

Hubungan antara Terpaan Berita Negatif BPJS Kesehatan di Media Massa dan Intensitas Komunikasi *Word of Mouth* di Masyarakat dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan

Fatma Izzatussayidati, Tandiyo Pradekso.

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The efforts that made by the government to resolve the problem of health in Indonesia is not easy because it often gets negative news in various mass media, the news is a bit influential on the level of public confidence to BPJS Health Care's service quality that shown through the many circulation of negative word of mouth. The purpose of this research is to determine the relationship between news exposure and word of mouth intensity with the level of public confidence in BPJS Health Care's service quality. Sampling in this research is purposive sampling. The population in this study were all society in Semarang City who had seen, heard or read negative news about BPJS Health Care and ever talked about service quality of BPJS Health Care. The number of samples researched as many as 100 respondents.

Based on the hypothesis conducted using data anlysis Pearson correlation analysis. The results showed that there was a negative correlation between news exposure in mass media and the level of public confidence in BPJS Health Care's service quality starter with significance value 0,025 (<0,05). The results showed a negative relationship between the news exposure in mass media with the level of public confidence in BPJS Health Care's service quality with a significance value of 0.025 (<0.05) and Pearson correlation value of -0.224. Furthermore, Pearson's correlation test of word of mouth intensity and level of public confidence in BPJS Health Care's service quality showed a negative relationship with significance value of 0.000 (<0.001) and correlation value of -0.426. This means that the more intense word of mouth in society then the public confidence in BPJS Health Care's service quality will be lower. The suggestion that given is to build relationships with the mass media so that the negative issues can be confirmed in advance and not become a bad word of mouth in society.

Key Words : News Exposure, Mass Media, Word of Mouth, the level of public confidence, BPJS Health Care

PENDAHULUAN

Media massa memiliki jangkauan yang luas sehingga informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi banyak orang. Individu diyakini sangat terpengaruh oleh pesan-pesan media karena media dianggap sangat kuat dalam membentuk opini masyarakat (Littlejohn dan Foss, 2009 : 423). Salah satu informasi yang disampaikan oleh media massa adalah mengenai salah satu program jaminan kesehatan nasional oleh pemerintah yaitu mengenai program peralihan PT ASKES yang kini telah menjadi BPJS Kesehatan. Kehadiran BPJS Kesehatan sebagai jaminan kesehatan seluruh rakyat Indonesia sejak tanggal 1 Januari 2013 telah menjadi pemberitaan hampir setiap hari di media massa nasional. Tidak jarang pemberitaan mengenai kinerja BPJS Kesehatan menjadi headline utama. Baru-baru ini, BPJS Kesehatan diterpa isu mengenai kasus Bayi Debora yang meninggal karena tidak ditangani tepat waktu karena urusan biaya di RS Mitra Keluarga Kalideres padahal memiliki kartu BPJS Kesehatan , namun tidak dapat digunakan karena rumah sakit tersebut tidak bekerja sama dengan BPJS Kesehatan. Insiden ini mengungkapkan fakta bahwa masih banyak rumah sakit swasta yang tidak bekerja sama dengan BPJS Kesehatan karena sistem penghitungan biaya BPJS dianggap tidak dapat menutupi beban rumah sakit khususnya rumah sakit swasta. (Dalam <http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-41219348>. Diakses pada tanggal 08 Januari 2018 pada pukul 23.19 WIB).

Selain kasus-kasus pasien pengguna BPJS Kesehatan yang tidak tertangani dengan baik di rumah sakit, terdapat pula pemberitaan mengenai pelayanan yang dinilai tidak memuaskan terhadap pasien atau peserta oleh BPJS Kesehatan di Jawa Timur. BPJS Watch Jawa Timur melakukan survei yang bermaksud untuk mengetahui perkembangan kondisi pelayanan kesehatan terhadap peserta JKN dan KIS di Jawa Timur dan ada 7 temuan yang kurang memuaskan. Dari survey yang dilaksanakan pada Mei 2017, JKN dan KIS telah berhasil meningkatkan akses masyarakat terutama memberikan manfaat semakin terjangkau biaya kesehatan, namun ditemukan pula permasalahan dalam tataran pelaksanaan yang masih belum baik yang menyangkut rendahnya kualitas pelayanan dan masih buruknya sistem rujukan serta diskriminasi peserta.

Dari survey tersebut, didapatkan ada setidaknya tujuh permasalahan yakni, Pertama, lamban dan lamanya waktu tunggu yang dibutuhkan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan. Kedua yakni, Sistem rujukan masih buruk dan belum terstruktur dengan baik. Tidak ada kerjasama yang baik antara fasilitas kesehatan, melempar pasien sehingga rujukan pasien berlapis di

puskesmas maupun di rumah sakit. Ketiga, Tingkat pelayanan terhadap peserta JKN dan KIS dirasa kurang baik. Sebagian besar pasien melaporkan petugas fasilitas tidak ramah saat memberikan pelayanan. Keempat, Pemeriksaan kesehatan bersifat parsial terhadap pasien penderita lebih dari 1 penyakit diminta memilih salah satu penanganan. Kelima, Prosedur administrasi yang masih rumit dalam mendapatkan layanan seharusnya cukup menggunakan kartu JKN dan KIS, tetapi fasilitas kesehatan mempersyaratkan kelengkapan tambahan pengurus SEP (surat eligibilitas peserta), surat rujukan, fotokopi KTP dan KK seperti saat pasien akan menjalani pemeriksaan laboratorium dan pengambilan obat ke apotek. Keenam, masih terdapat pasien JKN KIS dipungut biaya tambahan seperti biaya obat, biaya kamar, dan pembelian alat. Ketujuh, Pemberian obat masih dicicil terhadap pasien kronis, sehingga pasien harus bolak balik dan obat yang diberikan dirasakan kurang tepat, karena sudah dikonsumsi dalam jangka waktu lama tetapi pasien tidak kunjung sembuh. (Dalam <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3529039/pelayanan-tidak-memuaskan-bpjs-di-jatim-disorot>. Diakses pada 08 Januari 2018 pada pukul 23.05 WIB).

Selain itu, terdapat juga pemberitaan mengenai survey BPJS Kesehatan yang dilaksanakan oleh Perkumpulan Prakarsa di 11 kabupaten/kota yang melibatkan 1.344 responden rumah tangga menunjukkan beragam keluhan yang dirasakan dalam prosedur pemeriksaan dokter. Dari survei dihasilkan sebesar 50,57 persen responden merasa bahwa dokter kurang peduli. Sebesar 14,94 persen merasa tenaga kesehatan kurang komunikatif, dan sebesar 12,64 persen merasa dokter tidak datang tepat waktu sehingga harus menunggu lama. Salah satu temuan menarik dari riset tersebut adalah adanya kuota yang ditetapkan oleh pihak dokter atau fasilitas kesehatan untuk menerima pasien yang menggunakan Jaminan Kesehatan Nasional. (Dalam <http://nasional.kompas.com/read/2017/05/23/19164281> . Diakses pada 11 Januari 2018 pada pukul 09.58 WIB)

Melalui pemberitaan tersebut, media massa tidak hanya menyampaikan informasi namun juga melakukan fungsinya untuk mempengaruhi pembaca baik di lingkup kognisi, afeksi ataupun perilaku salah satunya adalah menyangkut kepercayaan 186 Juta peserta BPJS Kesehatan mengenai pemberitaan yang beredar.

Selain melalui media massa, penyebaran berita dianggap lebih kuat apabila melalui komunikasi antar pribadi. Dapat dikatakan bahwa proses komunikasi interpersonal mengakibatkan terjadinya pengalaman baru, dan pengalaman baru itu membuktikan terjadinya perubahan. Perubahan yang disebabkan oleh komunikasi interpersonal mungkin

saja hanya perubahan kecil, misalnya hanya sampai kepada tataran berubahnya pengetahuan, tetapi ada pula kemungkinan terjadinya perubahan yang lebih besar yaitu perubahan sikap dan perilaku. (Suranto, 2011 :113).

Pola komunikasi dari sumber pribadi yang terjadi di antara khalayak satu dengan yang lain dikenal sebagai komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth*. Proses komunikasi dari mulut ke mulut ini juga sangat berperan dalam penyebaran berita. Sekarang ini, pola komunikasi *word of mouth* sering dijumpai pada interaksi sehari-hari. Setelah menerima suatu informasi, biasanya khalayak penerima informasi akan mendistribusikannya melalui komunikasi *word of mouth* sehingga informasinya menyebar dengan cepat ke banyak pihak. Pemberitaan negatif mengenai program Jaminan Kesehatan Nasional oleh BPJS Kesehatan yang seringkali menjadi pemberitaan di media baik melalui media modern maupun media konvensional tentunya menimbulkan opini publik yang juga mengakibatkan difusi informasi melalui *word of mouth*, seperti yang dapat dilihat dari banyaknya review-review di beberapa forum online seperti yang dapat dilihat dari beberapa ulasan pengguna BPJS Kesehatan di forum online.

RUMUSAN MASALAH

Munculnya persoalan-persoalan serta isu negatif mengenai program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) oleh BPJS Kesehatan di sejumlah media massa sedikit banyaknya berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat kepada kualitas pelayanan JKN yang ditunjukkan melalui banyak beredarnya *word of mouth* negatif. Dari uraian di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu adalah apakah terdapat hubungan antara terpaan berita Negatif BPJS Kesehatan di media massa dan intensitas komunikasi *word of mouth* di masyarakat dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan program jaminan kesehatan nasional oleh BPJS Kesehatan.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara terpaan berita Negatif BPJS Kesehatan di media massa dan intensitas komunikasi *word of mouth* di masyarakat dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan program jaminan kesehatan nasional oleh BPJS Kesehatan.

KERANGKA TEORI

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik. Dalam penelitian kuantitatif yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.

Menurut Steven H. Chaffe, salah satu pendekatan dalam melihat efek media massa adalah melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yaitu penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku, atau dengan istilah lain kita akan melihat bagaimana media massa menyebabkan adanya perubahan kognitif afektif dan behavioral. Efek kognitif terjadi apabila terdapat perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalaya. Efek ini berkaitan dengan transmisi informasi, pengetahuan, ketrampilan dan kepercayaan (Rakhmat, 2012 : 216-217). Ball-Rokeach dan kawan-kawan secara lebih khusus menjelaskan bahwa efek kognitif adalah efek yang berhubungan dengan pemerolehan informasi-apa yang orang pelajari, bagaimana kepercayaan distruktur atau direstrukturkan ((Perse, 2001:3). Bauer dan Bauer juga mengemukakan bahwa media massa dianggap memiliki kekuatan untuk membentuk opini dan kepercayaan khalayak menjadi kurang lebih sama dengan keinginan pengontrol (McQuail,2011 : 212)

Terpaan pemberitaan mengenai suatu hal membuat khalayak media memiliki pengetahuan mengenai informasi yang disampaikan, memberikan pemaknaan serta kepercayaan terhadap isi pesan pemberitaan tersebut yang tersimpan dalam ingatan. (Peter dan Olson, 1999 :102)

Dalam konteks komunikasi pemasaran *word of mouth* merupakan bentuk pujian, rekomendasi dan komentar seseorang sekitar pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk. *Word of mouth* juga dapat membentuk kepercayaan khalayak (Hasan, 2010:152). Informasi dari mulut ke mulut langsung berasal dari orang lain yang menggambarkan secara pribadi pengalamannya sendiri, sehingga lebih jelas bagi khalayak daripada informasi yang terdapat dalam iklan. Hasilnya adalah bahwa informasi dari mulut ke mulut lebih mudah terjangkau oleh ingatan dan mempunyai pengaruh yang relatif lebih besar terhadap khalayak (Mowen dan Minor, 2002:180). Komunikasi dari mulut ke mulut mempunyai bias negativitas (*negativity bias*) yaitu informasi negatif lebih ditekankan daripada informasi positif oleh

konsumen. Satu bagian informasi yang negatif mengenai suatu produk atau jasa mempengaruhi seorang konsumen lebih dari dua atau tiga item informasi yang positif. (Mowen dan Minor, 2002 : 180).

Kepercayaan tidak selalu terbentuk berdasarkan pengalaman langsung dengan objek atau subjek. Sebagai gantinya, kita terkadang sering menerima informasi tentang objek atau subjek tertentu yang disediakan oleh sumber eksternal, seperti surat kabar, majalah, buku, radio, televisi, teman dan lainnya. Kepercayaan yang dibentuk dengan menerima informasi dari sumber eksternal biasa disebut sebagai kepercayaan informasi. (Fishbein dan Ajzen, 1975 : 133).

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatori. Kriteria dalam penelitian ini adalah masyarakat dewasa (usia 18-55 tahun) pengguna BPJS Kesehatan di kota Semarang yang pernah melihat, membaca dan mendengar berita mengenai BPJS Kesehatan di media massa dan pernah melakukan word of mouth mengenai kualitas pelayanan BPJS Kesehatan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Alat pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner dan teknik pengumpulan data yang digunakan di penelitian ini adalah wawancara. Penelitian ini menggunakan SPSS dengan teknik analisis korelasi Product Moment/Pearson Correlation. Korelasi product moment dapat digunakan untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen apabila datanya berbentuk interval/rasio (Sugiyono, 2014 : 153)

HASIL PENELITIAN

Tabel 1

Korelasi antara Terpaan Berita dan Tingkat Kepercayaan pada Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan

Correlations

		X1	Y
X1	Pearson Correlation	1	-.224(*)
	Sig. (2-tailed)		.025
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	-.224(*)	1

Sig. (2-tailed)	.025	
N	100	100

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson antara variabel terpaan berita BPJS Kesehatan di media massa (X_1) dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan (Y), diketahui nilai signifikansi hubungan sebesar $0,025 < 0,05$. Dari hasil pengujian di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel terpaan berita BPJS Kesehatan di media massa dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan sebesar $-0,224$. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan dan terdapat hubungan mada hubungan antara Terpaan Berita BPJS Kesehatan di Media Massa (X_1) dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan (Y) meskipun hubungannya bersifat lemah. Hasil uji korelasi menunjukkan korelasi yang negatif yang berarti apabila terpaan berita BPJS Kesehatan di media massa rendah maka tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan tinggi, begitupun sebaliknya

3.1.1. Hubungan Intensitas Komunikasi *Word of Mouth* dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan

Tabel 2

Korelasi antara Intensitas *Word of Mouth* dan Tingkat Kepercayaan pada Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan

Correlations

		X2	Y
X2	Pearson Correlation	1	-.426(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	-.426(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji korelasi Pearson antara intensitas komunikasi *word of mouth* di masyarakat (X_2) dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan (Y) menggunakan aplikasi SPSS seperti yang tampak pada tabel 3.2 di atas, diketahyi bahwa nilai

signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan terdapat hubungan antara intensitas komunikasi *word of mouth* (X2) dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan (Y) dapat diterima.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel intensitas komunikasi *word of mouth* (X2) dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan (Y) sebesar -0,426. Sehingga dengan nilai korelasi Pearson sebesar -0,426 maka intensitas komunikasi *word of mouth* (X2) dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan (Y) memiliki hubungan yang kuat. Hasil uji korelasi menunjukkan korelasi yang negatif yang berarti apabila intensitas komunikasi *word of mouth* di masyarakat rendah maka tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan tinggi, begitupun sebaliknya.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada uji korelasi yang telah dilakukan, terdapat hubungan antara terpaan berita mengenai BPJS Kesehatan di media massa dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan. Uji hipotesis menunjukkan angka koefisien korelasi -0,224 dengan nilai signifikansi 0,025. Koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang negatif sehingga semakin tinggi terpaan berita yang diterima responden, maka akan semakin rendah kepercayaan responden terhadap kualitas pelayanan meskipun keeratan korelasinya lemah.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini, yaitu teori efek media massa yang dikemukakan oleh Steven H Chaffe yang menjelaskan mengenai bagaimana media masa menyebabkan adanya perubahan pada khalayak, salah satunya adalah efek kognitif yaitu apabila terjadi perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan kepercayaan khalayak. Efek kognitif adalah efek yang berhubungan dengan pemerolehan informasi, apa yang orang pelajari, dan bagaimana kepercayaan distruktur atau di restrukturkan. Temuan di lapangan tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Peter dan Olson dimana dijelaskan bahwa terpaan pemberitaan mengenai suatu hal membuat khalayak media memiliki pengetahuan mengenai informasi yang disampaikan, memberikan pemaknaan serta kepercayaan terhadap isi pesan pemberitaan tersebut yang tersimpan dalam ingatan.

Dalam penelitian ini terpaan berita mengenai BPJS Kesehatan diukur dengan pengetahuan responden mengenai pemberitaan negatif BPJS Kesehatan dalam 6 bulan terakhir, dan

meskipun banyak responden yang masuk dalam kategori terpaan yang rendah, namun sebanyak 49% responden mampu menyebutkan 3-5 berita dengan benar. Berita-berita yang sering disebutkan oleh responden adalah diantaranya adalah mengenai pasien BPJS yang masih sulit dapatkan layanan baik di rumah sakit yang banyak diberitakan di berbagai media. Merunut pada penjelasan sebelumnya, maka responden yang membaca, mendengar maupun melihat informasi negatif mengenai BPJS Kesehatan akan mengolah informasi tersebut sehingga meningkatkan pengetahuan dan akan membentuk kepercayaan sekaligus menstrukturkan citra responden terhadap kualitas pelayanan BPJS Kesehatan.

Selanjutnya, lebih dari separuh responden (53%) ternyata kurang memiliki kepercayaan pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan. Kepercayaan responden pada penelitian ini diukur melalui sepuluh aspek atau indikator, dan tujuh dari sepuluh indikator tersebut menunjukkan rendahnya kepercayaan responden pada kualitas pelayanan diantaranya adalah pada aspek mengenai *value for money* yang selayaknya, keramahan petugas, lokasi, jam kerja, dan jumlah fasilitas kesehatan, tidak pernah dipersulit, dan kesigapan petugas BPJS Kesehatan.

Selanjutnya, diuji pula hubungan antara variabel intensitas *word of mouth* di masyarakat dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS kesehatan. Uji hipotesis menunjukkan angka koefisien korelasi -0,426 dengan nilai signifikansi 0,000 dengan korelasi negatif. Sehingga keeratan korelasinya kuat, apabila intensitas komunikasi *word of mouth* tinggi maka tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan akan rendah, begitupun sebaliknya.

Hasil uji korelasi tersebut sesuai dengan argumen yang disampaikan oleh Ali Hasan yang menyatakan bahwa *word of mouth* dapat membentuk kepercayaan khalayak melalui rekomendasi konsumen lain seperti keluarga, teman, tetangga, dan kerabat. Kepercayaan juga tidak selalu terbentuk berdasarkan pengalaman langsung dengan subjek atau objek namun bisa juga melalui sumber eksternal.

Temuan di lapangan yang menjelaskan mengenai isi komentar-komentar negatif mengenai kualitas pelayanan BPJS Kesehatan juga sesuai dengan konsep yang disampaikan oleh Mowen & Minor yang menjelaskan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut memiliki *negativity bias* yaitu informasi negatif lebih ditekankan daripada informasi positif oleh konsumen, selain itu informasi dari mulut ke mulut langsung berasal dari orang lain yang menggambarkan secara pribadi pengalamannya sendiri, hasilnya bahwa informasi dari mulut

ke mulut lebih mudah terjangkau oleh ingatan dan mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap khalayak, terlebih lagi dengan adanya *negativity bias* tersebut.

Dalam penelitian ini, mayoritas responden cukup intens melakukan komunikasi *word of mouth* dengan masyarakat di sekitarnya. Hal tersebut diukur dengan menggunakan beberapa indikator diantaranya adalah frekuensi responden membicarakan kualitas pelayanan BPJS Kesehatan dalam 3 bulan terakhir, hasilnya sekitar 63% responden melakukan *word of mouth* dengan topik tersebut sebanyak 3-5 kali dalam 3 bulan terakhir. Indikator kedua adalah kemampuan responden dalam menyebutkan jenis informasi atau komentar mengenai kualitas pelayanan BPJS Kesehatan yang dibahas, hasilnya adalah banyak didapatkan informasi negatif yang dibahas responden diantaranya adalah mengenai lamban dan lamanya waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan di fasilitas kesehatan yang bekerja sama dengan BPJS Kesehatan, prosedur administrasi yang rumit, diskriminasi pasien, serta petugas yang tidak ramah. Selanjutnya, tingkat kepercayaan pada kualitas pelayanan ditunjukkan pada sebagian besar responden yang kurang percaya pada layanan yang diberikan oleh BPJS Kesehatan dalam berbagai aspek yang telah dibahas sebelumnya.

PENUTUP

Kesimpulan

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang bersifat negatif antara terpaan berita BPJS Kesehatan di media massa dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan, nilai signifikansi sebesar 0,025 ($<0,05$) dan koefisien korelasi yang bernilai -0,224 sehingga hubungannya lemah.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas komunikasi *word of mouth* dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kualitas pelayanan BPJS Kesehatan, terlihat dari nilai signifikansi 0,000 ($<0,001$), koefisien korelasi yang bernilai -0,426 dan korelasinya bersifat negatif. Artinya semakin intens komunikasi *word of mouth* di masyarakat maka kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pelayanan BPJS Kesehatan akan semakin rendah.
- c. Sebagian besar masyarakat kurang percaya terhadap kualitas pelayanan BPJS Kesehatan diantaranya adalah pada aspek *value for money*, keramahan petugas,

lokasi, jam kerja, dan jumlah fasilitas kesehatan, tidak pernah dipersulit, serta pada aspek kesigapan petugas fasilitas kesehatan.

Rekomendasi

- a. Untuk mengurangi berita dan isu-isu negatif yang beredar, perusahaan BPJS Kesehatan dapat menjalin hubungan dengan media massa sehingga isu negatif yang beredar dapat dikonfirmasi terlebih dahulu dan tidak menjadi *word of mouth* yang buruk di masyarakat.
- b. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, perusahaan dapat memberikan pelatihan dan edukasi kepada petugas fasilitas kesehatan yang bekerjasama dengan BPJS Kesehatan mengenai pelayanan yang baik terhadap peserta JKN.

DAFTAR PUSTAKA

Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA : Addison-Wesley

Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta : Medpress

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 2*. Jakarta : Salemba Humanika

Mowen, John C & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga

Perse, Elizabeth M. 2001. *Media Effects and Society*. London : Routledge

Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. 1999. Jakarta : Erlangga

Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Siswanto. 2012. *Operations Research*. Jakarta : Erlangga.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta