

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian analisis pelaksanaan Komunikasi pemasaran terpadu BPJS Kesehatan Cabang Jambi dalam sosialisasi *Mobile JKN* di Kota Jambi penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1) Kegiatan Periklanan/*Advertising*

BPJS Kesehatan melakukan kegiatan *advertising* aplikasi *Mobile JKN* di Kota Jambi dengan memanfaatkan media cetak seperti poster, billboard, pamphlet, flyer dan leaflet. Sedangkan melalui media sosial diantaranya adalah dengan menggunakan platform *Instagram*, *Facebook*, *Tik Tok*, serta *Youtube*. Kemudian yang terakhir, BPJS Kesehatan Cabang Jambi juga memanfaatkan media elektronik dalam kegiatan periklanan mereka, hal ini terlihat dari radio-radio lokal dan RRI yang ada di Jambi.

2) Kegiatan Penjualan Personal/*Personal Selling*

Kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Cabang Jambi ialah dengan datang ke berbagai tempat seperti instansi-instansi OPD, kantor-kantor dinas yang ada di Kota Jambi, Kelurahan, Pasar-Pasar, tempat umum lainnya seperti masjid raya dan taman-taman kota yang ada di Jambi serta tempat-tempat nongkrong anak muda seperti kafe-kafe, kemudian melaksanakan presentasi langsung atau sosialisasi mengenai program JKN dan *Mobile JKN*. Dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan BPJS Kesehatan Cabang Jambi juga membuka kesempatan bagi peserta sosialisasi yang mau bertanya dan berdiskusi mengenai masalah *Mobile JKN* ataupun program JKN lainnya. Selain itu BPJS Kesehatan Cabang Jambi juga membantu melakukan registrasi akun untuk peserta yang baru menggunakan *Mobile JKN* serta memberikan demonstrasi bagaimana penggunaan aplikasi ini.

3) Kegiatan Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*

Kegiatan Pemasaran langsung yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Cabang Jambi dalam mensosialisasikan *Mobile JKN* masih belum maksimal, hal ini terlihat dari kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan baru hanya kegiatan pemasaran melalui SMS, dan itupun hanya sebatas selingan saja. Sedangkan kegiatan lain seperti pemasaran melalui live streaming itu belum ada sama sekali dan kemudian pemasaran melalui email masih dalam tahap pengembangan.

4) Kegiatan Hubungan Masyarakat/ *Public Relations*

BPJS Kesehatan Cabang Jambi terlibat aktif dalam kegiatan hubungan masyarakat melalui kerja sama dengan pejabat pemerintah, seperti kepala-kepala dinas, kepala-kepala RS dan puskesmas, sekretaris daerah, bapak walikota, instansi kejaksanaan maupun kepala-kepala forkopimda serta satuan-satuan kerja lainnya yang ada di Kota Jambi ,serta menggandeng pemuda Jambi untuk mempromosikan penggunaan *mobile JKN*, dan aktif dalam kegiatan CSR seperti pembangunan sumur air dan musholla. Mereka juga menjadi sponsor dalam berbagai acara pemerintah daerah, termasuk perayaan ulang tahun Provinsi Jambi, Roadshow OJK, kegiatan olahraga, dan perayaan Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Republik Indonesia. Namun, kerja sama dengan tokoh masyarakat di tingkat kelurahan atau sejenisnya, seperti tokoh adat dan agama, masih perlu ditingkatkan.

5.2 Saran

1) Bagi BPJS Kesehatan Cabang Jambi

BPJS Kesehatan Cabang Jambi berperan sebagai pelaksana dalam kegiatan komunikasi pemasaran untuk mensosialisasikan aplikasi *Mobile JKN* di Kota Jambi. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh tim sosialisasi BPJS Kesehatan Cabang Jambi adalah dengan memaksimalkan unggahan dan interaksi

di media sosial. Untuk mencapai hal ini, mereka dapat melakukan beberapa hal berikut :

- a) Melakukan improvisasi terhadap konten yang akan dibuat dengan menyesuaikan dengan tren yang sedang viral di media sosial dengan tujuan untuk menambah daya tarik visual dari konten dan mempermudah masyarakat dalam memahami isi konten yang ada.
- b) Mengoptimalkan kegiatan *direct marketing* melalui *live streaming* di berbagai media sosial yang dimiliki oleh BPJS Kesehatan KC Jambi dan *live chat* melalui SMS ataupun *Whatsapp* untuk bisa menjalin komunikasi yang realtime dengan masyarakat/pengguna *Mobile JKN*.
- c) Selain itu BPJS Kesehatan kota Jambi dapat mencoba cara baru yang pada saat ini sedang dipelajari dan dalam tahap pengembangan yakni pemasaran melalui email. Dengan demikian, diharapkan pesan tentang aplikasi *Mobile JKN* dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat Kota Jambi melalui berbagai platform komunikasi yang digunakan, sehingga jumlah pengguna *Mobile JKN* di Kota Jambi bisa terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode statistik guna memberikan informasi yang lebih mendalam. Tujuan utamanya adalah agar penelitian dapat menyajikan informasi yang mengukur fenomena secara objektif dan menghindari bias subjektif yang mungkin muncul. Dengan menggunakan analisis statistik, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih kuat tentang hubungan antarvariabel dan memvalidasi temuan secara lebih terukur. Hal ini akan meningkatkan keandalan dan kepercayaan hasil penelitian serta memberikan kontribusi yang lebih substansial terhadap pemahaman tentang topik yang diteliti. Dengan demikian hasil penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai pembanding dan menyumbangkan pemikiran terbaru dalam meningkatkan penggunaan *Mobile JKN* di Kota Jambi.

