

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi dalam Bahasa Inggris adalah *communication* yang berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, yang dimaksud dengan sama disini adalah sama makna atau pendapat (Nur I, 2016). Dalam pengertian tersebut dapat dipahami bahwa dalam berkomunikasi, komunikasi dapat berlangsung dengan baik apabila ada kesamaan makna atau pandangan antara pihak yang satu dengan pihak yang lain. Ditambahi dan (Arifuddin Tike, 2009).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2021) komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, pesan, gagasan atau pengertian, dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna, baik secara verbal maupun nonverbal dari seseorang atau kelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian atau kesepakatan bersama. (T. May, 2005) Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara verbal yang dimengerti oleh kedua belah pihak. (Ngalimun, 2016)

Secara garis besar komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, pikiran, perasaan, keahlian dari komunikator kepada komunikan, untuk mempengaruhi pikiran komunikan dan mendapatkan tanggapan baik sebagai feedback bagi komunikator. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan yaitu :

1. *Who* (sumber siapa)
2. *Says what* (pesan : mengatakan apa)
3. *In which channel* (saluran komunikasi : pada saluran yang mana)
4. *To whom* (penerima : kepada siapa)
5. *With what effect* (pengaruh : dengan dampak apa)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Suciati, 2017)

2.1.2 Fungsi dan Kegunaan Komunikasi

Secara klasik fungsi komunikasi ditujukan untuk ; Memberi informasi, menghibur, mendidik, dan membentuk opini publik. Komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Komunikasi diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, apakah itu seorang pengusaha, dokter, guru, karyawan, atau polisi. Melalui komunikasi yang dilakukan dengan baik dan santun akan memberi pengaruh langsung terhadap diri seseorang dalam bermasyarakat. Sehingga dapat disimpulkan, keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mencapai sesuatu yang diinginkan, termasuk karier dan rezeki seseorang banyak tergantung pada kemampuannya berkomunikasi. (Cangara, 2013)

2.1.3 Strategi Komunikasi

Menurut (Smith, D, 2005) Strategi komunikasi adalah kegiatan atau kampanye komunikasi yang sifatnya informasional maupun persuasif untuk membangun pemahaman dan dukungan terhadap suatu ide, gagasan, atau kasus, produk maupun jasa yang terencana yang dilakukan oleh suatu organisasi baik yang berorientasi laba maupun nirlaba, memiliki tujuan, rencana, dan berbagai alternatif berdasarkan riset dan memiliki evaluasi.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Onong, U, 2003)

Menurut (Anwar Arifin, 2016) dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas” Ada lima faktor penting yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi, yaitu:

a. Mengenal Khalayak

Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi kita harus memperhitungkan suatu kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengenal khalayak. Khalayak tidak pasif tetapi aktif, sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi hubungan tetapi juga saling mempengaruhi. Khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator tetapi komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak. (Fitriani, 2018)

b. Menyusun Pesan

Setelah khalayak dan situasinya diketahui dengan jelas, selanjutnya langkah perumusan strategi komunikasi adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi dengan orientasi agar mampu membangkitkan perhatian. Berkaitan dengan pesan, Wilbur Schramm dalam (Onong, U, 2003) memberikan beberapa kriteria yang dapat mendukung suksesnya sebuah pesan dalam berkomunikasi, antara lain :

1. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat mempengaruhi dan menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama dapat dimengerti.

3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Berkaitan dengan isi pesan, (Fajar, 2009) menerangkan terdapat dua bentuk penyajian isi pesan, yakni meliputi:

- a) *One side issue* (sepihak)
dimaksudkan sebagai penyajian masalah yang bersifat sepihak yaitu mengemukakan hal-hal positif saja atautkah hal-hal negatif saja kepada khalayak permasalahan itu berisi konsepsi komunikator semata-mata tanpa mengusik pendapat yang telah berkembang.
- b) *Both side issue* (kedua belah pihak)
Sesuatu yang disajikan baik negatifnya maupun positifnya. Juga dalam mempengaruhi khalayak, permasalahan itu diketengahkan baik konsepsi dari komunikator maupun konsepsi dari kabar/pendapat yang telah berkembang pada khalayak.

c. Menetapkan Metode

Terkait dengan metode penyampaian pesan, dalam dunia komunikasi metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut diurai lebih lanjut, bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesanya. Sedangkan yang kedua, yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan yang dimaksud yang dikandung. Oleh karena itu yang pertama (menurut pelaksanaannya), dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu metode *redundancy* (repetition) dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua (menurut bentuk dan isinya) dikenal dengan metode: informatif, persuasif, edukatif, dan kursif. (Anwar Arifin, 2016)

Pemilihan metode harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya. Anwar Arifin mengemukakan metode komunikasi yang efektif, sebagai berikut:

1. *Redundancy* (repetition): merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan sedikit demi sedikit, seperti yang dilakukan dalam propaganda. Metode ini memungkinkan peluang mendapatkan perhatian khalayak semakin besar, pesan penting mudah diingat oleh khalayak dan memberi kesempatan bagi komunikator untuk mempengaruhi kesalahan yang dilakukan sebelumnya.
2. *Canalising*: dilakukan dengan cara komunikator berusaha memahami dahulu soal komunika seperti kerangka referensi dan bidang pengalaman komunikan, kemudian menyusun pesan dan metode yang sesuai dengan hal itu. Hal itu bertujuan agar pesan dapat diterima terlebih dahulu baru kemudian dilakukan perubahan-perubahan sesuai dengan keinginan komunikator.
3. *Informatif*: mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan yakni memberikan sesuatu apa adanya sesuai dengan fakta dan data maupun pendapat yang sebenarnya. Sehingga bagi komunikan dapat diberi kesempatan untuk menilai, menimbang-nimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran-pemikiran yang sehat.
4. *Persuasif*: mempengaruhi komunikan dengan jalan membujuk. Dalam hal ini komunikan tidak diberi kesempatan untuk berpikir kritis dan bila mungkin akan terpengaruh tanpa disadari.
5. *Edukatif Method* (Metode Pendidikan): mempengaruhi khalayak dengan pesan-pesan yang bersifat mendidik, yakni memberikan suatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dengan metode edukatif ini akan memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak kendatipun hal ini akan memakan waktu yang sedikit lebih lama dibanding dengan metode persuasif.

6. *Cursive Method*: mempengaruhi khalayak dengan pemaksaan, pesan-pesan yang disampaikan biasanya mengandung ancaman atau intimidasi. Metode ini biasanya diwujudkan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi, dan untuk pelaksanaannya yang lebih lancar, biasanya di belakangnya berdiri kekuatan yang cukup tangguh.

d. Pemilihan Penggunaan Media

Media komunikasi merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk mempermudah proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Media komunikasi banyak jenisnya, mulai dari media cetak, tulis, hingga media elektronik. Namun efektivitas dari masing-masing media itu sendiri juga berbeda. Maka dari itu seorang komunikator harus dapat memahami karakteristik media komunikasi, sehingga pada akhirnya dapat memilih media apa yang tepat dan sesuai dengan karakter pesan maupun karakter khalayaknya. (Anwar Arifin, 2016)

Didalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau saja digunakan komunikasi langsung, termasuk jika sasarannya internal publik bisa digunakan pertemuan-pertemuan. Jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana, maka salurannya yang sesuai adalah media massa. Menurut (Onong Uchjana, 2007) untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegakkan sebab masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

e. Peranan Komunikator

Fungsi komunikator ialah pengutaraan pikiran dan perasaan dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat, atau perilakunya. Komunikan yang dijadikan sasaran

akan mengkaji siapa komunikator yang menyampaikan informasi itu. Jika ternyata informasi yang diutarakannya itu tidak sesuai dengan diri komunikator, betapapun tingginya teknik komunikasi yang dilakukan hasilnya tidak akan sesuai dengan yang diharapkan. Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting. Dalam hal ini ada beberapa aspek yang harus diperhatikan.

Para ahli komunikasi cenderung sependapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik menggunakan pendekatan yang disebut A-A Procedure atau from Attention to Action Procedure. Artinya membangkitkan perhatian untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan suatu kegiatan sesuai tujuan yang dirumuskan. AA Procedure adalah penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*). Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*) kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan (*interest*) sehingga khalayak memiliki hasrat (*desire*) untuk menerima pesan yang dirangsangkan oleh komunikator dan akhirnya diambil keputusan (*decision*) untuk mengamalkan dalam tindakan (*action*). (Fitriani, 2018)

Untuk menjalankan semua proses tersebut tentunya ada faktor penting pada diri komunikator yang harus dimiliki bila ingin melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*)

1) Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam berkomunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan lain perkataan, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator

2) Kredibilitas sumber

Kredibilitas di sini mengandung 2 (dua) unsur, yaitu: pertama adalah keahlian atau expertise. Artinya, komunikator harus memiliki keahlian atau kecakapan yang diakui oleh khalayak sasaran. Unsur kedua adalah dapat dipercaya atau trustworthiness, artinya sumber penyampaian pesan harus dapat membangun kepercayaan pada khalayak sasaran. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh seorang komunikator. Misalnya seorang dokter akan mendapat kepercayaan jika ia menerangkan soal kesehatan. Seorang perwira kepolisian akan memperoleh kepercayaan bila ia membahas soal keamanan dan ketertiban masyarakat. Seorang duta besar akan mendapat kepercayaan kalau ia berbicara mengenai situasi internasional. Dan sebagainya.

Berdasarkan kedua faktor tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empati (*empathy*), yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Dengan perkataan lain, dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empati ketika ia berkomunikasi dengan komunikan yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa, dan sebagainya. (Anwar Arifin, 2016)

2.1.4 Hambatan Dalam Komunikasi

Menurut (Feriyanto, dkk, 2015) hambatan dalam komunikasi dibagi menjadi 4 yakni :

1. Hambatan dari Proses Komunikasi
 - a. Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas untuk dirinya atau pengirim pesan, hal ini dapat dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional.
 - b. Hambatan dalam penyandian/symbol, penyebabnya karena bahasa yang digunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, symbol yang dipergunakan antara pengirim dan penerima tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.

- c. Hambatan media, adalah hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio dan aliran listrik sehingga tidak dapat mendengarkan pesan dengan baik.
- d. Hambatan dalam bahasa sandi. Hambatan terjadi dalam menafsirkan sandi oleh penerima.
- e. Hambatan dari penerima pesan, misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima/mendengarkan pesan, sikap prasangka tanggapan yang keliru dan tidak mencari informasi lebih lanjut.
- f. Hambatan dalam memberikan umpan balik. Umpan balik yang diberikan tidak menggambarkan apa adanya, akan tetapi memberikan interpretatif, tidak tepat waktu atau tidak jelas dan sebagainya.

2. Hambatan Fisik

Hambatan fisik dapat mengganggu komunikasi yang efektif, cuaca gangguan alat komunikasi, dan lain-lain, misalnya; gangguan kesehatan, gangguan alat komunikasi dan sebagainya.

3. Hambatan Semantik

Hambatan yang terjadi dalam penyampaian informasi dari pengirim kepada si penerima. Kata-kata yang dipergunakan dalam komunikasi kadang-kadang mempunyai arti yang berbeda, tidak jelas atau berbelit-belit antara pemberi pesan dan penerima.

4. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis dan sosial kadang-kadang mengganggu komunikasi, misalnya; perbedaan nilai-nilai serta harapan yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan.

2.1.5 BPJS Ketenagakerjaan

Penyelenggaraan program jaminan sosial merupakan salah satu tanggung jawab dan kewajiban negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi kepada masyarakat. Sesuai dengan kondisi kemampuan keuangan negara. Indonesia seperti halnya negara berkembang lainnya, mengembangkan program jaminan sosial yang berdasarkan *funded social*

security, yaitu jaminan sosial yang didanai oleh peserta dan masih terbatas pada masyarakat pekerja di sektor formal. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021b)

BPJS Ketenagakerjaan merupakan hasil transformasi dari PT Jamsostek. PT Jamsostek mengalami proses yang panjang, dimulai dari UU No.33/1947 dan UU No.2/1951 tentang kecelakaan kerja, Peraturan Menteri Perburuhan (PMP) No.48/1952 dan PMP No.8/1956 tentang pengaturan bantuan untuk usaha penyelenggaraan kesehatan buruh, PMP No.15/1957 tentang pembentukan Yayasan Sosial Buruh, PMP No.5/1964 tentang pembentukan Yayasan Dana Jaminan Sosial (YDJS), diberlakukannya UU No.14/1969 tentang Pokok-pokok Tenaga Kerja. Secara kronologis proses lahirnya asuransi tenaga kerja semakin transparan. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021b)

Setelah mengalami kemajuan dan perkembangan, baik menyangkut landasan hukum, bentuk perlindungan maupun cara penyelenggaraan, pada tahun 1977 diperoleh suatu tonggak sejarah penting dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) No. 33 tahun 1977 tentang pelaksanaan program asuransi sosial tenaga kerja (ASTEK), yang mewajibkan setiap pemberi kerja/pengusaha swasta dan BUMN untuk mengikuti program ASTEK. Terbit pula PP No.34/1977 tentang pembentukan wadah penyelenggara ASTEK yaitu Perum ASTEK. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021b)

Tonggak penting berikutnya adalah lahirnya UU No.3 tahun 1992 tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja (JAMSOSTEK). Dan melalui PP No. 36/1995 ditetapkannya PT. Jamsostek sebagai badan penyelenggara Jaminan Sosial Tenaga Kerja. Program Jamsostek memberikan perlindungan dasar untuk memenuhi kebutuhan minimal bagi tenaga kerja dan keluarganya, dengan memberikan kepastian berlangsungnya arus penerimaan penghasilan keluarga sebagai pengganti sebagian atau seluruhnya penghasilan yang hilang, akibat risiko sosial. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021b)

Selanjutnya pada akhir tahun 2004, Pemerintah juga menerbitkan UU Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional. Undang-undang itu berhubungan dengan Amandemen UUD 1945 tentang perubahan

pasal 34 ayat 2, yang kini berbunyi: “Negara mengembangkan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan”. Manfaat perlindungan tersebut dapat memberikan rasa aman kepada pekerja sehingga dapat lebih berkonsentrasi dalam meningkatkan motivasi maupun produktivitas kerja. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021b)

Kiprah Perusahaan PT Jamsostek (Persero) yang mengedepankan kepentingan dan hak normatif Tenaga Kerja di Indonesia dengan memberikan perlindungan 4 (empat) program, yang mencakup program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JKM), Jaminan Hari Tua (JHT), dan Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK) bagi seluruh tenaga kerja dan keluarganya terus berlanjutnya hingga berlakunya UU Nomor 24 Tahun 2011. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021b)

Tahun 2011, ditetapkanlah UU Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. Sesuai dengan amanat undang-undang, tanggal 1 Januari 2014 PT. Jamsostek akan berubah menjadi Badan Hukum Publik. PT. Jamsostek (Persero) yang bertransformasi menjadi BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Ketenagakerjaan tetap dipercaya untuk menyelenggarakan program jaminan sosial tenaga kerja, yang meliputi JKK, JKM, JHT, dengan penambahan Jaminan Pensiun (JP) yang telah beroperasi pada tanggal 1 Juli 2015. Lalu pada 1 februari 2022 BPJS Ketenagakerjaan melakukan penambahan program Jaminan Kehilangan Pekerja (JKP). (BPJS Ketenagakerjaan, 2021b)

Menyadari besar dan mulianya tanggung jawab tersebut, BPJS Ketenagakerjaan pun terus meningkatkan kompetensi di seluruh lini pelayanan sambil mengembangkan berbagai program dan manfaat yang langsung dapat dinikmati oleh pekerja dan keluarganya. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021b)

Kini dengan sistem penyelenggaraan yang semakin maju, program BPJS Ketenagakerjaan tidak hanya memberikan manfaat kepada pekerja dan pengusaha saja, tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi

peningkatan pertumbuhan ekonomi bangsa dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021b)

a. Visi dan Misi BPJS Ketenagakerjaan

Visi

Menjadi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kebanggaan Bangsa, yang Amanah, Bertata kelola Baik serta Unggul dalam Operasional dan Pelayanan.

Misi

Melalui Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan, BPJS Ketenagakerjaan berkomitmen untuk:

- Melindungi dan Mensejahterakan seluruh pekerja dan keluarganya
- Meningkatkan produktivitas dan daya saing pekerja
- Mendukung pembangunan dan kemandirian perekonomian nasional (BPJAMSOSTEK, 2021)

b. Motto BPJS Ketenagakerjaan

Motto dari BPJS Ketenagakerjaan adalah “Menjadi Jembatan menuju Kesejahteraan Pekerja”. Sedangkan Motto BPJS Ketenagakerjaan Jombang adalah “Nekad Juara”. (BPJAMSOSTEK, 2021)

c. Filosofi BPJS Ketenagakerjaan

BPJS Ketenagakerjaan dilandasi filosofi kemandirian dan harga diri untuk mengatasi risiko sosial ekonomi. Kemandirian berarti tidak bergantung pada orang lain dalam membiayai perawatan pada waktu sakit, kehidupan dihari tua maupun keluarganya, bila meninggal dunia. Harga diri berarti jaminan tersebut diperoleh sebagai hak dan bukan belas kasihan orang lain.(WIKIPEDIA, 2021)

d. Makna Logo BPJS Ketenagakerjaan



Gambar 1.1 BPJS Ketenagakerjaan

Logo BPJS Ketenagakerjaan terdiri dari 4 warna yang masing-masing memiliki arti:

- Warna biru pada logo BPJS Ketenagakerjaan melambangkan kepercayaan, kesetiaan, kebijaksanaan, percaya diri, kepintaran iman, keberanian dan keunggulan.
- Warna kuning pada logo BPJS Ketenagakerjaan melambangkan keoptimisan, pencerahan dan kebahagiaan serta memberi harapan akan masa depan yang lebih positif.
- Warna putih di logo BPJS Ketenagakerjaan melambangkan keamanan, kesucian, kebersihan, kesempurnaan dan sebagai simbol kebaikan.
- Warna hijau pada logo BPJS Ketenagakerjaan melambangkan pertumbuhan, harmonisasi, kesegaran, stabilitas dan ketahanan. (facebook, 2021)

2.1.6 Program Jaminan Pensiun

Jaminan pensiun adalah jaminan sosial yang bertujuan untuk mempertahankan derajat kehidupan yang layak bagi peserta atau ahli warisnya dengan memberikan penghasilan setelah peserta memasuki usia pensiun, mengalami cacat total tetap, atau meninggal dunia. (bpjs ketenagakerjaan, 2021)

Manfaat pensiun adalah sejumlah uang yang dibayarkan setiap bulan kepada peserta yang memasuki usia pensiun, mengalami cacat total tetap, atau kepada ahli waris bagi peserta yang meninggal dunia. (bpjs ketenagakerjaan, 2021)

a) Kepesertaan Program Jaminan Pensiun

Peserta Program Jaminan Pensiun adalah pekerja yang terdaftar dan telah membayar iuran. Peserta merupakan pekerja yang bekerja pada

pemberi kerja selain penyelenggara negara, yaitu peserta penerima upah yang terdiri dari:

1. Pekerja pada perusahaan
2. Pekerja pada orang perseorangan

Selain itu, pemberi kerja juga dapat mengikuti Program Jaminan Pensiun sesuai dengan penahapan kepesertaan.

Pekerja yang didaftarkan oleh pemberi kerja mempunyai usia paling banyak 1 (satu) bulan sebelum memasuki usia pensiun. Usia pensiun untuk pertama kali ditetapkan 56 tahun dan mulai 1 Januari 2019, usia pensiun menjadi 57 tahun dan selanjutnya bertambah 1 (satu) tahun untuk setiap 3 (tiga) tahun berikutnya sampai mencapai Usia Pensiun 65 tahun. (bpjs ketenagakerjaan, 2021)

Dalam hal pemberi kerja nyata-nyata lalai tidak mendaftarkan Pekerjaanya, Pekerja dapat langsung mendaftarkan dirinya kepada BPJS Ketenagakerjaan. Dalam hal peserta pindah tempat kerja, Peserta wajib memberitahukan kepesertaannya kepada Pemberi Kerja tempat kerja baru dengan menunjukkan kartu peserta BPJS Ketenagakerjaan. Selanjutnya Pemberi Kerja tempat kerja baru meneruskan kepesertaan pekerja. (bpjs ketenagakerjaan, 2021)

b) Iuran Program Jaminan Pensiun

- Iuran program jaminan pensiun dihitung sebesar 3%, yang terdiri atas 2% iuran pemberi kerja dan 1% iuran pekerja.
- Upah setiap bulan yang dijadikan dasar perhitungan iuran terdiri atas upah pokok dan tunjangan tetap. Untuk tahun 2015 batas paling tinggi upah yang digunakan sebagai dasar perhitungan ditetapkan sebesar Rp 7 Juta (tujuh juta rupiah). BPJS Ketenagakerjaan menyesuaikan besaran upah dengan menggunakan faktor pengali sebesar 1 (satu) ditambah tingkat pertumbuhan tahunan produk domestik bruto tahun sebelumnya. Selanjutnya BPJS Ketenagakerjaan menetapkan serta mengumumkan penyesuaian batas upah tertinggi paling lama 1

(satu) bulan setelah lembaga yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang statistik (BPS) mengumumkan data produk domestik bruto.

- Mekanisme pembayaran iuran mengikuti program paket.
- Pemberi kerja wajib membayar iuran paling lambat tanggal 15 bulan berikutnya.
- Pemberi kerja yang tidak memenuhi ketentuan pembayaran iuran dikenakan denda sebesar 2% setiap bulan keterlambatan.

c) Manfaat Program Jaminan Pensiun

1. Manfaat Pensiun Hari Tua (MPHT)

Berupa Uang tunai bulanan yang diberikan kepada peserta (yang memenuhi masa iuran minimum 15 tahun yang setara dengan 180 bulan) saat memasuki usia pensiun sampai dengan meninggal dunia;

2. Manfaat Pensiun Cacat (MPC)

Berupa Uang tunai bulanan yang diberikan kepada peserta (kejadian yang menyebabkan cacat total tetap terjadi paling sedikit 1 bulan menjadi peserta dan *density rate* minimal 80%) yang mengalami cacat total tetap akibat kecelakaan tidak dapat bekerja kembali atau akibat penyakit sampai meninggal dunia. Manfaat pensiun cacat ini diberikan sampai dengan meninggal dunia atau peserta bekerja kembali

3. Manfaat Pensiun Janda/Duda (MPJD)

Berupa Uang tunai bulanan yang diberikan kepada janda/duda yang menjadi ahli waris (terdaftar di BPJS Ketenagakerjaan) sampai dengan meninggal dunia atau menikah lagi, dengan kondisi peserta:

- meninggal dunia bila masa iur kurang dari 15 tahun, dimana masa iur yang digunakan dalam menghitung manfaat adalah 15 tahun dengan ketentuan memenuhi minimal 1 tahun kepesertaan dan *density rate* 80% atau

- meninggal dunia pada saat memperoleh manfaat pensiun MPHT.

4. Manfaat Pensiun Anak (MPA)

Berupa Uang tunai bulanan yang diberikan kepada anak yang menjadi ahli waris peserta (maksimal 2 orang anak yang didaftarkan pada program pensiun) sampai dengan usia anak mencapai usia 23 (dua puluh tiga) tahun, atau bekerja, atau menikah dengan kondisi peserta;

- meninggal dunia sebelum masa usia pensiun bila masa iur kurang dari 15 tahun, masa iur yang digunakan dalam menghitung manfaat adalah 15 tahun dengan ketentuan minimal kepesertaan 1 tahun dan memenuhi density rate 80% dan tidak memiliki ahli waris janda/duda atau
- meninggal dunia pada saat memperoleh manfaat pensiun MPHT dan tidak memiliki ahli waris janda/duda atau
- Janda/duda yang memperoleh manfaat pensiun MPHT meninggal dunia.

5. Manfaat Pensiun Orang Tua (MPOT)

Manfaat yang diberikan kepada orang tua (bapak / ibu) yang menjadi ahli waris peserta lajang, bila masa iur peserta lajang kurang dari 15 tahun, masa iur yang digunakan dalam menghitung manfaat adalah 15 tahun dengan ketentuan memenuhi minimal kepesertaan 1 tahun dan memenuhi density rate 80%.

6. Manfaat Lumpsum

Peserta tidak berhak atas manfaat pensiun bulanan, akan tetapi berhak mendapatkan manfaat berupa akumulasi iurannya ditambah hasil pengembangannya apabila:

- Peserta memasuki Usia Pensiun dan tidak memenuhi masa iur minimum 15 tahun
- Mengalami cacat total tetap dan tidak memenuhi kejadian cacat setelah minimal 1 bulan menjadi peserta dan minimal *density rate* 80%.

- Peserta meninggal dunia dan tidak memenuhi masa kepesertaan minimal 1 tahun menjadi peserta dan minimal *density rate* 80%.
7. Manfaat Pensiun diberikan berupa manfaat pasti yang ditetapkan sebagai berikut:
 - Untuk 1 (satu) tahun pertama, Manfaat Pensiun dihitung berdasarkan formula Manfaat Pensiun; dan
 - Untuk setiap 1 (satu) tahun selanjutnya, Manfaat Pensiun dihitung sebesar Manfaat Pensiun dihitung sebesar Manfaat Pensiun tahun sebelumnya dikali faktor indeksasi.
 8. Formula Manfaat Pensiun adalah 1% (satu persen) dikali Masa iur dibagi 12 (dua belas) bulan dikali rata-rata upah tahunan tertimbang selama Masa Iur dibagi 12 (dua belas).
 9. Pembayaran Manfaat Pensiun dibayarkan untuk pertama kali setelah dokumen pendukung secara lengkap dan pembayaran Manfaat Pensiun bulan berikutnya setiap tanggal 1 bulan berjalan dan apabila tanggal 1 jatuh pada hari libur, pembayaran dilaksanakan pada hari kerja berikutnya.
 10. Dalam hal peserta telah memasuki Usia Pensiun tetapi yang bersangkutan dipekerjakan, Peserta dapat memilih untuk menerima Manfaat Pensiun pada saat mencapai Usia Pensiun atau pada saat berhenti bekerja dengan ketentuan paling lama 3 (tiga) tahun setelah Usia Pensiun.
 11. Penerima manfaat pensiun adalah peserta atau ahli waris peserta yang berhak menerima manfaat pensiun. (bpjs ketenagakerjaan, 2021)

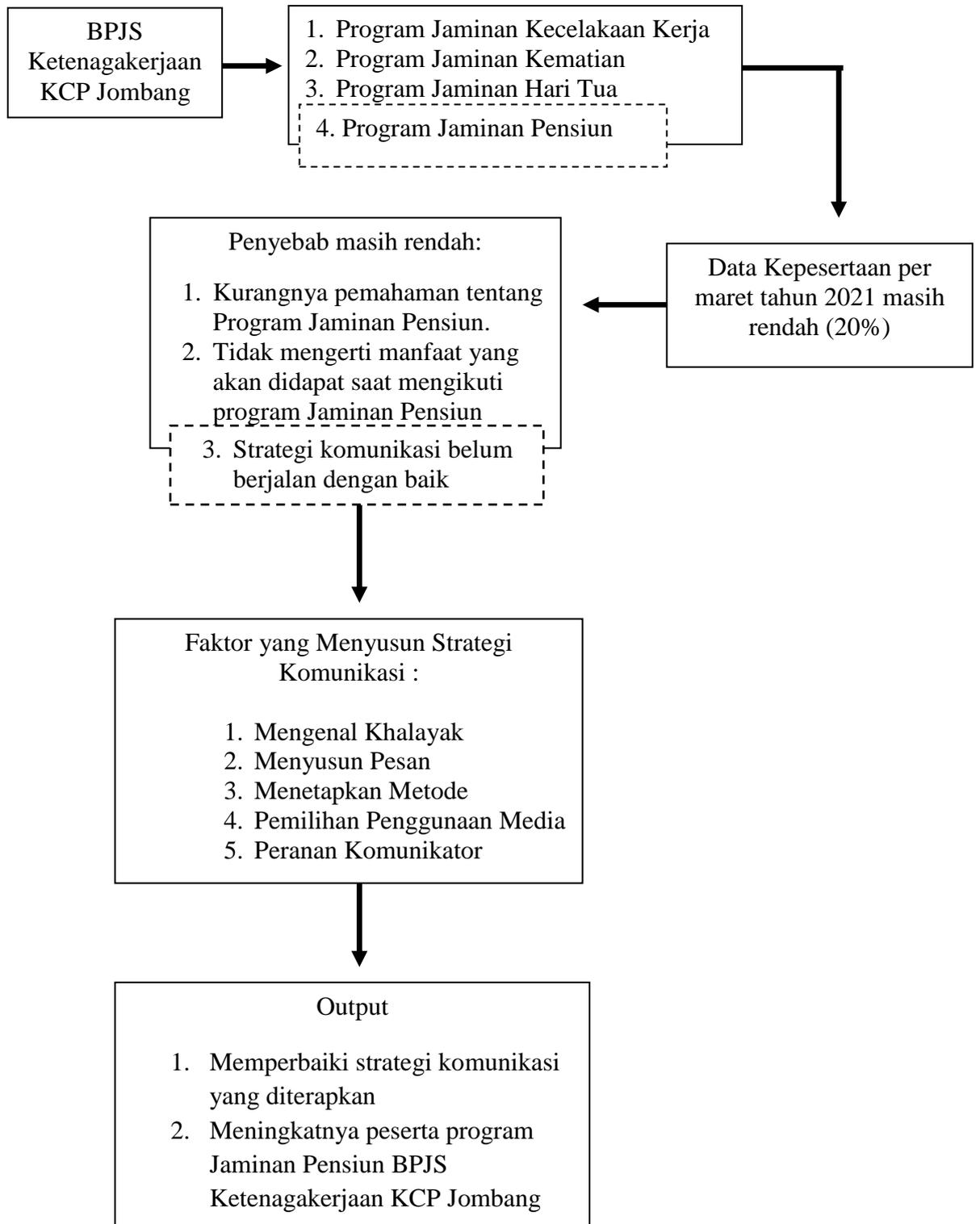
2.1.7 Kepesertaan dalam Program Jaminan Pensiun

Jaminan pensiun mulai beroperasi sejak 1 juli 2015. Menurut jurnal penelitian Reza Rizky Farza, Agus Mulya Karsona, dan Betty Rubiati yang berjudul Jaminan Pensiun bagi pekerja kontrak dalam rangka meningkatkan

kesejahteraan pekerja kontrak alasan program jaminan pensiun belum banyak mengikuti yakni:

1. Masih banyak pekerja yang belum mengetahui manfaat dari program Jaminan Pensiun khususnya pekerja kontrak yang masa kerjanya ada batasan waktu yang singkat sehingga menimbulkan ketidakpastian ketika pekerja kontrak memasuki usia pensiun dan tidak sanggup lagi untuk bekerja.
2. Menurut pemberi kerja di Indonesia masih belum banyak mengetahui perbedaan Jaminan Pensiun dan Jaminan Hari Tua sebab pengusaha atau pemberi kerja menganggap bahwa Jaminan Hari Tua sudah cukup untuk kesejahteraan tenaga kerja.
3. Pemberi kerja dan pekerja merasa bahwa jaminan pensiun mahal dan keberatan untuk melaksanakannya karena mereka berpendapat sudah di potong BPJS Kesehatan 5% dari (Pemberi Kerja 4% dan 1% Pekerja), Jaminan Kematian (0,30% dari pemberi kerja), Jaminan Kecelakaan Kerja (0,24% dari pemberi kerja), Jaminan Hari Tua 5,7% (3,7% pemberi kerja dan 2% dari pekerja) dan Jaminan Pensiun 3% (2% Pemberi Kerja dan 1% pekerja)
4. Sebagian Pemberi Kerja menganggap bahwa manfaat Jaminan Pensiun sama dengan manfaat yang ada di Jaminan Hari Tua, bahkan hampir mirip dengan JHT dan menjadi beban bagi pengeluaran perusahaan yang masih menganggap jaminan pensiun belum terlalu di butuhkan untuk sekarang. Di Indonesia sendiri masih banyak tenaga kerja yang belum tetap atau berstatus PKWT (Perjanjian Kerja Waktu Tertentu), selain menjadi pengeluaran pemberi kerja, pemberi kerja masih menganggap pekerja kontrak tidak sesuai dengan status pekerjaannya jika diberikan jaminan pensiun mengingat masa kerja yang cepat sehingga pemberi kerja atau pengusaha merasa keberatan jika harus memberikan jaminan pensiun untuk pekerja kontraknya. (Reza R dan dkk, 2019)

2.2 Kerangka Konseptual



Tabel 1.1 Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual Penelitian sumber: (Fitriani, 2018)