

Strategi *Public Relations* Divisi *Client Service* dalam Meningkatkan Pelayanan Kesehatan

Febiola Fandina Citra¹, Dedy Zebua², Shulhuly Ashfahani³
^{1,2,3}STIKom Indonesia Maju

Email correspondent: febiola.citra@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *public relations officer* divisi *client service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menganalisis kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh *public relations officer* divisi *client service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan desain deskriptif dan menggunakan pendekatan observasi dimana data yang digunakan adalah data primer dari hasil pengamatan, wawancara, dan studi dokumentasi, dan data sekunder yang digunakan dalam tinjauan studi kepustakaan untuk mempertajam teori. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi *public relations* Rumah Sakit Permata Hati dalam meningkatkan image kualitas pelayanan adalah baik. Adapun strategi yang digunakan oleh PR Rumah Sakit adalah dengan cara memberikan pelayanan *service excellent* dengan pelayanan sepenuh hati dan memprioritaskan keselamatan pasien. meningkatkan kualitas pelayanan publik dengan membagikan informasi ke masyarakat tentang sarana prasarana SDM dan jenis pelayanan di RSUD Bunda Margonda melalui media sosial selain itu pimpinan juga melakukan control serta monitoring kinerja dari para pegawai. Kesimpulan strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan *public* di Rumah Sakit Bunda Margonda adalah memanfaatkan perkembangan teknologi dalam meningkatkan efisien pelayanan. Saran diharapkan untuk lebih menerapkan visi dan misi rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Keywords: *public relations*, pelayanan, komunikasi

Abstrack

The purpose of this study was to determine the strategy of the client service division's public relations officer in improving service quality and to analyze the constraints faced by the client service division's public relations officer in improving service quality. This research method uses qualitative research with descriptive design and uses an observational approach where the data used are primary data from observations, interviews, and study documentation, and secondary data used in library research to sharpen theory. The results of this study stated that the public relations strategy of Permata Hati Hospital in improving the image of service quality was good. The strategy used by Hospital PR is to provide the best service wholeheartedly and prioritize patient safety. Improve the quality of public services by sharing information with the public about human resources infrastructure and types of services at Bunda Margonda General Hospital through social media. In addition, the leadership also controls and monitors the performance of the employees. The conclusion of the strategy in improving the quality of public services at Bunda Margonda Hospital is to take advantage of technological developments to improve efficient services. Suggestions are expected to further implement the vision and mission of the hospital in providing services to the community.

Keywords: *public relations*, service, communication

Pendahuluan

Public relations merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlaku untuk semua jenis perusahaan, baik itu yang bersifat komersial maupun non-komersial, di sektor pemerintah maupun swasta. *Public relations* pada sebuah perusahaan akan menyadari pentingnya peranannya¹ *Public relations* itu sendiri sehingga berbagai kajian mengenai *public relations* dipilih untuk diterapkan demi memahami strategi *public relations* lebih baik agar mampu memperbaiki kinerja sebuah perusahaan.²

Rumah sakit sebagai lembaga kesehatan, dimana masalah pelayanan kesehatannya¹ yang paling sering mendapat pengaduan maupun keluhan dari masyarakat. Keluhan-keluhan dari masyarakat tersebut biasanya diakibatkan oleh kelalaian atau kesalahan dari petugas kesehatan di rumah sakit tersebut dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dalam hal ini adalah pasien. Dimana pasien merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan oleh petugas kesehatan. Banyak faktor yang bisa dikatakan rawan tuntutan dari sebuah Rumah Sakit.

Contohnya adalah prosedur pendaftaran pasien yang berbelit-belit, padahal pasien dalam keadaan kritis pelayanan yang kurang cepat dan tanggap dari pihak dokter terhadap pasien yang dalam keadaan gawat dokter yang langsung memberikan resep obat kepada pasien tanpa pemeriksaan terlebih dahulu dokter yang kurang ramah dalam memeriksa pasien penundaan operasi karena sebab yang tidak jelas padahal pasien tidak memungkinkan untuk bertahan; petugas yang kurang ramah dalam memberikan informasi kepada pasien maupun pengunjung; satpam yang terlalu galak terhadap keluarga pasien yang ingin berkunjung terutama pada waktu lantai sedang dibersihkan; kebersihan ruang inap yang kurang terjaga; administrasi yang berbelit-belit; fasilitas kesehatan yang kurang lengkap; keamanan dan kenyamanan pasien dan keluarga selama menjalani proses perawatan kesehatan yang kurang terjamin; biaya perawatan yang terlalu mahal; serta terjadinya malpraktek.

Dalam kehidupan di masyarakat, biasanya apabila mereka telah memilih rumah sakit, maka mereka akan percaya sepenuhnya terhadap kualitas/mutu pelayanan dari rumah sakit tersebut. Sehingga mungkin akan terbentuk *client service* yang baik antara rumah sakit dan konsumen yang pernah menjadi pasien di rumah sakit tersebut.

Sudah sepantasnya apabila terjadi kesalahan dari rumah sakit baik itu mengandung unsur kesengajaan atau bukan, konsumen mendapatkan ganti rugi dari rumah sakit. Meskipun konsumen tidak begitu mengharapkan ganti rugi dari rumah sakit, namun ada harapan peningkatan atau perbaikan dalam pelayanan terhadap pasien. Berbagai macam keluhan dari masyarakat dapat menimbulkan dampak positif dan dampak negatif bagi rumah sakit itu sendiri.

Dampak positif yang ditimbulkan dari keluhan tersebut dianggap sebagai masukan yang akan membawa peningkatan kualitas/mutu pelayanan. Dan bisa dianggap sebagai titik pacu untuk memperbaiki kesalahan demi menciptakan kualitas/mutu pelayanan yang lebih baik.

Sedangkan dampak negatifnya adalah jika keluhan-keluhan tersebut tidak segera ditangani, maka akan menurunkan kredibilitas rumah sakit secara keseluruhan, karena dari satu pasien dapat mempengaruhi pasien lain atau konsumen lainnya, sehingga akan membuat image yang buruk bagi rumah sakit tersebut.

Akhir-akhir ini, dalam kenyataannya adalah masyarakat terutama konsumen rumah sakit semakin kritis terhadap kualitas/mutu pelayanan yang mereka terima. Untuk itu, rumah sakit berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas/mutu pelayanan, baik mutu pelayanan fasilitas, maupun keramahan petugas, yang bertujuan agar mereka tidak kehilangan konsumen/langganan mereka.

Pencapaian perusahaan bukan hanya hasil baik yang didapatkan perusahaan dikemudian hari saja, tetapi juga proses yang telah menghasilkan hasil yang baik. Proses tersebut berkaitan dengan kinerja karyawan di dalam sebuah perusahaan. Kinerja adalah sesuatu yang ditampilkan oleh seseorang atau suatu proses yang berkaitan dengan tugas kerja yang telah ditetapkan juga bahwa kinerja bukan ujung terakhir dari serangkaian sebuah proses kerja tetapi tampilan keseluruhan dimulai dari unsur kegiatan *input*, proses *output* dan bahkan *outcome*.³

Rumah sakit sebagai organisasi badan usaha dibidang kesehatan mempunyai peranan penting dalam mewujudkan derajat kesehatan masyarakat secara optimal. Seperti RSUD Bunda Margonda yang

memiliki akreditasi tingkat paripurna sukses meraih penghargaan PERSI AWARD tahun 2021.⁴

Rumah sakit merupakan salah satu jaringan pelayanan kesehatan yang penting, kegiatan utama adalah memberikan pelayanan kesehatan yang maksimal kepada pasien. Selain itu, berkembangnya Rumah Sakit Umum Bunda Margonda tentunya tidak lepas dari adanya strategi *public relations* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien. Mengingat pentingnya strategi *public relations* dalam menjalankan sebuah program organisasi atau perusahaan, peneliti termotivasi untuk mengkaji atau meneliti departemen *public relations* RSU Bunda Margonda meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien.

Tujuan dari penelitian ini menganalisis strategi *public relations officer* divisi *client service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi Rumah Sakit Umum Bunda Margonda dan menganalisis kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh *public relations officer* divisi *client service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi Rumah Sakit Umum Bunda Margonda.

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif memberikan gambaran pelayanan Rumah Sakit Umum Bunda Margonda, menggunakan desain penelitian Studi Deskriptif Kualitatif, penelitian kualitatif, peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari, untuk melengkapi data.⁵ Peneliti menggunakan metode pengumpulan data, seperti wawancara, pengamatan, serta penelitian dokumen dan arsip. Melalui penelitian deskriptif kualitatif, peneliti merasa tidak ada jarak antara peneliti dengan sumber informasi atau responden. penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif ini bertujuan menggambarkan, menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas sosial tersebut ke permukaan sebagai suatu ciri karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi atau fenomena tertentu. Pendekatan kualitatif ini menitikberatkan pada data-data penelitian yang dihasilkan melalui pengamatan, wawancara dan studi dokumentasi.⁶

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Format penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara rinci dengan melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah, atau memeriksa kondisi dan praktik yang berlaku. Pada penelitian deskriptif data yang dikumpulkan berupa kata-kata gambar dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang akan diteliti dan apa yang sudah diteliti.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif kualitatif berdasarkan dari penelitian dengan menggunakan cara mengamati gejala yang ada pada saat berlangsung baik itu berupa tindakan, wujud tindakan, maupun hasil dari tindakan tersebut. Menurut RobertK. Yin, bahwa: "Secara umum, studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata."

Uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode: wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, (hasil) *survey*, dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci."

Adapun sumber informasi dalam penelitian ini bisa jadi memberikan informasi mengenai suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara secara mendalam. Pemilihan sumber

informasi dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum. informan 1 sebagai informan kunci yang bekerja tugasnya sebagai menyetujui semua kegiatan dari informan 2 dan informan 3. Informan 2 sebagai staff divisi admission membuat rencana kegiatan, mendaftarkan pasien rawat jalan dan rawat inap. Informan 3 sebagai staff divisi *client service* yang turun langsung dalam menangani komplain, menyusun kegiatan terbaru rumah sakit. Informan 4 sebagai pasien dari IGD yang menerima pelayanan rumah sakit dan dapat memberikan masukan atau saran untuk perbaikan rumah sakit. Informan 5 sebagai pasien Poli yang memilih pelayanan rumah sakit karena dokter dan jarak dekat dari tempat tinggal.

Teknik analisis data merupakan langkah yang paling strategis di dalam sebuah penelitian karena tujuan dari penelitian adalah untuk memperoleh data. Tanpa mengetahui analisis data peneliti tidak akan memperoleh data yang dapat memenuhi standar data yang telah ditetapkan. Di dalam hal analisis data kualitatif, Bodgan menyatakan bahwa: "Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain. Sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁷ Proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁸

Analisis data di dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Jika setelah dianalisis terasa belum cukup memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan sampai pada tahap tertentu. Data Kualitatif dapat terdiri dari berbagai macam bentuk, foto, peta, wawancara terbuka, observasi, dokumen dan lainnya. Istilah data merujuk pada material kasar yang dikumpulkan peneliti dari dunia yang sedang diteliti. Menurut Patton terdapat tiga jenis data dalam penelitian kualitatif.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Observasi dilakukan untuk mendekati peneliti ke orang-orang yang ditelitinya dan ke situasi atau lingkungan mereka yang sebenarnya. Dan peneliti dapat masuk ke lingkungan yang ditelitinya atau yang dikenal dengan observasi partisipatif. Pada observasi ini, peneliti mengamati peristiwa, kejadian, pose, dan sejenisnya disertai dengan daftar yang perlu diobservasi.⁹

Wawancara adalah hasil bersama seorang peneliti dan satu atau lebih anggota. Anggota adalah peserta aktif yang wawasan, perasaan, dan kerjasamanya menjadi bagian penting dari proses pembahasan yang mengungkapkan makna subjektif. Wawancara melibatkan rasa berbagi pengalaman maupun latar belakang untuk mendorong keterbukaan dari informan.¹⁰

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang datanya diperoleh dari buku, internet, atau dokumen lain yang menunjang penelitian yang dilakukan. Dokumen merupakan catatan mengenai peristiwa yang sudah berlalu. Peneliti mengumpulkan dokumen yang dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Hasil & Pembahasan

Strategi *Public Relations* dalam divisi *Client Service* Meningkatkan Kualitas Pelayanan kesehatan RSUD Bunda Margonda

Berdasarkan hasil penelitian pekerjaan utama *public relations* bukan hanya sekedar membina hubungan antar manusia tetapi lebih bersifat membina interaksi antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Komunikasi dalam *public relations* akan berjalan dengan baik apabila terdapat kesamaan pandangan antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi yang ingin dicapai dalam pekerjaan *public relations* tergolong dalam dua golongan besar yaitu komunikasi internal (personil atau anggota institusi) dan komunikasi eksternal (masyarakat). Karyawan RSUD Bunda Margonda bahwa sampai saat ini masih berkomitmen baik karena adanya perencanaan yang baik serta koordinasi yang baik sehingga tanggung jawab untuk penyelesaian kerja yang baik dan kemandirian karyawan saat ini dapat cukup baik karena bekerja sesuai standar prosedur yang berlaku. Menurut asumsi peneliti bahwa karyawan harus lebih disiplin waktu dalam bekerja dan memberikan pelayanan terbaik informasi yang diperlukan untuk mengerjakan pekerjaan agar sesuai dengan prosedur RSUD Bunda Margonda.

Public relations berkembang secara dinamis dan sangat dibutuhkan eksistensinya dalam suatu organisasi perusahaan. Misalnya dalam bidang sosial, *public relations* dibutuhkan untuk mengkomunikasikan semua kepentingan lembaga kepada khalayak yang menjadi sasarannya. Bidang ekonomi, membutuhkan *public relations* untuk membina hubungan yang baik dengan Stakeholders yaitu setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan.¹¹

Peningkatan kualitas pelayanan kepada pasien di RSUD Bunda Margonda tentu memerlukan proses dan strategi yang tepat. Strategi tersebut perlu dilakukan agar kegiatan *public relations* dalam meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan selalu berjalan sesuai rencana.¹² Strategi adalah serangkaian rancangan kegiatan yang menggambarkan bagaimana suatu perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Maka dari itu, strategi perlu disusun sedemikian rupa agar dapat mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Tindakan yang dilakukan *public relations* RSUD Bunda Margonda dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien adalah dengan menentukan secara umum masalah yang sering terjadi di rumah sakit, mengenai keluhan pasien tentang nomor antrian dan jadwal praktek dokter, *public relations* RSUD Bunda Margonda juga menyediakan fasilitas kotak saran atau angket.

Public relations menyusun program untuk mengatasi permasalahan yang ada. Seperti dalam masalah antrian pendaftaran, *public relations* RSUD Bunda Margonda membuat aplikasi pendaftaran *online* melalui *whatsapp* atau perjanjian melalui telpon sehingga bisa mengurangi penumpukan pasien di loket pendaftaran.

Mengevaluasi program kerja yang sudah dilaksanakan. *Public relations* mengevaluasi program kerja dengan melihat sejauh mana target program bisa terlaksana dan berapa persen ketercapaian dari program itu sendiri. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, RSUD Bunda Margonda harus membangun sebuah relasi dengan khalayak, baik *stakeholders*, media, masyarakat di sekitar perusahaan dan lain-lain. Terkait relasi dengan *stakeholders*, RSUD Bunda Margonda bekerjasama dengan fasilitas pertama, contohnya puskesmas, klinik. Rumah sakit juga bekerjasama dengan pihak asuransi individu atau perusahaan, baik BPJS kesehatan dan Ketenagakerjaan, serta asuransi Jasa Raharja.

Dalam menilai kualitas pelayanan di rumah sakit, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja, akan tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani atau pasien. Hal ini karena pasienlah yang menikmati layanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit. Sehingga kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan harapan-harapan pasien dalam memenuhi kepuasannya. Maka dari itu, dalam proses peningkatan kualitas pelayanan pasti terdapat faktor penghambat maupun faktor pendukung yang sangat berpengaruh kepada khalayak. Faktor penghambat atau faktor pendukung tersebut dapat muncul dari dalam maupun luar perusahaan.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan di RSUD Bunda Margonda. Kendala atau hambatan yang dihadapi oleh *public relations* di antaranya adalah Masalah antrian di bagian pendaftaran dan terlalu lama menunggu kehadiran dokter menjadi salah satu penyebab pelayanan yang ada di RSUD Bunda Margonda kurang maksimal. Jadwal praktk dokter yang tidak sesuai dengan jam konfirmasi kehadiran.

Adanya virus Corona yang melanda di awal tahun 2020 dan menyebabkan beberapa kegiatan atau program kerja *public relations* RSUD Bunda Margonda menjadi tertunda.

Selain faktor penghambat, ada pula faktor pendukung yang turut berperan dalam meningkatkan kualitas kepada pasien di RSUD Bunda Margonda. Faktor pendukung tersebut adalah adanya media pengantar yang menjadi bagian dari strategi yang dilaksanakan. Media pengantar yang digunakan antara lain adalah media konvensional yakni radio dan televisi, media luar ruang yakni baliho dan brosur, serta media baru (internet) yakni internet media sosial, *website*, *instagram*, *twitter*, *youtube* dan *whatsapp*. Pemasaran *Public Relations* RSUD Bunda Margonda.

Strategi *public relations* RSUD Bunda Margonda dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien yaitu melalui publikasi. Kegiatan publikasi yang dilakukan adalah dengan menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak mengenai rumah sakit. Informasi yang disampaikan antara lain mengenai domisili rumah sakit, fasilitas-fasilitas yang ada di rumah sakit, dokter-dokter yang dimiliki rumah sakit beserta jam kerjanya, serta edukasi mengenai kesehatan. Penyebaran informasi mengenai rumah sakit tersebut dilakukan dengan menggunakan beragam jenis media, yakni media (internet), media luar ruang dan media format kecil. Hal ini dilakukan agar informasi dapat diterima oleh khalayak dengan baik dan dengan waktu yang cepat.

Dalam menggunakan media (internet), RSUD Bunda Margonda memanfaatkan media sosial seperti *website*, *facebook*, *youtube*, *instagram* dan *whatsapp*. Disamping menggunakan media (internet) untuk menyebarkan informasi pada khalayak, *public relations* RSUD Bunda Margonda juga menggunakan media luar ruang seperti baliho, dan media format kecil seperti leaflet atau brosur. Semua bentuk media yang digunakan oleh *public relations* RSUD Bunda Margonda berjalan lancar tanpa kendala yang berarti, sehingga bisa membantu berjalannya kegiatan promosi.

Proses penyebaran informasi kepada masyarakat oleh *public relations* RSUD Bunda Margonda dilakukan dengan beberapa kegiatan, baik kegiatan yang melibatkan khalayak internal maupun eksternal rumah sakit. Kegiatan tersebut dilakukan untuk membangun citra kualitas pelayanan rumah sakit di hadapan khalayak. Seperti kegiatan jalan santai sekaligus pelayanan kesehatan yang pesertanya terdiri dari semua karyawan dan warga sekitar rumah sakit.

Informasi mengenai kualitas pelayanan yang ada di RSUD Bunda Margonda dikomunikasikan kepada khalayak secara langsung maupun tidak langsung. Pesan atau informasi yang dikomunikasikan secara langsung contohnya seperti sosialisasi. Sedangkan pesan tidak langsung disampaikan menggunakan media komunikasi. Pesan tersebut dimuat dalam baliho, leaflet atau brosur dan dimuat dalam akun media sosial milik RSUD Bunda Margonda. Pesan yang disampaikan menggunakan bahasa yang lugas, padat, jelas dan bersifat persuasif, yakni pesan berisi edukasi kesehatan dan informasi mengenai pelayanan yang ada di rumah sakit secara detail.

Dengan pesan yang bersifat persuasif tersebut, diharapkan akan ada hasil yang diperoleh yakni berupa perubahan, baik pengetahuan, sikap, dan tingkah laku dari khalayak tentunya untuk memilih RSUD Bunda Margonda sebagai rujukan.

Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan, RSUD Bunda Margonda harus membangun dan mempertahankan citra positif rumah sakit. Ketika ada komplain yang kurang baik dari masyarakat di situlah peran *public relations* dibutuhkan untuk memperbaiki citra rumah sakit.

RSUD Bunda Margonda bekerjasama dengan fasilitas pertama, seperti puskesmas, klinik, rumah sakit juga bekerjasama dengan pihak asuransi seperti BPJS kesehatan dan ketenagakerjaan, asuransi Jasa Raharja dan asuransi perusahaan lainnya.

RSUD Bunda Margonda juga mencoba membangun relasi dengan masyarakat melalui kepedulian pada masyarakat. Seperti kegiatan jalan santai dengan mengajawak warga sekitar, pasien pasien loyal dan karyawan. Ketika ada kegiatan seperti rangkaian ramadhan, misalnya buka bersama dan halal bihalal, Hal ini sesuai dengan teori yang dipaparkan peneliti bahwa dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan, RSUD Bunda Margonda harus membangun sebuah relasi dengan khalayak, baik stakeholders, media, masyarakat di sekitar perusahaan dan lain-lain.

Tahap ini adalah sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibantu dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan. Maka dari itu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan *public relations* RSUD Bunda Margonda mempunyai rencana jangka panjang dan jangka pendek. Terkait jangka pendek dalam melihat kualitas pelayanan, setiap pasien atau keluarga secara sampling diberi lembar saran, mereka diminta untuk memberikan penilaian mulai dari awal hingga pulang dari berobat. karena hal tersebut berkaitan dengan kebutuhan untuk meningkatkan mutu pelayanan rumah sakit. Sedangkan jangka panjangnya adalah kegiatan-kegiatan sosial. Seperti bakti sosial. Untuk mandiri semua akomodasi, baik biaya obat, tenaga medis, dan akomodasi lainnya ditanggung penuh oleh operasional rumah sakit. Sedangkan bermitra, RSUD Bunda Margonda menggandeng instansi baik pemerintah maupun lembaga swasta sebagai sponsor dalam akomodasi.

Rumah sakit sebagai instansi yang menyediakan jasa pelayanan kesehatan, hendaknya dikelola dengan sebaik mungkin untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan semakin membaiknya tingkat pendidikan masyarakat, sehingga menimbulkan kecenderungan untuk menuntut pelayanan umum yang lebih baik, cepat, dan tanggap. Keberadaan rumah sakit sendiri, baik itu swasta maupun milik pemerintah serta munculnya klinik-klinik kesehatan menyebabkan timbulnya persaingan yang ketat dalam menyediakan jasa pelayanan kesehatan. Oleh karena itu, setiap instansi penyedia jasa pelayanan kesehatan tersebut harus mampu meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga bisa menjadi pilihan bagi masyarakat.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan beberapa media memudahkan sekaligus membantu proses penyampaian informasi mengenai RSUD Bunda Margonda kepada khalayak. Berdasarkan pengamatan peneliti, penggunaan media digital lebih banyak. Ini terlihat dari aktivitas media sosial RSUD Bunda Margonda banyak mengunggah konten-konten digital di akun sosial media, mulai dari *instagram* dan *facebook*.

Strategi *public relations* RSUD Bunda Margonda dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien yaitu melalui publikasi. Kegiatan publikasi yang dilakukan adalah dengan menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak mengenai rumah sakit. Informasi yang disampaikan antara lain mengenai domisili rumah sakit, fasilitas-fasilitas yang ada di rumah sakit, dokter-dokter yang dimiliki rumah sakit beserta jam kerjanya, serta edukasi mengenai kesehatan. Penyebaran informasi mengenai rumah sakit tersebut dilakukan dengan menggunakan beragam jenis media, yakni media (internet), media luar ruang dan media format kecil. Hal ini dilakukan agar informasi dapat diterima oleh khalayak dengan baik dan dengan waktu yang cepat.

Bentuk strategi *public relations* yang dilakukan oleh RSUD Bunda Margonda diwujudkan dalam beberapa tahap seperti yang peneliti paparkan dalam teori. Salah satunya adalah menggunakan strategi *human relations*, yaitu memelihara hubungan khusus antara sesama warga dalam perusahaan secara informal, sebagai manusia (secara manusiawi). *Human relations* adalah memelihara dan menjaga hubungan baik antara sesama manusia. Hubungan tersebut meliputi hubungan internal maupun eksternal. Hubungan internal yaitu hubungan antara sesama karyawan, hubungan dengan atasan dan bawahan serta sebaliknya.¹³ Sedangkan hubungan eksternal yaitu menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar RSUD Bunda Margonda, tanpa adanya hubungan baik dengan mereka semua, tentunya keberadaan RSUD Bunda Margonda tidak akan diterima oleh masyarakat.

Beberapa kegiatan yang dilaksanakan oleh *public relations* RSUD Bunda Margonda melibatkan media cetak maupun elektronik. Seperti yang disampaikan dengan Fury selaku divisi *client service*: “*Media sosial yang digunakan RSUD Bunda Margonda adalah website, youtube, instagram*“. Untuk website RSUD Bunda Margonda sendiri di kelola oleh bagian admission dan diawasi oleh divisi *client service* humas yang bekerjasama dengan bagian IT. Sedangkan sumber materi yang di upload adalah dari dokter, karyawan, dan kegiatan humas. Untuk materi yang di *upload* atau posting sudah melalui persetujuan Direktur Rumah Sakit.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pekerjaan utama *public relations* bukan hanya sekedar membina hubungan antar manusia tetapi lebih bersifat membina interaksi antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Komunikasi dalam *public relations* akan berjalan dengan baik apabila terdapat kesamaan pandangan antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi yang ingin dicapai dalam pekerjaan *public relations* tergolong dalam dua golongan besar yaitu komunikasi internal (personil atau anggota institusi) dan komunikasi eksternal (masyarakat). Karyawan RSU Bunda Margonda bahwa sampai saat ini masih berkomitmen baik karena adanya perencanaan yang baik serta kordinasi yang baik sehingga tanggung jawab untuk penyelesaian kerja yang baik dan kemandirian karyawan saat ini dapat cukup baik karena bekerja sesuai standar prosedur yang berlaku. Dengan menggunakan strategi PR diharapkan segala pelayanan yang ada di RS Bunda Margonda dapat berjalan dengan baik.

Saran

Kepada seluruh karyawan RSU Bunda Margonda diharapkan untuk lebih menerapkan visi dan Misi rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

References

1. Tinggi S, Komunikasi I, Maju I. Jurnal Ilmiah Komunikasi Strategi Promosi Warkop Panus dalam Mempertahankan Eksistensi Pelanggan Tahun 2018 Jurnal Ilmiah Komunikasi. 2019;01(01):1-8.
2. Butterick K. *Pengantar Public Relations : Teori Dan Praktik*. PT.Raja Grafindo Persada; 2012.
3. Amir MF. Memahami Evaluasi Kinerja Karyawan, Konsep, dan Penilaian Kinerja di Perusahaan. *Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media*. Published online 2015.
4. Sumber: <https://www.idxchannel.com/economics/rsu-bunda-margonda-sukses-raih-penghargaan-persi-award-2021> diakses 25 Oktober 2021.
5. Basuki S. *Metode Penelitian*. Jakarta. Penaku; 2013.
6. Bungin B. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*.; 2017.
7. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Metod Penelit Kuantitatif, Kualitatif dan R DBandung Alfabeta*. Published online 2012. doi:10.1017/CBO9781107415324.004
8. Moleong LJ. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet.*; 2018.
9. Moleong LJ. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosda Karya. Published online 2017.
10. Komariah DS& A. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Published online 2017.
11. Kasali R. *Manajemen Public Relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. PT. Pusaka Utama Grafiti; 2013.
12. Diana Setyawati. Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Halal Tourism Di Syariah Hotel Solo. *J Chem Inf Model*. Published online 2018.
13. Hadiati S N. *Public Relation Respektif Teoritis Dalam Menjalini Hubungan Dengan Publik*. Lunar Media; 2015.
14. Dalam Mempertahankan Citra Halal Tourism Di Syariah Hotel Solo. *J Chem Inf Model*. Published online 2018.
15. Hadiati S N. *Public Relation Respektif Teoritis Dalam Menjalini Hubungan Dengan publik*. Surabaya: Lunar Media:2010.