

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Konstruksi realitas yang dialami peserta dalam penggunaan Lapak Asik, 2) mendeskripsikan dan menganalisis manfaat aplikasi digital untuk peserta BPJS Ketenagakerjaan, 3) menganalisis strategi komunikasi korporasi melalui *corporate identity* BPJS Ketenagakerjaan terkait pelayanan klaim JHT.

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian konstruktivisme dan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber penelitian ini yaitu *claimant, customer service, ranger*, Kepala Bidang Pelayanan dan Kepala Kantor BPJS Ketenagakerjaan Purwokerto. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan yaitu dengan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Konstruksi realitas peserta dalam penggunaan Lapak Asik dalam *Corporate Identity* yang terdiri dari 3 indikator yaitu *Behaviour* (perilaku/tingkah laku), *Communication* (komunikasi) dan *Symbolism* (simbol), bahwa *behavior* dan *communication* belum maksimal dilaksanakan di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Purwokerto sedangkan *symbolism* sudah terlaksana dengan baik. 2) Manfaat aplikasi Lapak Asik dibagi menjadi *Accessibility, Speed, Amount, Cognitive Effectiveness, Relevance* (kesesuaian) dan *Motivating*, didapatkan hasil bahwa aplikasi Lapak Asik memberikan manfaat bagi peserta BPJS Ketenagakerjaan. 3) Strategi yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan dalam rangka implementasi media digital Lapak Asik yaitu sosialisasi, *monitoring*, dan *maintenance*, didapatkan hasil bahwa sosialisasi belum maksimal dilakukan sedangkan *monitoring* dan *maintenance* sudah maksimal.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Corporate Identity*, Lapak Asik

ABSTRACT

This study aims to find out: 1) The construction of reality experienced by participants in using Bukalapak Asik, 2) to describe and analyze the benefits of digital applications for BPJS Employment participants, 3) to analyze corporate communication strategies through BPJS Employment corporate identity related to JHT claim services.

This study uses a constructivism research paradigm and uses a qualitative descriptive approach. The sources of this research are claimants, customer service, rangers, Head of Service Division and Head of BPJS Ketenagakerjaan Purwokerto Office. Data collection techniques were carried out by observation, interviews and documentation. Data analysis was carried out by data reduction, data presentation, drawing conclusions and verification.

The results of the study show that: 1) Construction of the reality of the participants in the use of Cool Stalls in Corporate Identity which consists of 3 indicators, namely Behavior (behavior), Communication (communication) and Symbolism (symbols), that behavior and communication have not been optimally implemented at BPJS Employment Branch Purwokerto while symbolism has been implemented properly. 2) The benefits of the Bukalapak Asik application are divided into Accessibility, Speed, Amount, Cognitive Effectiveness, Relevance (appropriateness) and Motivating, the result is that the Bukalapak Asik application provides benefits for BPJS Employment participants. 3) The strategy carried out by BPJS Ketenagakerjaan in the framework of implementing Asik's digital media, namely socialization, monitoring, and maintenance, shows that socialization has not been maximized while monitoring and maintenance have been maximized.

Keywords: *Communication Strategy, Corporate Identity, Lapak Asik*