

ABSTRAK

Kesejahteraan rakyat adalah hal yang paling penting dalam hidup kita dan juga dalam sebuah negara. Kesejahteraan rakyat adalah salah satu tujuan dari sebuah negara. Pada negara kita negara Indonesia tujuan kesejahteraan terdapat dalam pembukaan UUD 1945 alinea keempat yaitu untuk memajukan kesejahteraan umum. Perlindungan sosial juga berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menstabilkan kondisi sosial dan kinerja ekonomi, serta berkontribusi untuk peningkatan daya saing usaha. Salah satu cara untuk mengurangi angka kemiskinan di Indonesia adalah bekerja. Salah satu pekerja informal adalah atlet namun kehidupan para atlet di masa tua banyak yang mengalami kemiskinan dan tidak terjamin. Indonesia memiliki badan hukum publik yang bertugas melindungi seluruh pekerja adalah Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan. Penyelenggaraan program jaminan sosial merupakan salah satu tanggung jawab dan kewajiban Negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi kepada masyarakat. BPJS Ketenagakerjaan tentunya harus mempunyai strategi komunikasi pemasaran yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran BPJS Ketenagakerjaan untuk meningkatkan kesadaran para atlet dan kegiatan pemasaran apa saja yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan. Peneliti menarik kesimpulan bahwa BPJS Ketenagakerjaan dilihat dari kegiatan pemasarannya sudah baik dalam memasarkan program-program yang dimilikinya kepada para atlet.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Atlet, Kegiatan Pemasaran