

Tahap Adopsi Inovasi Pimpinan Badan Usaha dalam Kepesertaan Jaminan Kesehatan Nasional (*the Stage of Adoption Innovation the Leader of Business to Be Participant of the National Health Insurance*)

Novita Maylia Eka Cahyani, Novia Luthviatin, Iken Nafikadini
Bagian Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Jember
Jalan Kalimantan 37, Jember, 68121
email korespondensi: novitamec55@gmail.com

Abstract

The national health insurance is part of national social security system that be organizing by executor agency of the national health insurance and using the mechanism of obligation social health insurance. The All of employer such as big business, medium business, and small business is target of the national health insurance that must be following the national health insurance on 1 January 2015, but the target can not fulfilled. The One of district in East Java that having the minimal membership of national health insurance is Lumajang district with total as much as 13,7%. This problem that be make researcher interest to research the stage of adoption innovation the leader of business to include the national health insurance. Kind of this research is the qualitative study with the approach of a case study and using a method of purposive sampling. Results of the study revealed that the channels of national health insurance is media without the interpersonal channels. The limited channels of the national health insurance formed an informant in tiers know, and to form a positive attitude of an informant but could not to create persuasion informant, so it formed a decision of informant to force adopted the programme.

Keywords: National health insurance, Business

Abstrak

Program JKN merupakan bagian dari SJSN yang di selenggarakan oleh BPJS Kesehatan dengan mekanisme asuransi kesehatan sosial yang bersifat wajib. Seluruh pemberi kerja pada BUMN, usaha besar, usaha menengah, dan usaha kecil menjadi target kepesertaan JKN yang paling lambat wajib mengikuti program JKN pada 1 Januari 2015, akan tetapi target tersebut belum bisa terpenuhi. Salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki jumlah kepesertaan program JKN untuk segmentasi Badan Usaha cukup minim yaitu Kabupaten Lumajang dengan presentase sebesar 13,7%. Masalah tersebut menarik peneliti untuk melakukan kajian penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tahap adopsi inovasi pimpinan Badan Usaha dalam kepesertaan JKN. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan menggunakan metode *purposive sampling*. Lokasi penelitian dilaksanakan di Badan Usaha skala menengah dan skala kecil yang belum mendaftarkan program JKN. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa saluran komunikasi JKN hanya melalui media tanpa melalui saluran antar pribadi. Adanya keterbatasan saluran komunikasi JKN membentuk pengetahuan informan dalam tingkatan tahu, serta membentuk perubahan sikap informan yang positif, namun belum menciptakan persuasi informan pada program JKN dan membentuk keputusan informan untuk mengadopsi program JKN secara terpaksa.

Kata kunci: Jaminan Kesehatan Nasional, Badan usaha

Pendahuluan

Program JKN wajib diikuti oleh seluruh masyarakat dengan target kepesertaan yang bertahap. Seluruh pemberi kerja pada BUMN, usaha besar,

usaha menengah, dan usaha kecil menjadi target kepesertaan JKN yang paling lambat wajib mengikuti program JKN pada 1 Januari 2015, akan tetapi target tersebut belum bisa terpenuhi [3].

Kenyataan di lapangan menyebutkan bahwa

sebesar 71 BUMN yang ada di Indonesia dinyatakan belum mendaftar program JKN sehingga target kepesertaan Badan Usaha untuk BUMN belum bisa diwujudkan [3]. Belum maksimalnya cakupan kepesertaan Badan Usaha juga terjadi pada kepesertaan Badan Usaha Swasta skala kecil, menengah dan besar yang diketahui sampai April 2015 hanya 10 juta jiwa Pekerja Penerima Upah (PPU) dan keluarganya yang tergabung dalam program JKN dari total 44 juta jiwa yang ditargetkan oleh BPJS Kesehatan [4].

Masalah kepesertaan Badan Usaha yang belum maksimal juga terjadi pada BPJS Kesehatan kawasan regional VII Jawa Timur. Jumlah kepesertaan Badan Usaha di Jawa Timur diketahui hanya sebesar 12.500 Badan Usaha dari 35 ribu Badan Usaha yang ada. Kabupaten Lumajang merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki angka kepesertaan Jamsostek cukup rendah sejak tahun 2008 – 2012 [7]. Minimnya jumlah kepesertaan Badan Usaha di Kabupaten Lumajang yang tergabung dalam program Jamsostek ternyata juga terjadi pada program JKN.

Jumlah peserta program JKN untuk segmentasi Badan Usaha di Kabupaten Lumajang sampai pertengahan bulan Februari 2015 diketahui hanya sebesar 13,7%. Total 13,7% Badan Usaha di Kabupaten Lumajang yang sudah mendaftar program JKN ini merupakan Badan usaha skala besar, menengah dan kecil, sedangkan untuk kepesertaan BUMN menjadi tanggung jawab kantor BPJS Kesehatan pusat. Hal ini memberikan arti bahwa terdapat Badan Usaha di Kabupaten Lumajang yang belum melaksanakan kewajibannya untuk mendaftar program JKN.

Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) merupakan program baru di bidang kesehatan yang menjadi bagian dari Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) yang di selenggarakan oleh BPJS Kesehatan dengan menggunakan mekanisme asuransi kesehatan sosial yang bersifat wajib [1]. Proses pengambilan keputusan inovasi adalah proses mental dimana seseorang/ individu menerima saluran komunikasi sebuah inovasi kemudian berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi dengan membentuk suatu sikap persuasi terhadap inovasi, sampai memutuskan untuk menolak atau menerima, melaksanakan ide - ide baru dan mengukuhkan terhadap keputusan inovasi [8].

Pada tahap pengetahuan, seseorang diberikan informasi mengenai inovasi yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, bisa melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal diantara masyarakat. Informasi yang didapatkan kemudian direspon oleh penerima inovasi membentuk pengetahuan. Tingkat

pengetahuan tersebut dipengaruhi oleh ciri penerima dan ciri sistem sosial dari penerima inovasi. Tahap persuasi merupakan tahap pemikiran calon pengguna yang ditandai dengan pembentukan sikap suka / tidak sukanya informan pada inovasi (perubahan) yang ada. Sikap persuasi calon pengguna terjadi dipengaruhi oleh ciri inovasi itu sendiri. Tahap pengambilan keputusan inovasi merupakan tahapan dari individu untuk mengambil konsep inovasi dan menimbang keuntungan / kerugian dari menggunakan inovasi. Penerimaan atau penolakan suatu inovasi menjadi keputusan yang dibuat seseorang / individu dalam menerima suatu inovasi [8]

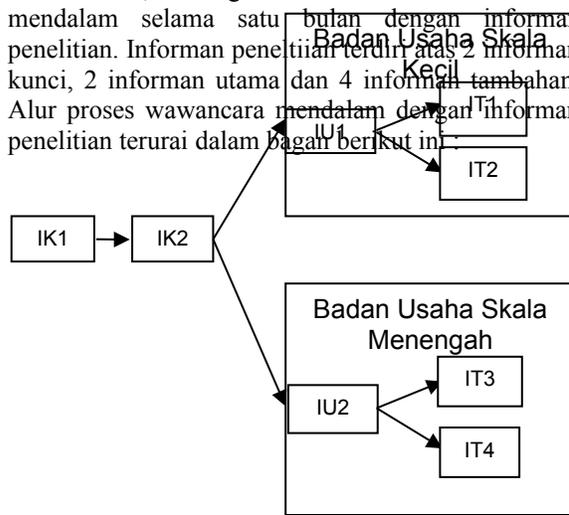
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tahap adopsi inovasi pimpinan Badan Usaha dalam kepesertaan Jaminan Kesehatan Nasional. Tahapan adopsi Inovasi pimpinan Badan usaha dalam program JKN dikaji menurut tahap saluran komunikasi JKN yang diterima informan, tahap pengetahuan, tahap persuasi dan tahap keputusan inovasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian dilakukan pada Badan Usaha skala menengah dan skala kecil di Kabupaten Lumajang yang belum melakukan registrasi program JKN pada bulan April – Mei 2015. Informan dalam penelitian ini terdiri atas kepala unit pemasaran BPJS Kesehatan Cabang Jember dan pegawai kantor layanan operasional BPJS Kesehatan Kabupaten Lumajang sebagai informan kunci, pimpinan dari Badan Usaha skala menengah dan Badan Usaha skala kecil sebagai informan utama dan pekerja dari masing – masing skala usaha sebagai informan tambahan. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*), dokumentasi dan triangulasi data, kemudian data diolah dengan metode *thematic content analysis*.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini didapatkan dari proses dokumentasi, triangulasi data dan wawancara mendalam selama satu bulan dengan informan penelitian. Informan penelitian terdiri atas 2 informan kunci, 2 informan utama dan 4 informan tambahan. Alur proses wawancara mendalam dengan informan penelitian terurai dalam bagan berikut ini.



Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa pengetahuan pimpinan Badan Usaha dan pekerja dalam program JKN hanya berada di tingkatan awal yaitu tahu. Informan mampu menyebutkan kembali informasi tentang JKN yang telah diterimanya, seperti pengertian JKN, tujuan JKN, manfaat JKN, hak peserta, kewajiban peserta, prosedur pendaftaran JKN dan sanksi administratif bila Badan Usaha tidak mengikuti program JKN, akan tetapi informan tidak bisa menjelaskannya dengan tepat sehingga pengetahuan informan masih berada pada tingkatan tahu. Kondisi ini didukung dengan pernyataan BPJS Kesehatan yang menyebutkan bahwa rata – rata pimpinan Badan Usaha beserta pekerjanya hanya berada dalam tingkatan mengetahui informasi JKN namun belum bisa memahaminya.

BPJS Kesehatan berharap informan tidak hanya tahu tentang informasi JKN saja, melainkan juga mampu membedakan program JKN dengan program Jaminan Sosial lainnya. Hal tersebut menjadi upaya yang saat ini sedang ditekankan oleh BPJS Kesehatan, sehingga dapat diartikan bahwa BPJS Kesehatan berharap agar pengetahuan informan tidak hanya berada dalam tingkatan tahu melainkan pada tingkat pengetahuan yang lebih tinggi yaitu tingkat analisis.

Tingkat pengetahuan informan yang hanya berada pada tingkatan tahu pada dasarnya juga dikarenakan pengaruh dari karakteristik informan dan karakteristik dari lingkungan Badan Usaha. Karakteristik informan menciptakan kondisi tidak siapnya informan dalam melakukan registrasi program JKN, terhambatnya saluran antar pribadi program JKN bagi informan dan tidak butuhnya informan pada informasi program JKN. Sedangkan, karakteristik lingkungan Badan Usaha menciptakan kondisi tidak tertariknya informan dalam mencari tahu informasi seputar program JKN, kondisi merasa terbebannya informan dengan segala tekanan/ aturan dari program JKN dan terbatasnya informasi yang didapatkan informan karena pola komunikasi yang satu arah.

Persuasi / Ketertarikan Informan terhadap Program JKN

Hasil penelitian menyatakan bahwa tingkat pengetahuan informan belum bisa memahami program JKN dengan tepat, sehingga seluruh informan belum bisa sadar dan tertarik untuk mengikuti program JKN. Informan mengaku belum tertarik dengan program JKN karena program JKN dinilai menuntut informan untuk membayar dengan kelebihan program yang belum terlihat / belum jelas. Kondisi tidak tertariknya informan pada program JKN juga didukung dengan pernyataan dari BPJS Kesehatan selaku informan kunci penelitian. BPJS

Gambar. 4.1 Alur Proses Pengerjaan Lapangan

Keterangan :

- IK1 : Informan Kunci Pertama
- IK2 : Informan Kunci Kedua
- IU1 : Informan Utama Pertama
- IT1 : Informan Tambahan IU1
- IT2 : Informan Tambahan IU1
- IU2 : Informan Utama Kedua
- IT3 : Informan Tambahan IU2
- IT4 : Informan Tambahan IU2

Saluran Komunikasi Jaminan Kesehatan Nasional

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa sistem saluran komunikasi diterapkan oleh BPJS Kesehatan dalam menyampaikan pesan - pesan seputar program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) kepada khalayak sarasannya, khususnya segmentasi Badan Usaha. Penggunaan saluran komunikasi JKN termasuk dalam cara penginformasian JKN yang diterapkan secara tidak langsung oleh BPJS Kesehatan.

BPJS Kesehatan menjadi pemberi informasi tunggal yang bertanggung jawab atas proses pemasaran / penyebarluasan JKN pada segmentasi Badan Usaha. Dalam proses pemasarannya, BPJS Kesehatan selaku pengelola program JKN menggunakan saluran komunikasi JKN untuk segmentasi Badan Usaha hanya dengan beberapa jenis media yang meliputi media cetak, media elektronik dan media massa saja tanpa menggunakan saluran antar pribadi. Pemasaran program JKN yang hanya menggunakan media sebagai saluran komunikasi dinilai sudah efektif oleh BPJS Kesehatan karena sudah lolos uji coba media serta sudah terukur efektivitasnya melalui lembar evaluasi sosialisasi. Akan tetapi, penilaian BPJS Kesehatan mengenai efektivitas media JKN ini tidak sesuai dengan penilaian informan sebagai sasaran dari pemaparan media JKN. Informan menilai bahwa tidak semua media program JKN ini efektif dalam memasarkan program JKN.

Pengetahuan Informan Terkait Program JKN

Kesehatan menjelaskan bahwa rata-rata informan sudah tertarik dengan program JKN, akan tetapi masih ada rasa keterpaksaan pada informan.

BPJS Kesehatan menilai bahwa tingkat ketertarikan informan memang belum bisa tergambarkan dari sikap informan terhadap program JKN sehingga BPJS Kesehatan merasa lebih tepat jika saat ini kesadaran informan yang perlu ditekankan. Dasar penilaian yang dilakukan BPJS atas kesadaran informan ini yaitu melalui registrasi informan dalam kepesertaan JKN. Perubahan sikap positif informan pada program JKN sudah terjadi karena informan mulai memperhatikan dan memahami informasi JKN meskipun belum mengimplementasikannya.

Keputusan Pimpinan Badan Usaha

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa seluruh informan memutuskan untuk mendaftar program JKN dengan terpaksa. Sikap informan yang belum sadar atas pentingnya program JKN membuat sebagian besar informan memilih mendaftar secara terpaksa. Kondisi ini juga diakui oleh BPJS Kesehatan, yang menyatakan bahwa rata-rata konsumen belum mendaftar program JKN dikarenakan informan belum sadar bahwa program JKN ini wajib dan penting untuk diikuti. Informan memiliki intensi untuk mendaftar meskipun dengan keterpaksaan. Sebagian kecil informan juga menyampaikan bahwa dirinya mau mendaftar JKN, namun membutuhkan proses untuk melakukan hal tersebut. Kondisi ini membuat BPJS Kesehatan selaku pengelola program berhak melakukan monitoring terhadap jalannya proses registrasi Badan Usaha dalam program JKN.

Pembahasan

Penelitian ini menggambarkan bahwa penggunaan saluran komunikasi JKN termasuk dalam cara penginformasian JKN yang diterapkan secara tidak langsung oleh BPJS Kesehatan. BPJS Kesehatan selaku pengelola program JKN menggunakan saluran komunikasi JKN untuk segmentasi Badan Usaha hanya melalui beberapa jenis media yang meliputi media cetak, media elektronik dan media massa saja tanpa menggunakan saluran antar pribadi. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Perdana (2012) yang menyatakan bahwa saluran distribusi informasi yang efektif untuk mengadopsi individu tidak hanya berupa media, melainkan perlu adanya partisipasi orang lain yang mampu mempengaruhi target perubahan. Adopsi perilaku baru ini memang membutuhkan proses yang rumit dan memerlukan waktu yang relative lama, sehingga pengelola program sebaiknya perlu membatasi langkah – langkah perubahan dalam

mengadopsi perilaku baru agar tidak menimbulkan kebingungan pada kelompok sasaran [6].

Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan pendapat Umar (2013) yang menyatakan bahwa jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien adalah media massa, akan tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran antar pribadi [10]. Ketidaksesuaian hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu terjadi dikarenakan saluran komunikasi JKN yang digunakan dalam mengadopsi informan untuk mendaftar program JKN hanya melalui media promosi JKN tanpa menggunakan saluran antar pribadi. Oleh sebab itu, BPJS Kesehatan selaku pengelola program JKN perlu mengkaji kembali penggunaan saluran komunikasi JKN yang berupa saluran antar pribadi untuk proses pemasaran program JKN.

Saluran komunikasi JKN yang melalui media tanpa melalui saluran antar pribadi diketahui hanya mampu membentuk pengetahuan informan dalam tingkatan tahu. Seluruh informan sudah menyadari adanya saluran komunikasi JKN berupa media dari BPJS Kesehatan, akan tetapi adanya informan tidak bisa menjelaskannya dengan tepat. Informan juga belum bisa membedakan program JKN dengan program Jaminan Sosial lainnya seperti yang diharapkan oleh BPJS Kesehatan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ikbal (2014) yang menyatakan bahwa kebanyakan sasaran JKN paham tentang program JKN setelah adanya pendekatan secara pribadi. Tidak adanya pengembangan saluran antar pribadi cenderung mengakibatkan pengetahuan individu hanya berada pada tingkatan tahu yang ditandai dengan tidak mampunya individu dalam mengulang isi pesan / menganalisis informasi yang diduplikasinya [2]. Kesesuaian hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu terjadi dikarenakan pengetahuan yang dihasilkan dari proses komunikasi yang hanya melalui paparan media komunikasi JKN hanya mampu membentuk pengetahuan informan pada tingkat mengetahui. Penggunaan saluran antar pribadi yang tepat diyakini mampu membantu proses pemasaran JKN yang efektif pada informan sehingga informan bisa meningkat pengetahuannya.

Selain mempengaruhi tingkat pengetahuan, informasi JKN yang diterima seluruh informan diketahui juga mampu mengubah sikap informan ke arah yang positif, namun tidak sampai menimbulkan ketertarikan / persuasi informan pada program JKN. Perubahan sikap positif informan pada program JKN ditandai dengan proses diperhatikan / dipahaminya

informasi JKN oleh informan, akan tetapi sikap tertarik informan pada program JKN belum terbentuk. Ciri inovasi dalam program JKN berupa pembuktian manfaat yang belum dapat dibuktikan secara langsung pada informan menjadi faktor yang paling mempengaruhi tingkat ketertarikan informan pada program JKN.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Simanjuntak (2011) yang menyatakan bahwa saluran informasi yang diterima konsumen mempengaruhi pengetahuan, sikap ketertarikan dan perilaku pembelian konsumen. Konsumen yang hanya mengetahui apa itu produk yang dibutuhkannya tanpa mampu memahami manfaat produk cenderung akan tidak tertarik untuk menggunakan suatu produk baru [9]. Kesesuaian hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terjadi dikarenakan saluran komunikasi program JKN terbatas dan belum ada bukti manfaat layanan program JKN yang diperlihatkan pada informan. Oleh sebab itu, BPJS Kesehatan perlu memberikan saluran komunikasi yang tepat dan memberikan bukti manfaat program JKN untuk membentuk ketertarikan informan dalam mengadopsi program JKN.

Informan dalam penelitian memutuskan untuk mengadopsi program JKN secara terpaksa dikarenakan informan belum bisa membedakan program JKN dengan program jaminan sosial lainnya dan belum memiliki ketertarikan pada program JKN. Implementasi keputusan inovasi informan pada program JKN yang diputuskan secara terpaksa diyakini informan bisa diterapkan oleh informan namun masih membutuhkan proses pemikiran / evaluasi kembali. Proses pemikiran kembali informan untuk mengadopsi program JKN dilakukan untuk mengukur untung rugi keputusan yang akan diambilnya nanti.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Lestari (2012) yang menyatakan bahwa pengetahuan dan sikap ketertarikan individu dapat mempengaruhi keputusan inovasi yang diambil individu tersebut. Pengetahuan dan sikap yang negatif berkorelasi positif terhadap kerelaan dalam penggunaan program pemerintah. Keputusan yang diambil secara terpaksa masih akan membutuhkan waktu untuk mengevaluasi inovasi yang terlalu lama [5]. Kesesuaian hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terjadi dikarenakan tingkat pengetahuan informan masih berada pada tingkatan tahu dan sikap ketertarikan informan pada program JKN masih belum terbentuk, sehingga keputusan inovasi informan diambil secara terpaksa. BPJS Kesehatan selaku pengelola program membutuhkan strategi baru untuk mampu mengadopsi perilaku informan dengan cara meningkatkan pengetahuan dan membentuk sikap ketertarikan informan, sehingga informan tidak akan

memutuskan mengadopsi program JKN secara terpaksa.

Simpulan dan Saran

Peran aktif seluruh Badan Usaha di Kabupaten Lumajang dibutuhkan dalam penarapan layanan program JKN di tempat kerja, yaitu dengan mengimplementasikan keputusan yang telah diambil melalui registrasi program JKN sebelum 30 Juni 2015 serta memanfaatkan layanan program JKN sesuai dengan kewajiban dan hak peserta yang sudah diatur dalam undang – undang.

BPJS Kesehatan selaku penyelenggara program JKN sebaiknya melakukan peningkatan strategi pemasaran melalui peningkatan frekuensi informasi program JKN melalui kegiatan sosialisasi langsung ataupun media JKN serta kerjasama dengan pihak lain (provider program JKN dan Apindo) dalam kegiatan pemasaran program JKN pada segmentasi Badan Usaha. Inovasi kegiatan pemasaran program JKN, melalui upaya pembuatan/ pemutaran video testimoni peserta JKN (khusus segmentasi Badan Usaha) dan pelaksanaan kegiatan sosialisasi langsung dengan narasumber yaitu pimpinan Badan Usaha yang sudah menjadi peserta JKN diperlukan sebagai bukti manfaat program JKN bagi segmentasi Badan Usaha.

Pemerintah Pusat dan Pemerintah Kabupaten/ Kota diharapkan juga turut andil dalam implementasi program JKN untuk segmentasi Badan Usaha, salah satunya dengan memberikan payung hukum berupa peraturan daerah terkait kewajiban Badan Usaha untuk mendaftar program JKN dan pembuatan kebijakan yang mengatur kerja sama antara BPJS Kesehatan dengan instansi terkait lainnya seperti Kantor Pelayanan Terpadu (KPT) dan Kejaksaan.

Demi mendapatkan sumbangan ilmu yang lebih luas dan mendalam, penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti selanjutnya dengan mengkaji ulang tahap saluran komunikasi pada proses adopsi inovasi pimpinan Badan Usaha dalam kepesertaan program JKN. Hasil kajian tersebut akan mampu menjadi acuan untuk pengadaan inovasi saluran komunikasi program JKN yang tepat dalam mendukung keikutsertaan segmentasi Badan Usaha dalam program JKN.

Daftar Pustaka

- [1] Indonesia. Departemen Kesehatan. [internet]. Jakarta: Departemen Kesehatan Republik Indonesia: Undang – Undang No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional. [cited 1 Juni 2014] available from: <http://www.Depkes.go.id/>

- [2] Ikbal K. Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Makassar Dalam Menyosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Skripsi. Makassar : Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin ; 2014
- [3] Indonesia. Informasi seputar Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan [internet]. Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan; 2014. [cited 1 Juni 2014] available from website Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan : <http://bpjs-kesehatan.go.id/>
- [4] Indonesia. Kompas. [internet]. Jakarta: Tak Daftar Pekerja, BUMN Kena Sanksi. [cited 12 April 2015] available from: <http://www.kompas.com/>
- [5] Lestari WS. Evaluasi Penggunaan Saluran Komunikasi Antar Pribadi Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Dalam Proses Adopsi Inovasi Program Pemerintah (Studi Kasus : Program Keluarga Harapan). Tesis. Jakarta : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Pasca Sarjana Departemen Ilmu Komunikasi Kekhususan Ilmu Komunikasi ; 2012
- [6] Perdana A. Faktor - Faktor yang Berhubungan dengan Pemanfaatan Pelayanan Antenatal Oleh Ibu Hamil di Kabupaten Aceh Tenggara. Jurnal Bisnis. 2011 ; 19(4) : 1-9
- [7] Indonesia. Profil Kabupaten Lumajang Tahun 2014 [internet]. Lumajang: Pemerintah daerah Lumajang [cited 28 Maret 2015]. Available from website Pemerintah Daerah Lumajang : <http://www.lumajang.go.id/>
- [8] Roger A. Diffussion Of Innovation Theory.. California: Sage Publications Inc; 2005.p. 21 – 29
- [9] Simanjuntak ER. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Adopsi Produk Berteknologi Tinggi Pada Konsumen di Indonesia. Jurnal Teknologi. 2007 ; 13 (8) : 1-10
- [10] Umar H. Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Jakarta : Rineka Cipta ; 2006