesehatan	77
Tabel 19.	Struktur Organisasi Pemasaran PPU (Badan Usaha)	83
Tabel 20.	<i>Strengths</i> BPJS Kesehatan	87
Tabel 21.	<i>Weaknesses</i> BPJS Kesehatan	88
Tabel 22.	<i>TOWS Matrix</i>	89
Tabel 23.	Analisis Keputusan Strategi	93
Tabel 24.	<i>Personal Selling</i> melalui <i>Advocate Channel</i>	98

Tabel 25.	Iklan melalui Media Cetak	99
Tabel 26.	Iklan melalui Media Penyiaran	99
Tabel 27.	Humas dan Publisitas	100
Tabel 28.	Pemasaran <i>Digital</i>	100
Tabel 29.	Anggaran Biaya Tahap ke-1	101
Tabel 30.	<i>Personal Selling</i> melalui <i>Advocate Channel</i>	104
Tabel 31.	Iklan melalui Media Cetak	104
Tabel 32.	Iklan melalui Media Penyiaran	105
Tabel 33.	Humas dan Publisitas	105
Tabel 34.	Pemasaran <i>Digital</i>	106
Tabel 35.	Anggaran Biaya Tahap ke-2.....	107
Tabel 36.	Jadwal Implementasi September 2017 - Desember 2019...	107
Tabel 37.	Jadwal Implementasi per Bulan untuk Tahap 1	108
Tabel 38.	Jadwal Implementasi per Bulan untuk Tahap 2.....	108

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Makro Proses Komunikasi.....	12
Gambar 2. <i>Current Market Demand</i> dan <i>Market Potential</i>	20
Gambar 3. Model Prilaku Pembelian.....	23
Gambar 4. <i>Customer Response Index</i>	24
Gambar 5. <i>TOWS Matrix</i>	30
Gambar 6. Kerangka Analisis Berpikir	31
Gambar 7. Struktur Organisasi BPJS Kesehatan	54
Gambar 8. Hubungan Antara <i>Power</i> dan <i>Interest</i> Pemangku Kepentingan Utama dan Pendukung	62
Gambar 9. <i>Customer Respon Index</i> Program JKN.....	70
Gambar 10. <i>Customer Response Index</i> dengan Meningkatkan <i>Awareness</i> dan <i>Comprehend</i>	94

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1. Pencapaian Rekrutmen Peserta Segmen Badan Usaha Swasta BPJS Kesehatan tahun 2014 - 2016.....	4
Grafik 2. Jenis Industri	64
Grafik 3. Usia Badan Usaha	64
Grafik 4. Jumlah Karyawan	65
Grafik 5. Domisili Perusahaan	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan:

A. *Indepth Interview* terhadap BPJS Kesehatan

B. *Indepth Interview* terhadap Segmen Badan Usaha Swasta (Pembuat Keputusan dalam Perusahaan, kategori *Untapped Market Potential* dan *Current Market Demand*)

Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian