



Analisis Strategi Promosi Jasa Raharja Perwakilan Medan terhadap Masyarakat Medan

Muhammad Fathur Ammar¹, Johanes Hia^{2*}, Abella Gracia Manurung³, Hairani Siregar⁴

¹²³⁴ Universitas Sumatera Utara

Abstract: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang keefektifan strategi promosi dari Jasa Raharja Perwakilan Medan terhadap Masyarakat Medan. Masih banyak masyarakat di Medan yang belum mengetahui peran Jasa Raharja sebagai jaminan sosial. Melihat banyaknya kecelakaan yang terjadi di Medan, maka masyarakat harus mengetahui hak-hak mereka sebagai pengguna jalan. Masyarakat juga harus mengetahui mengenai prosedur klaim sebagai bentuk antisipasi apabila terjadi insiden kecelakaan. Oleh karena itu, Jasa Raharja Perwakilan Medan melakukan beberapa strategi promosi untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai Jasa Raharja. Beberapa strategi promosi yang dilakukan, antara lain Jasa Raharja mengajar, Gebyar keselamatan 2024, dan Kampanye digital Jasa Raharja. Namun, strategi promosi yang dijalankan oleh Jasa Raharja perwakilan Medan dinilai kurang efektif. Beberapa hal yang perlu dilakukan untuk menguatkan strategi promosi dari Jasa Raharja Perwakilan Medan, yaitu Pendekatan komunikasi dua arah, Penggunaan citra perusahaan melalui kampanye publik, memahami target pasar dengan analitik data, meningkatkan kehadiran digital dan interaksi melalui media sosial, memperkuat jaringan kemitraan lokal dan komunitas bisnis

Kata Kunci: Jasa Raharja, Promosi, Masyarakat, Sosialisasi

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1940>

*Correspondence: Johanes Hia

Email: johaneshia402@gmail.com

Received: 25-10-2024

Accepted: 26-11-2024

Published: 27-12-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This research was conducted to find out about the effectiveness of the promotional strategy of the Medan Representative Jasa Raharja towards the Medan Community. There are still many people in Medan who do not know about Jasa Raharja's role as social security. Seeing the many accidents that occur in Medan, the public must know their rights as road users. The public must also know about claim procedures as a form of anticipation if an accident occurs. Therefore, Jasa Raharja Medan Representatives carried out several promotional strategies to provide education to the public about Jasa Raharja. Some of the promotional strategies implemented include Jasa Raharja teaching, the 2024 safety festival, and the Jasa Raharja digital campaign. However, the promotional strategy implemented by Jasa Raharja, the Medan representative, was considered less effective. Several things need to be done to strengthen the promotional strategy of the Medan Representative Jasa Raharja, namely a two-way communication approach, using the company image through public campaigns, understanding the target market with data analytics, increasing digital presence and interaction via social media, strengthening local partnership networks and the business community

Keywords: Jasa Raharja, Promotion, Community, Socialization

Pendahuluan

Promosi sosial atau sosialisasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh lembaga sosial dengan tujuan untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat dengan tujuan untuk memberikan suatu perubahan menjadi lebih baik atau memperkuat wawasan pengetahuan, dan perilaku masyarakat mengenai suatu isu tertentu.

Sosialisasi ini membantu meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam program sosial yang dikelola lembaga. Sebagai contoh di dalam mengurangi risiko stunting dapat dilakukan dengan melakukan sosialisasi tentang pentingnya menjaga pola makan seimbang di kalangan remaja misalnya melalui program “isi piringku” di pesantren di Pekanbaru. Kegiatan ini dilakukan dengan berbagai cara seperti konsultasi dan supervisi yang pada akhirnya berhasil meningkatkan kesadaran siswa tentang pola makan seimbang (Atasasih, 2022).

Dalam konteks yang lebih luas komunikasi yang baik merupakan suatu strategi yang penting untuk mencapai keberhasilan suatu sosialisasi. Menurut Prabandari et al. (2021), pendekatan yang terencana, termasuk penggunaan media sosial dan pertemuan tatap muka, merupakan cara yang efektif dalam membangun hubungan yang baik antara lembaga dan masyarakat (Parry, 2020). Visualisasi juga memegang peranan penting dalam proses sosialisasi karena memungkinkan proses pemberian informasi dapat tersampaikan secara efektif dan efisien melalui elemen desain seperti warna, bentuk, dan gambar. Menurut Handayani et al. (2020), penggunaan media visual seperti flyer dan spanduk dalam kegiatan sosialisasi memudahkan peserta dalam memahami konten yang disajikan. Media ini juga cenderung memiliki fitur visual yang lebih menarik dan informatif dibandingkan teks biasa sehingga memungkinkan masyarakat untuk dapat memahami pesan-pesan penting yang disosialisasikan (Bellwinkel, 2019).

Angka kecelakaan yang terjadi di Indonesia, khususnya di Medan tergolong cukup tinggi. Jumlah kecelakaan lalu lintas di Kota Medan yang menunjukkan peningkatan signifikan pada tahun 2024 menjadikannya salah satu isu utama keselamatan lalu lintas di Sumatera Utara. Menurut data Satlantas Polrestabes Medan, diperkirakan terjadi lebih dari 1.600 kecelakaan pada tahun 2023 (Nugraha, 2022). Kecelakaan tersebut biasanya disebabkan oleh kecepatan yang berlebihan, penggunaan ponsel saat berkendara, atau tidak menggunakan helm atau sabuk pengaman. Kecelakaan-kecelakaan ini seringkali menimbulkan akibat yang serius, termasuk cedera permanen dan kematian, serta berdampak signifikan terhadap kesejahteraan sosial dan ekonomi keluarga yang terkena dampak (Harian mistar, 2024; Sumut 1, 2024). Data menunjukkan bahwa Medan menempati peringkat ke-7 dalam hal jumlah kecelakaan di jalan Raya, dengan satu orang meninggal setiap 3 jam. Menanggapi hal tersebut, korps lalu lintas polri telah meluncurkan serangkaian tindakan dan bekerja sama dengan pemerintah dan Jasa Raharja untuk meningkatkan kesadaran berkendara, mengambil langkah-langkah pendidikan dan memperkuat penegakan hukum. Melalui pemanfaatan program sosialisasi dan edukasi, seperti “Gebyar keselamatan 2024” Medan, diupayakan untuk mengurangi risiko keselamatan jalan di daerah rawan kecelakaan (Sumut 1, 2024; mistar, 2024).

Sebagai lembaga yang bertujuan untuk memberikan santunan kepada korban kecelakaan, dasar harta bertugas mensosialisasikan hak-hak masyarakat mengenai asuransi dan santunan kepada masyarakat. Tantangan utamanya adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai klaim atau prosedur kompensasi, serta manfaat asuransi, yang seringkali menghalangi korban dan keluarganya untuk menggunakan haknya secara penuh. Berdasarkan pada penelitian Jasa Raharja perwakilan Medan dan daerah lainnya memanfaatkan metode komunikasi publik seperti media cetak, elektronik, dan media sosial untuk meningkatkan edukasi publik tentang pelayanan, sesuai dengan penelitian (Chen,

2024). Strategi ini mencakup penjangkauan masyarakat secara langsung melalui kegiatan di lapangan dan kampanye media untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Inisiatif ini berupaya untuk membina hubungan yang positif antara Jasa Raharja dan masyarakat, yang akan membantu mendidik masyarakat tentang pentingnya asuransi kecelakaan dan bagaimana cara mengelolanya. Namun solusi yang diterapkan masih menemui kendala, terutama dari segi efektivitasnya dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan akses informasi dan tingkat melek huruf yang rendah secara umum. Penelitian telah menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan media massa tergantung pada persoalan langsung dan pendekatan edukasi yang melibatkan komunikasi dua arah dan membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat (Freeman, 2020).

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pendekatan yang lebih personal dan lebih efektif menjangkau masyarakat dari berbagai kalangan dengan melakukan promosi sosial atau sosialisasi berbasis komunitas di masyarakat Medan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keefektifan strategi promosi yang dilakukan oleh Jasa Raharja Perwakilan Medan, mengingat banyaknya masyarakat yang kurang pemahaman terhadap hak-hak masyarakat sebagai pengguna jalan, serta proses klaim apabila masyarakat mengalami insiden kecelakaan (Dong, 2023).

Metodologi

Metode yang digunakan dalam jurnal ini adalah kualitatif, yaitu memperoleh pengetahuan rinci tentang fenomena sosial dengan menggunakan data deskriptif yang diperoleh dari para pihak yang terlibat. Metode kualitatif sebagaimana yang didefinisikan oleh Sugiyono (2015) merupakan metode penelitian yang dirancang untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dan menghasilkan data yang berharga dan relevan untuk dianalisis. Dalam penelitian ini wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data utama yang bertujuan untuk menggali lebih dalam pandangan, pengalaman dan persepsi informan, khususnya dalam bidang strategi promosi yang dilaksanakan oleh Jasa Raharja perwakilan Medan

Informan di dalam penelitian ini adalah penanggung jawab bagian pelayanan di Jasa Raharja perwakilan Medan yang mempunyai pengalaman langsung dalam pengelolaan dan pelaksanaan pelayanan publik di instansinya selain itu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif, beberapa karyawan lain yang bekerja di bidang terkait juga diwawancarai, sehingga memperkaya data dengan perspektif dan pengalaman dari berbagai peran dan tanggung jawab di perusahaan. Wawancara ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan menganalisis pandangan informan dalam konteks pelayanan, yang juga memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai dinamika dan tantangan, terutama dalam bidang strategi promosi oleh Jasa Raharja perwakilan Medan.

Pembahasan

Adapun beberapa strategi promosi ataupun sosialisasi yang dilaksanakan oleh Jasa Raharja diantaranya:

1. **Jasa Raharja mengajar Medan: meningkatkan kesadaran sosial terhadap pendidikan di Sumatera Utara**

Jasa Raharja mengajar merupakan program sosial yang diselenggarakan oleh PT Jasa Raharja, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang jaminan sosial di Indonesia (Dorner, 2020). Program ini berupaya memberikan dampak nyata bagi dunia pendidikan dengan memberikan kesempatan kepada karyawan Jasa Raharja untuk terlibat dalam kegiatan pendidikan di berbagai wilayah Indonesia seperti Medan.

a. Latar belakang program Jasa Raharja mengajar

PT Jasa Raharja yang terkenal dengan jasa asuransi penumpang umum dan kecelakaan lalu lintas mempunyai tanggung jawab sosial untuk turut serta memajukan kesejahteraan umum. Program Jasa Raharja mengajar merupakan suatu strategi yang dilakukan oleh corporate social responsibility (CSR) di Jasa Raharja yang fokus pada bidang pendidikan kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pelajar dan guru yang membutuhkan dukungan dan sumber daya pendidikan Medan, ibukota provinsi Sumatera Utara, merupakan salah satu kota besar dengan potensi pendidikan yang berkembang pesat. Namun, kualitas pendidikan masih menjadi permasalahan di beberapa daerah, di mana akses terhadap pendidikan berkualitas masih terbatas.

b. Tujuan Jasa Raharja mengajar di Medan

- 1) Meningkatkan mutu pendidikan: salah satu tujuan utama program ini adalah meningkatkan mutu pendidikan baik pada tingkat dasar maupun menengah keikutsertaan karyawan Jasa Raharja dari berbagai latar belakang akademis dan profesi memungkinkan Jasa Raharja menyampaikan pembelajaran yang tidak hanya relevan dengan kurikulum namun juga memberikan perspektif terhadap dunia kerja dan kehidupan nyata.
- 2) Pendidikan karakter: selain mengajar mata pelajaran, pendidik dari Jasa Raharja juga berupaya untuk menanamkan nilai-nilai karakter pada para pelajar. Hal ini penting guna melahirkan generasi muda yang tidak hanya berintelektual, namun juga beretika tinggi dan berwawasan sosial.
- 3) Pengembangan minat dan bakat: program ini juga bertujuan untuk memperluas wawasan mahasiswa dan mengembangkan minat di luar bidang akademik misalnya dengan mengenalkan mereka pada berbagai profesi dan dunia kerja yang sebelumnya belum pernah mereka ketahui.
- 4) Meningkatkan keterampilan guru: kegiatan Jasa Raharja mengajar tidak hanya memberikan kesempatan belajar bagi pelajar tetapi juga kesempatan bagi guru-guru di Medan dan sekitarnya untuk memajukan pendidikannya dan mempelajari pendekatan pengajaran baru. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan mutu pendidikan di sekolah.
- 5) Kegiatan program Jasa Raharja mengajar di Medan: program ini dilaksanakan dalam berbagai bentuk sesuai dengan kebutuhan masing-masing sekolah kegiatan yang dapat dilakukan antara lain:
 - Kegiatan pendidikan interaktif: staf jasa Raharja mengunjungi sekolah untuk memberikan pelajaran dan materi tambahan ekstrakurikuler.

Hal ini dapat berupa kuliah umum, diskusi, atau kegiatan praktik yang menarik minat mahasiswa.

- Pelatihan bagi guru: selain mengajar pelajar Jasa Raharja juga menyelenggarakan pelatihan bagi guru mengenai metode pengajaran modern, pengelolaan kelas, dan pemanfaatan teknologi dalam pendidikan tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah.
- Kegiatan sosial dan kesadaran lingkungan: dalam beberapa kasus, kegiatan ini tidak hanya mencakup pendidikan di kelas, tetapi juga kampanye mengemudi yang aman, dukungan pendidikan, atau kegiatan sosial lainnya yang mendukung pengembangan masyarakat sekitar.
- Kegiatan ekstrakurikuler: program ini seringkali mencakup kegiatan ekstrakurikuler yang memungkinkan siswa mengembangkan bakat dan minat mereka di luar studi formal. Kegiatan ini dapat berupa konteks seminar atau workshop dengan topik yang beragam.
- Efek positif dan harapan untuk masa depan program ini diharapkan dapat meningkatkan mutu pendidikan dan memberikan dampak positif bagi pelajar dan masyarakat di Medan dan sekitarnya. Tidak hanya meningkatkan prestasi akademis, tetapi juga meningkatkan kesadaran sosial, kasih sayang terhadap sesama, dan mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan dunia kerja. Diharapkan bahwa Jasa Raharja mengajar akan memperluas jangkauannya di luar Medan dan di seluruh seluruh Indonesia dengan menjalankan program Jasa Raharja mengajar yang memberikan manfaat yang signifikan bagi sektor pendidikan.

2. Gebyar keselamatan 2024

a. Latar belakang Gebyar keselamatan 2024

Gebyar keselamatan 2024 menjadi salah satu program yang sangat penting dalam meningkatkan taraf hidup Masyarakat, khususnya untuk mengurangi jumlah kecelakaan dan cedera yang disebabkan oleh kelalaian. Meski kesadaran akan keselamatan mulai meningkat namun masih banyak tantangan yang dihadapi, terutama terkait dengan perilaku masyarakat di jalan, keselamatan di tempat kerja, keselamatan di rumah, dan di tempat umum. Gebyar keselamatan 2024 dirancang sebagai respon atas meningkatnya angka kecelakaan lalu lintas dan kecelakaan industri yang terus menjadi masalah serius di Indonesia. Program ini bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku melalui pendidikan, kampanye, dan penerapan kebijakan keselamatan yang lebih ketat

b. Maksud dan tujuan Gebyar keselamatan 2024

- 1) Meningkatkan kesadaran keselamatan jalan. Salah satu fokus utama Gebyar keselamatan adalah menurunkan angka kecelakaan di jalan Raya. Ribuan orang meninggal dalam kecelakaan lalu lintas setiap tahunnya. Tujuan dari

program ini adalah untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya keselamatan berkendara, penggunaan alat pelindung diri seperti helm dan sabuk pengaman, serta disiplin berlalu lintas.

- 2) Perlindungan keselamatan dan kesehatan kerja keselamatan sangat penting tidak hanya dalam lalu lintas jalan raya tetapi juga di tempat kerja. Kecelakaan kerja yang tidak terduga seringkali membahayakan keselamatan karyawan. Gebyar keselamatan 2024 bertujuan untuk lebih mengoptimalkan kesadaran akan pentingnya keselamatan kerja dan penerapan standar keselamatan kerja, khususnya pada sektor industri dan konstruksi.
- 3) Membangun budaya keselamatan sejak dini. Pendidikan keselamatan sejak dini merupakan salah satu program unggulan dari Gebyar 2024 dan bertujuan untuk mengedukasi siswa tentang pentingnya keselamatan di berbagai lingkungan melalui sekolah dan lembaga pendidikan yang diharapkan untuk mengajar. Edukasi ini dapat diterapkan di mana saja, di lapangan, di jalan, di rumah atau bahkan saat beraktivitas sehari-hari.
- 4) Penguatan kebijakan dan peraturan. Pelaksanaan program ini juga bertujuan untuk mendukung kebijakan dan peraturan yang lebih kuat untuk mendukung keselamatan masyarakat. Contohnya termasuk memperkuat penuntutan terhadap pelanggaran lalu lintas dan menerapkan peraturan yang lebih ketat di bidang ketenagakerjaan dan pembangunan infrastruktur.
- 5) Kegiatan Gebyar keselamatan 2024. Program ini dilaksanakan dengan berbagai kegiatan dengan tujuan agar program ini dapat tersampaikan kepada semua lapisan masyarakat kegiatan yang biasanya dilakukan selama Gebyar keselamatan meliputi:
 - Kampanye keselamatan lalu lintas. Kampanye tersebut mencakup berbagai media komunikasi baik offline maupun online, dengan tujuan mendudukan masyarakat tentang keselamatan jalan Raya. Strategi yang digunakan antara lain memasang spanduk, iklan layanan masyarakat, dan memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan keselamatan.
 - Kompetisi dan simulasi keselamatan. Pada Gebyar keselamatan, kompetisi dan simulasi bertema keselamatan sering diadakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Contohnya termasuk konteks mengemudi yang aman, simulasi kecelakaan, dan pelatihan pertolongan pertama. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan namun juga pengalaman praktis dalam menghadapi situasi darurat.
 - Pelatihan dan pendidikan lanjutan di bidang keselamatan kerja. Terkait dengan sektor ketenagakerjaan, Gebyar keselamatan 2024 juga akan menghadirkan berbagai seminar dan pelatihan yang bertujuan untuk memperluas pengetahuan pekerja dan pengusaha mengenai pentingnya keselamatan dan kesehatan kerja. Pelatihan diberikan

untuk mengajarkan tentang alat pelindung diri penanganan bahan berbahaya, dan memastikan lingkungan kerja aman.

- Memperkuat kerjasama regulasi dan antar lembaga Untuk meningkatkan efektivitas program ini, berbagai pemangku kepentingan, termasuk kepolisian kementerian tenaga kerja kementerian perhubungan, dan organisasi masyarakat, bekerja sama untuk memperkuat penegakan peraturan keselamatan yang ada selain itu juga terdapat forum diskusi untuk membahas langkah dan tindakan yang dapat dilakukan untuk mengurangi angka kecelakaan di Indonesia.
- Sosialisasi dan pendidikan di sekolah. Program ini bermitra dengan sekolah untuk mengajarkan kepada pelajar tentang keselamatan jalan dan bahaya serta pentingnya keselamatan dalam semua aspek kehidupan program ini menekankan pentingnya membangun kebiasaan keselamatan yang dapat dipraktikkan di rumah, di sekolah, dan di masyarakat.

3. Kampanye Digital

PT Jasa Raharja adalah perusahaan Indonesia yang menawarkan asuransi kecelakaan bagi penumpang dan korban kecelakaan lalu lintas. Sebagai lembaga yang berperan penting dalam perlindungan sosial masyarakat, Jasa Raharja tidak hanya memberikan layanan dalam bentuk asuransi, namun juga berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya keselamatan jalan. Selain perkembangan teknologi dan pesatnya penggunaan media digital di Indonesia, Jasa Raharja menggunakan platform digital untuk melakukan kampanye keselamatan dan edukasi tentang layanan yang diberikannya. Dengan meluncurkan kampanye digital, Jasa Raharja berharap dapat memperluas jangkauan kampanye digitalnya dengan menargetkan khalayak khalayak yang lebih luas, yaitu generasi muda yang sudah mengenal internet dan media sosial.

a. Tujuan kampanye digital Jasa Raharja

- 1) Meningkatkan kesadaran tentang keselamatan jalan Raya. Salah satu tujuan utama kampanye digital Jasa Raharja adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya keselamatan jalan Raya. Kecelakaan lalu lintas masih menjadi penyebab utama kematian dan cedera di Indonesia. Kampanye ini berfokus pada perilaku berkendara yang aman, penggunaan helm dan sabuk pengaman, serta pentingnya menaati peraturan lalu lintas.
- 2) Mendidik masyarakat tentang asuransi sosial. Tujuan dasar Raharja juga untuk mengedukasi masyarakat tentang bagaimana asuransi sosial diberikan, seperti asuransi kecelakaan lalu lintas pekerjaan dan manfaat yang diberikan tujuan dari kampanye ini adalah untuk menjelaskan pembayaran klaim asuransi, siapa yang berhak menerima jajan penting yang memiliki perlindungan sosial jika terjadi kecelakaan.
- 3) meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program asuransi Jasa Raharja. Pemanfaatan media digital untuk meningkatkan kontribusi masyarakat dalam program asuransi khususnya bagi masyarakat yang mengalami

insiden kecelakaan yang mungkin belum sepenuhnya memahami hak-hak yang terkait klaim asuransi dan jaminan sosial.

- 4) Mempromosikan budaya keselamatan di kalangan generasi muda. Kampanye digital juga akan digunakan dengan mendidik generasi muda tentang keselamatan jalan Raya. Pendekatan yang lebih kreatif dan menarik seperti video edukasi infografis dan konten interaktif di media sosial diharapkan dapat membuat generasi muda semakin sadar akan pentingnya keselamatan.
- 5) Strategi kampanye digital Jasa Raharja. Untuk mencapai tujuannya, Jasa Raharja menggunakan berbagai strategi digital, termasuk platform media sosial konten multimedia, dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, sebagai bagian dari strategi kampanye digitalnya. Strategi yang digunakan adalah:
 - Penggunaan platform media sosial. Jasa Raharja menggunakan platform media sosial terpopuler di Indonesia untuk menyebarkan pesan keselamatan dan informasi tentang layanannya. Konten yang dibagikan di media sosial mencakup format seperti infografis, video kampanye keselamatan di jalan, dan informasi tentang proses klaim asuransi.
 - Konten pendidikan dan interaktif tujuan utama kampanye digital adalah untuk menyebarkan kesadaran dan menciptakan konten yang mendidik. Jasa Raharja membuat video simulasi dan animasi yang berisi tentang teknik berkendara yang aman dan pembuatan klaim asuransi kecelakaan.
 - Infografis. Konten berupa gambar yang mudah dicerna dan dipahami sangat efektif dalam menyampaikan informasi kompleks dengan cara yang lebih sederhana. Misalnya infografis yang menjelaskan proses pengajuan secara harga dan langkah-langkah keselamatan berkendara.
 - Kuis dan survei untuk lebih aktif melibatkan masyarakat, kampanye digital Jasa Raharja seringkali menggunakan kuis dan survei tentang pengetahuan keselamatan dan asuransi. Hal ini akan meningkatkan partisipasi dan memberikan hadiah menarik untuk diinformasikan kepada masyarakat umum.
 - Kolaborasi antara pemberi pengaruh dan pemanggul kepentingan. Jasa Raharja juga memanfaatkan kampanye digital yang melibatkan influencer dan selebriti yang mempunyai dampak signifikan bagi masyarakat para influencer ini membantu menyebarkan pesan tentang pentingnya keselamatan dan asuransi kepada khalayak masyarakat yang lebih luas. Selain itu, Jasa Raharja juga sering berkolaborasi dengan kepolisian, organisasi keselamatan jalan raya, dan lembaga pendidikan untuk menyelenggarakan kampanye bersama yang berfokus pada berkendara yang aman dan pengenalan layanan asuransi.
 - Membuat situs web dan aplikasi layanan Jasa Raharja terus memperbaharui website dan aplikasinya untuk memudahkan akses

informasi mengenai layanan dan tata cara klaim asuransi. Melalui platform ini, masyarakat dapat memperoleh informasi lengkap mengenai produk asuransi, manfaat, tata cara klaim, serta dapat menyampaikan keluhan dan pertanyaan seputar layanan.

Diskusi

Sebagai salah satu instansi yang berperan dalam melindungi masyarakat melalui asuransi ketenagakerjaan dan asuransi kecelakaan lalu lintas, Jasa Raharja perwakilan Medan memiliki sejumlah strategi promosi, edukasi, advokasi, dan yang terbukti efektif. Namun, beberapa upaya yang dilakukan sejauh ini belum seefektif yang diharapkan. Salah satu contoh program yang digagas Jasa Raharja adalah program “Jasa Raharja Mengajar”. Program ini terutama ditujukan untuk mahasiswa dan pelajar yang bertujuan untuk membantu mereka memahami pentingnya berkendara yang aman dan asuransi kecelakaan sejak dini. Namun, program ini biasanya terbatas pada demografi tertentu dan tidak menjangkau banyak orang, terutama mereka yang sering berkendara di dunia kerja. Terbatasnya cakupan tujuan-tujuan ini, secara tidak langsung menyatakan bahwa potensi dampaknya terhadap kesadaran masyarakat luas tidak optimal (Inkoom, 2022).

Selain “Jasa Raharja Mengajar”, Jasa Raharja juga meluncurkan program “Gebyar Keselamatan 2024” yang merupakan program kolaboratif dengan Korlantas Polri. Namun kegiatan ini mempunyai banyak kelemahan dalam pelaksanaannya. Salah satu kelemahan utama adalah kurangnya publikasi yang komprehensif. Artinya hanya sedikit orang yang mengetahui program ini. Selain itu, program ini kurang efektif dalam mengkomunikasikan pesan keselamatan kepada berbagai kelompok masyarakat yang disebabkan oleh karena acara yang terbatas pada wilayah tertentu. Hal ini menunjukkan perlunya perluasan lokasi dan cakupan acara, sehingga pesan yang ingin diberikan dapat tersampaikan dengan lebih baik (Hou, 2022).

Di sisi lain, kampanye digital yang dijalankan Jasa Raharja Perwakilan Medan juga dinilai kurang efektif. Hal ini disebabkan rendahnya keberagaman konten yang disajikan dan minimnya interaksi menarik di platform digital. Strategi digital yang hanya mengandalkan unggahan tradisional cenderung kesulitan menarik perhatian khalayak, terutama generasi muda yang lebih menyukai konten kreatif dan interaktif. Kurangnya integrasi dengan tren media sosial terkini juga menjadi salah satu faktor yang membuat kampanye digital Jasa Raharja kurang mampu menarik perhatian masyarakat. Konten interaktif, video penjelasan singkat, atau kolaborasi dengan influencer yang memiliki banyak pengikut dapat menjadi cara efektif bagi Jasa Raharja Perwakilan Medan untuk meningkatkan efektivitasnya.

Simpulan

Strategi promosi Jasa Raharja perwakilan Medan untuk mengedukasi masyarakat mengenai hak-hak mereka sebagai pengguna jalan sudah cukup baik, namun dalam pelaksanaannya masih relatif lemah. Banyak masyarakat yang belum sepenuhnya menyadari hak-haknya terutama dalam hal menuntut ganti rugi jika terjadi kecelakaan. Kurangnya pengetahuan ini sangat disayangkan, mengingat angka kecelakaan di Medan

relatif tinggi meskipun Jasa Raharja telah melakukan beberapa upaya melalui program sosialisasi dan edukasi secara langsung, namun jangkauan informasi masih terbatas dan seringkali hanya terbatas pada komunitas tertentu seperti guru, dosen, mahasiswa, dan tokoh masyarakat saja sejumlah penelitian ilmiah yang diterbitkan di berbagai jurnal menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia, termasuk Medan, masih belum mengetahui hak mereka atas kompensasi dan bantuan pasca kecelakaan minimnya pemahaman tersebut menuntut adanya peningkatan metode promosi yang mampu mengomunikasikan informasi kepada khalayak masyarakat, seperti melalui media sosial dan pemasaran digital.

Secara keseluruhan, strategi promosi yang dilakukan oleh Jasa Raharja perwakilan Medan masih kurang efektif. Oleh karena itu, diperlukan beberapa penguatan agar strategi menjadi efektif. Beberapa hal dari strategi promosi Jasa Raharja perwakilan Medan yang perlu dikuatkan dan dikembangkan, antara lain:

1. Pendekatan komunikasi dua arah
2. Penggunaan citra perusahaan melalui kampanye publik
3. Memahami target pasar dengan analitik data ((Batubara at al., 2022)
4. Meningkatkan kehadiran digital dan interaksi melalui media sosial (Lestari & Saifuddin, 2020)
5. Memperkuat jaringan kemitraan lokal dan komunitas bisnis (Daulay et al., 2023)

Daftar Pustaka

- Atasasih, H. (2022). Sosialisasi "Isi Piringku" Pada Remaja Putri Sebagai Upaya Pencegahan Stunting. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 116 - 121. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.4685>
- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Bellwinkel, M. (2019). Erratum: Linkage between promotion of employment and promotion of health in the community setting - results of the pilot project of the federal employment agency and the statutory health insurance (Gesundheitswesen (2017) 79 DOI: 10.1055/s-0042-120267). *Gesundheitswesen*, 81(1). <https://doi.org/10.1055/s-0036-1597244>
- Chen, A. (2024). Firm Performance Pay as Insurance against Promotion Risk. *Journal of Finance*. <https://doi.org/10.1111/jofi.13379>
- Dong, B. (2023). The promotion of pooling level of basic medical insurance and participants' health: impact effects and mediating mechanisms. *International Journal for Equity in Health*, 22(1). <https://doi.org/10.1186/s12939-023-01927-1>
- Daulay, N., Ramadhani, S., & Aslami, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bumbu UD. Nurhalimah Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas Sumatera Utara Dalam Kajian Ekonomi

- Islam . Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 1(3), <https://doi.org/10.36987/jumsi.v3i1.3964>
- Dorner, T. E. (2020). Physical activity as part of an intramural health promotion programme for people with and without chronic diseases. a new tool in health care run by a public social health insurance. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(20), 1–14. <https://doi.org/10.3390/ijerph17207491>
- Fathur Ammar , M., Hia, J., & Manurung, A. G. (2024, October 7). Kurangnya Pemahaman Masyarakat Terhadap Asuransi Sosial Jasa Raharja . SUARA USU: Media Interaksi Positif Insan Kampus. <https://suarausu.or.id/kurangnya-pemahaman-masyarakat-terhadap-asuransi-sosial-jasa-raharja/>
- Freeman, M. (2020). Health promotion: How government can ensure that the National Health Insurance Fund has a fighting chance. *South African Medical Journal = Suid-Afrikaanse Tydskrif Vir Geneeskunde*, 110(3), 188–191. <https://doi.org/10.7196/SAMJ.2020.v110i3.14499>
- Hou, D. (2022). Inhibition or Promotion?–The Effect of Agricultural Insurance on Agricultural Green Development. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.910534>
- Handayani , D., Listya, A., & Kurniasih, P. (2020). Perancangan Flyer dan Banner sebagai Media Pendukung Sosialisasi Kegiatan Family Development Session Program Keluarga Harapan Kecamatan Sukmajaya. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3(2), 151 - 159. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v3i2.5031>
- Harahap , E. (2024, January 2). Satlantas Polrestabes Medan Bertekad Minimalisir Lakalantas di 2024. *Mistar.id*. <https://mistar.id/news/medan/satlantas-polrestabes-medan-bertekad-minimalisir-lakalantas-di-2024/>
- Inkoom, L. (2022). Mapping evidence on the use of health promotion and disease prevention interventions as a strategy to sustaining pro-poor health insurance schemes: a scoping review protocol. *Systematic Reviews*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s13643-022-01942-3>
- Lestari, P., & Saifuddin , M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian melalui Digital Marketing saat Pandemi Covid'19 . *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 2(3), <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Nugraha, D. R. (2022). Evaluation Host-to-Host Data Integration Implementation Project Case Study: PT Jasa Raharja. *9th International Conference on ICT for Smart Society: Recover Together, Recover Stronger and Smarter Smartization, Governance and Collaboration, ICISS 2022 - Proceeding*. <https://doi.org/10.1109/ICISS55894.2022.9915134>
- Parry, C. D. H. (2020). Failing to respond to health promotion imperatives could scupper or hamper National Health Insurance efforts. *South African Medical Journal = Suid-Afrikaanse Tydskrif Vir Geneeskunde*, 110(3), 170–171. <https://doi.org/10.7196/SAMJ.2020.v110i3.14497>
- Prabandari, D. A., Supriyanto , A., & Sobri, A. Y. (2021). Strategi Human Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*:

- Jurnal Ilmiah Administrasi, Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan , 3(2), <https://doi.org/10.21831/jump.v3i2.45799>
- PT. Jasaraharja. (2021). Sustainability Report. <https://www.jasaraharja.co.id/upload/file/SR%20Jasa%20Raharja%202021-68b78559-489e-4c71-b3d3-09ddcf9fe2f4.pdf>
- Red. (2024, February 6). Jasa Raharja dan Korlantas Polri Gelar Monev Data Laka Lantas 2024 di Wilayah Hukum Polda Sumut . Sumut Satu. <https://sumutsatu.id/news/jasa-raharja-dan-korlantas-polri-gelar-monev-data-laka-lantas-2024-di-wilayah-hukum-polda-sumut/>
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. (21st ed., 456) Bandung : Alfabeta.