

Resepsi Followers Terhadap Instagram BPJS Kesehatan Sebagai Media Informasi Jaminan Kesehatan

Oleh:
Muhammad Amar (097)

Dosen Pembimbing
Ainur Rochmaniah, S.Sos, M.Si.

Penguji 1
Nur Aini Shofiya Asy`ari, M.I.Kom.

Penguji 2
Nur Maghfirah A., M.Med.Kom.

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo



Pendahuluan

 **bpjskesehatan_ri** 



BPJS Kesehatan
4.163 postingan 1,5JT pengikut 26 mengikuti

Organisasi Pemerintah
Akun Resmi BPJS Kesehatan RI.
Informasi dan Pengaduan hubungi BPJS Kesehatan Care Center 165 (24 Jam)
linktr.ee/bpjskesehatan.link
JL Letjen Suprpto kav.20 no.14, Jakarta, Indonesia 10150



Diikuti oleh **syahmi.ssfrs1**, **faisalirsandi**, dan 6 lainnya

Mengik... ▾

Kirim Pesan

Email



Lomba On Going

Hoax

Testimoni





AWASHOAX!



MOHON DIBACA

1. BPJS Kesehatan **mempublikasikan** **rekrutmen** melalui:
 - Website Resmi pada link berikut www.bpjs-kesehatan.go.id
 - Media sosial resmi yang telah terverifikasi
 - Media masa cetak berskala nasional maupun lokal yang memiliki readership tinggi di masing-masing wilayah kerja BPJS Kesehatan
2. Kami **tidak bertanggung jawab** terhadap rekrutmen pegawai yang mengatasnamakan BPJS Kesehatan yang tidak melalui saluran media tersebut
3. BPJS Kesehatan dalam melakukan proses rekrutmen calon pegawai **tidak pernah meminta uang atau bentuk apapun lainnya** kepada calon pendaftar
4. Kami menghimbau kepada masyarakat agar **segera melapor kepada pihak yang berwenang** apabila ada kejadian serupa agar kasus ini segera ditangani sehingga tidak memakan banyak korban
5. Kami juga menghimbau kepada masyarakat agar **lebih waspada terhadap modus-modus penipuan** yang dilakukan pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab





 bpjskesehatan_ri • Audio asli

Reels

Sehubungan dengan adanya konten yang menyampaikan informasi kurang tepat mengenai Program JKN. Berikut hal-hal yang dapat kami sampaikan:

1. Kondisi gawat darurat seorang pasien ditentukan oleh DPJP (Dokter Penanggung Jawab Pelayanan), bukan oleh pasien ataupun BPJS Kesehatan. Kriteria Gawat Darurat merujuk pada Peraturan Kementerian Kesehatan No 47 Tahun 2018.
2. Dokter di FKTP (Klinik, Puskesmas, atau Tempat Praktek Dokter Pribadi) memiliki kompetensi untuk menangani 144 diagnosa tuntas di FKTP jika mengacu pada Standar Kompetensi Dokter Indonesia 2012, tetapi dalam hal Gawat Darurat, Peserta JKN dapat langsung datang ke Rumah Sakit tanpa harus ke FKTP.
3. BPJS Kesehatan menjamin pelayanan kesehatan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, di antaranya sesuai dengan indikasi medis.
4. Sampai saat ini, tidak ada keterlambatan atau tunggakan pembayaran klaim oleh BPJS Kesehatan kepada Rumah Sakit yang telah bekerja sama. Seluruh pembayaran klaim BPJS Kesehatan ke Rumah Sakit berjalan lancar dan diproses sesuai prosedur dan ketentuan yang berlaku.



Latar Belakang Masalah

Fenomena

- April 2025, peserta program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) tercatat sebanyak 224,1 juta jiwa, mencakup 79,58% dari penduduk Indonesia (281,6 juta jiwa).
- Akun Instagram resmi BPJS Kesehatan (@bpjskesehatan_ri) memiliki 1,5 juta pengikut dan menjadi alat komunikasi digital strategis dengan memanfaatkan fitur interaktif seperti Stories, Reels, dan Feeds untuk meningkatkan keterlibatan pengikut.
- Instagram BPJS Kesehatan berfungsi sebagai platform utama dalam penyampaian informasi terkait JKN kepada masyarakat.
- Meskipun efektif, bahasa yang digunakan dalam konten Instagram BPJS Kesehatan masih terlalu teknis dan formal, serta kurangnya respons dari admin terhadap komentar followers, menunjukkan perlunya peningkatan interaksi dua arah.

Latar Belakang Masalah

Fakta Literatur

- Konten Instagram @kemenkes_ri memengaruhi minat vaksin followers. **(Lestiyanti & Purworini, 2022)**
- Konten Instagram @humas_bandung terhadap kebutuhan pengikut. **(Sutrisno & Mayangsari, 2022)**
- Analisis resepsi followers terhadap konten di akun @indonesiafeminis **(Pawaka & Choiriyati, 2020)**

GAP & Novelty

- Belum ada penelitian yang secara spesifik menganalisis resepsi followers terhadap akun Instagram BPJS Kesehatan sebagai media informasi jaminan kesehatan.
- Penelitian ini menerapkan teori resepsi Stuart Hall untuk menganalisis bagaimana followers memaknai konten akun Instagram BPJS Kesehatan sekaligus menyajikan pemetaan posisi penerimaan audiens (dominant, negotiated, oppositional) dalam konteks informasi layanan JKN.

Rumusan Masalah

- Bagaimana Resepsi Followers Terhadap Instagram BPJS Kesehatan Sebagai Media Informasi Jaminan Kesehatan?

Tujuan Penelitian

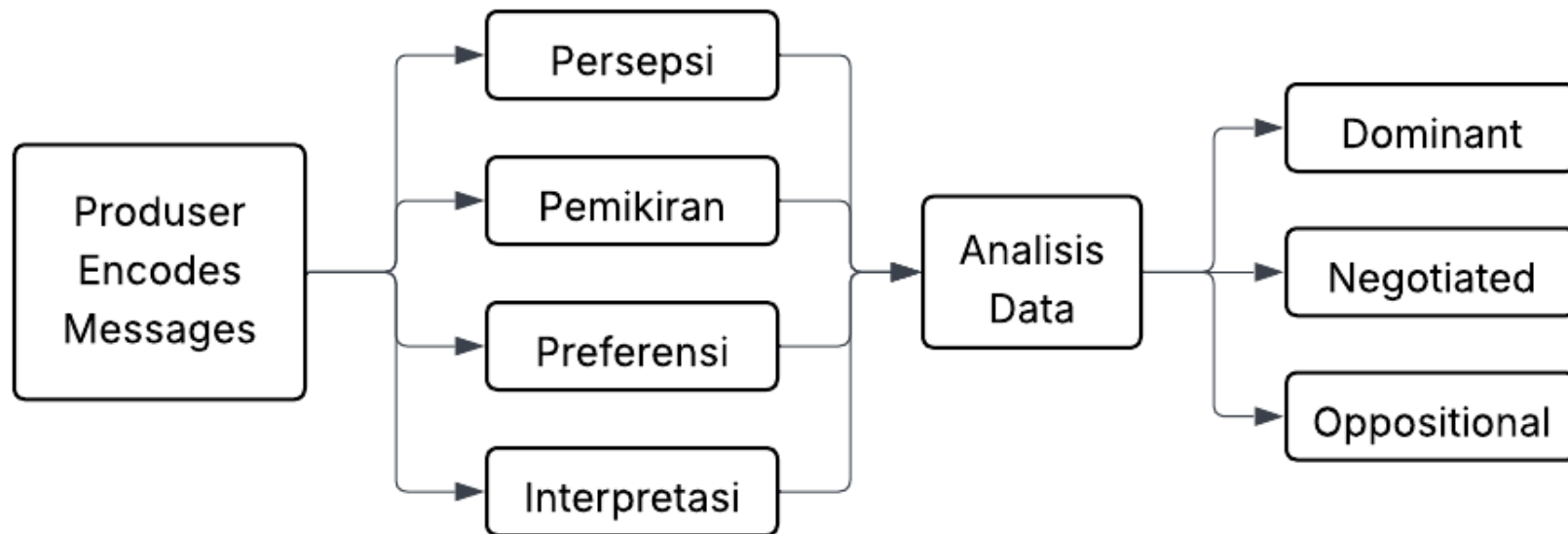
Tujuan

- Untuk menganalisis resepsi followers terhadap konten yang disampaikan melalui akun Instagram BPJS Kesehatan sebagai media informasi Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), dan
- untuk mengevaluasi sejauh mana pesan tersebut meningkatkan kesadaran serta pemahaman masyarakat mengenai program JKN.

Landasan Teori

Teori Encoding-Decoding (Reception Analysis) Stuart Hall

Teori ini menjelaskan proses komunikasi di mana pengirim (encoder) menyampaikan pesan dan penerima (decoder) menafsirkan pesan tersebut. Dalam konteks ini, Hall mengklasifikasikan posisi khalayak menjadi tiga kategori, yaitu:



Metode Penelitian

Jenis Penelitian	Kualitatif-deskriptif dengan paradigma konstruktivis
Sumber Data	• Objek Penelitian, akun resmi Instagram @bpjskesehatan_ri
	• Subjek penelitian, pengikut akun Instagram @bpjskesehatan_ri
Teknik pengambilan sampel	Purposive sampling (memilih informan yang relevan)
Pengumpulan Data	Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi
Validitas Data	Verifikasi data, reduksi data, penyajian data dan penarikan Kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Persepsi

- Persepsi awal terhadap akun Instagram BPJS Kesehatan bervariasi, namun umumnya positif, yang menunjukkan bahwa akun tersebut berhasil meningkatkan kesadaran dan minat terhadap program JKN.

Pemikiran

- informan mengikuti akun Instagram BPJS Kesehatan karena tertarik pada informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti layanan kesehatan, testimoni, edukasi kesehatan, dan aplikasi Mobile JKN. Hal ini menunjukkan bahwa mereka memutuskan untuk mengikuti akun tersebut untuk mendapatkan informasi.

Preferensi

- mayoritas informan lebih memilih akun Instagram resmi BPJS Kesehatan (@bpjskesehatan_ri) dibandingkan akun cabang (@infojkn.sby & @seedarjokuy) karena dianggap lebih kredibel, informatif, dan rutin memberikan pembaruan.

Interpretasi

- Para informan menganggap konten BPJS Kesehatan bermanfaat, karena sebagian besar merasa lebih mudah mengakses layanan kesehatan dan memilih untuk mengikuti akun tersebut karena kontennya yang berguna.

Hasil dan Pembahasan

Kategori Resepsi Berdasarkan Teori Encoding-Decoding Stuart Hall

1. **Dominant** (6 Informan): Mereka percaya penuh terhadap kredibilitas akun resmi dan merasa terbantu dalam memahami hak dan kewajiban sebagai peserta JKN.
2. **Negotiated** (2 informan) : Mereka menyarankan penyederhanaan bahasa dan peningkatan komunikasi dua arah.
3. **Oppositional** (2 Informan) : Mereka merasa konten yang ada terlalu teknis, kurang komunikatif, dan tidak cukup menjawab kebutuhan spesifik Masyarakat.

Penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa Instagram milik lembaga pemerintah efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan. Seperti akun @kemenkes_ri yang membantu meningkatkan minat vaksinasi, dan @humas_bandung yang mampu memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Hal yang sama terlihat pada akun @bpjskesehatan_ri, di mana sebagian besar pengikut merasa terbantu memahami layanan JKN. Namun, masih perlu perbaikan seperti penggunaan bahasa yang lebih sederhana dan interaksi yang lebih aktif dengan pengikut.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa akun Instagram @bpjskesehatan_ri berperan sebagai media komunikasi publik yang efektif dalam menyampaikan informasi tentang Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Sebagian besar pengikut berada dalam posisi dominant-hegemonic, menerima pesan secara utuh dan merasa terbantu memahami layanan BPJS. Namun, ada pula pengikut dalam posisi negotiated dan oppositional yang mengkritik penggunaan bahasa yang terlalu teknis serta kurangnya interaksi dua arah. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun akun Instagram BPJS Kesehatan sudah berjalan cukup baik sebagai media informasi, perlu adanya perbaikan dalam gaya komunikasi agar lebih mudah dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat.

Manfaat Penelitian

1. Meningkatkan pemahaman JKN dengan membantu pengikut memahami program JKN dengan lebih baik.
2. Meningkatkan keterlibatan dengan menunjukkan cara meningkatkan interaksi melalui penyederhanaan konten dan komunikasi dua arah.
3. Memberikan rekomendasi untuk BPJS Kesehatan dengan menyederhanakan bahasa dan memperbaiki interaksi untuk memudahkan pemahaman.
4. Memberikan wawasan tentang efektivitas Instagram dalam menyampaikan informasi kesehatan publik.
5. Memberikan kontribusi pada studi media sosial dengan menambah pemahaman tentang penggunaan teori resepsi dalam analisis media sosial pemerintah.

Referensi

- [1] M. M. Ibrahim And R. E. Irawan, “Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19,” *Representamen*, Vol. 7, No. 02, Oct. 2021, Doi: 10.30996/Representamen.V7i02.5727.
- [2] B. H. K. Kominfo, “Siaran Pers Tentang Menkominfo Budi Arie Tegaskan Indonesia Telah Mengalami Kemajuan Transformasi Digital,” *Kominfo*. [Online]. Available: <https://www.komdigi.go.id/Berita/Siaran-Pers/Detail/Siaran-Pers-Tentang-Menkominfo-Budi-Arie-Tegaskan-Indonesia-Telah-Mengalami-Kemajuan-Transformasi-Digital>
- [3] R. Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung, 2015.
- [4] I. Lintang, “10 Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia 2024,” *Inilah.Com*. [Online]. Available: <https://www.inilah.com/Data-Pengguna-Media-Sosial-Indonesia>
- [5] Oskar Mortensen, “How Many Users On Instagram? Statistics & Facts (2025),” *Seo.Ai*. [Online]. Available: <https://seo.ai/blog/how-many-users-on-instagram>
- [6] I. R. S. Rahayu And S. R. Diah, “Jumlah Peserta Jkn Capai 98 Persen Penduduk Indonesia,” *Kompas.Com*. [Online]. Available: <https://money.kompas.com/read/2024/08/08/180200126/jumlah-peserta-jkn-capai-98-persen-penduduk-indonesia>
- [7] A. S. N. Lestiyanti And D. Purworini, “Pengaruh Berita Lonjakan Kasus Covid-19 Pada Akun Instagram Kemenkes_Ri Terhadap Minat Vaksin Followers Akun Kemenkes_Ri,” *Komuniti J. Komun. Dan Teknol. Inf.*, Vol. 14, No. 2, Pp. 259–275, Sep. 2022, Doi: 10.23917/Komuniti.V14i2.19193.
- [8] A. P. Sutrisno And I. D. Mayangsari, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers,” *J. Common*, Vol. 5, No. 2, Pp. 118–133, Feb. 2022, Doi: 10.34010/Common.V5i2.5143.
- [9] B. Thiodanu And W. P. Sari, “Fenomena Curhat Online Pada @Cerminlelaki Di Instagram,” *Koneksi*, Vol. 3, No. 2, P. 435, Feb. 2020, Doi: 10.24912/Kn.V3i2.6445.
- [10] D. Pawaka And W. Choiriyati, “Analisis Resepsi Followers Milenial @Indonesiafeminis Dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme,” *Aguna J. Ilmu Komun.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 70–86, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/aguna/article/view/1048>
- [11] A. N. Hidayah And A. Widodo, “Resepsi Audiens Pada Personal Branding Habib Husein Ja’far Di Youtube Channel ‘Jeda Nulis,’” *Kalijaga J. Commun.*, Vol. 3, No. 2, Pp. 153–167, Dec. 2021, Doi: 10.14421/Kjc.32.05.2021.
- [12] I. Hawari, “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubbing Yang Ditampilkan Melalui Foto Dalam Akun Instagram@ Indoclubbing.,” *Diss. Univ. Airlangga*, 2019.
- [13] U. F. Noviadhista, B. D. Prasetyo, And Antoni, “Komodifikasi Identitas Tionghoa Dalam Humor: Studi Encoding/Decoding Stuart Hall Tentang Pertunjukan Stand-Up Comedy Ernest Prakasa,” *Papatung J. Ilmu Adm. Publik, Pemerintah. Dan Polit.*, Vol. 2, No. 3, Pp. 161–177, Dec. 2019, Doi: 10.54783/Japp.V2i3.28.
- [14] S. During, *The Cultural Studies Reader*. Psychology Press, 1999.

Referensi

- [15] A. N. F. Sari, “Resepsi Khalayak Mengenai Body Shaming Dalam Serial Web Indonesia Induk Gajah (Analisis Resepsi Stuart Hall),” Dr. Diss. Univ. Bakrie, 2024.
- [16] S. H. Meilasari And U. Wahid, “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics ‘Long Lasting Lipstic Feel The Color,’” J. Komun., Vol. 11, No. 1, Pp. 1–8, 2020, Doi: 10.31294/Jkom.
- [17] A. Salim And S. Carolina, Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial: Buku Sumber Untuk Penelitian Kualitatif Edisi Kedua. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006.
- [18] O’sullivan, H. T., S. J., M. D., Montgomery, And J. Fiske, Key Concepts In Communication And Cultural Studies. 1994.
- [19] B. Zaqiwali, N. Puspadarmaja, And H. Agustiningrum, “Representasi Platform Video Streaming Dalam Kepuasan Penonton,” J. Syntax Admiration, Vol. 2, No. 7, Pp. 1205–1218, Jul. 2021, Doi: 10.46799/Isa.V2i7.263.
- [20] J. Rakhmat, Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996.
- [21] B. B. I. Tim Redaksi Kamus, Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan, 2008.
- [22] A. Setiawan, “Pengaruh Persepsi, Perilaku, Dan Preferensi Masyarakat Trenggalek Terhadap Produk Pembiayaan Investasi Mudarabah Di Kspp Syariah Madani Cabang Trenggalek,” Institutional Repos. Uin Satu Tulungagung, 2018.
- [23] Littlejohn, Theories Of Human Communication. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company, 1999.
- [24] Ardiansyah, Risnita, And M. S. Jailani, “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif,” J. Ihsan J. Pendidik. Islam, Vol. 1, No. 2, Pp. 1–9, Jul. 2023, Doi: 10.61104/Ihsan.V1i2.57.
- [25] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Rd. Bandung: Alfabeta, 2013.

