

SKRIPSI
AKTIVITAS *CUSTOMER RELATIONS*
DALAM MENANGANI KELUHAN PASIEN
DI RS PANTI RAPIH YOGYAKARTA

(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Aktivitas *Customer Relations* Dalam Menangani Keluhan Pasien di RS Panti Rapih Yogyakarta Periode November 2016-Februari 2017)

Nova Chalerensia¹, Rosalia Prismarini, S.Sos. M.A.²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Multimedia, Universitas
Mercu Buana Yogyakarta

Email: Novachalerensia39@gmail.com

ABSTRAK

Perusahaan jasa sangat berkembang pesat ditengah masyarakat, khususnya pada bidang kesehatan salah satunya rumah sakit. PR/Humas dalam mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan sangat diperlukan salah satunya yaitu menangani keluhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *customer relations* dalam menangani keluhan pasien di RS Panti Rapih Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah studi deskriptif kualitatif. Data diperoleh dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dengan langkah-langkah sebagai berikut (1) observasi dilapangan terkhususnya dalam aktivitas *customer relations*, (2) mengumpulkan data melalui wawancara, (3) menganalisis data dengan cara membandingkan antara teori, temuan dan analisis dari hasil temuan dilapangan, dan yang terakhir yaitu (4) menarik kesimpulan dari analisis kemudian memberikan saran atau rekomendasi.

Setelah dilakukan tahapan demi tahapan dalam penelitian, maka diperoleh hasil bahwa PR/Humas RS Panti Rapih telah melakukan aktivitas *customer relations* dalam kegiatan menjaga hubungan baik (*customer relations*) dengan melakukan pelayanan prima (*service excellence*) serta dalam menangani keluhan pasien, PR/Humas di RS Panti Rapih Yogyakarta telah menggunakan 10 nilai karakteristik penanganan complain efektif.

Dalam aktivitas *customer relations* di RS Panti Rapih dinilai masih belum sepenuhnya efektif dimana kurangnya SDM divisi PR/Humas dengan kepadatan RS yang tinggi dan fasilitas penyampaian keluhan yang masih belum dikategorikan murah. Disarankan untuk PR/Humas untuk memberlakukan *call center* bebas pulsa dan membuat forum *chatting online* dengan pilihan kategori keluhan khusus kepada pasien yang terdaftar di RS Rapih.

Kata Kunci : Aktivitas, *Customer Relations*, Keluhan, RS Panti Rapih Yogyakarta.

ABSTRACT

Service companies are growing rapidly in the midst of society, especially in the health field of one of the hospital. PR is in maintaining good relations with customers is needed one of them is to handle complaints. This study aims to determine the activities of customer relations in handling patient complaints in Panti Rapih Yogyakarta Hospital.

¹ Penulis (Peneliti)

² Pembimbing

The type of this research is qualitative descriptive study. Data obtained by conducting interviews and documentation. Data analysis technique used is descriptive analysis technique with steps as follows: (1) observation in the field of special activities customer relations, (2) collect data through interview, (3) analyze data by way of comparison between theory, findings and analysis of result Findings in the field, and the last is (4) draw conclusions from the analysis and then provide suggestions or recommendations.

After done step by step in research, hence obtained result that PR / Humas RS Panti Rapih has done activity of customer relations in good relationship maintenance activity (customer relations) by doing service excellence (service excellence) and in handling patient complaint, PR in Panti Rapih Yogyakarta Hospital has used 10 values of handling characteristics of effective complaints.

The activity of customer relations at Panti Rapih Hospital is considered not fully effective where the lack of human resources division PR with high density of RS and complaints delivery facilities that are still not categorized as cheap. It is recommended for PR to enforce a toll-free call center and create an online chat forum with a choice of special complaint categories to patients registered at RS Rapih.

Keywords: Activity, Customer Relations, Complaints, Panti Rapih Yogyakarta Hospital

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini sudah semakin canggih seiring dengan berjalannya waktu dan pengetahuan manusia semakin bertambah. Banyak perusahaan yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, salah satunya adalah rumah sakit. Masyarakat modern memiliki kesadaran yang semakin meningkat mengenai arti pentingnya kesehatan yang membuat mereka menuntut pelayanan kesehatan yang semakin baik. Setiap organisasi atau perusahaan apapun jenisnya tentu saja membutuhkan fungsi seorang *Public Relations*/Humas terutama dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. Pada tahun 2015, rumah sakit di Indonesia ada sebanyak 2.488 RS yang terbagi menjadi Rumah Sakit Publik dan Rumah Sakit Privat. Kepuasan pelanggan adalah respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standart kerja tertentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk (Tse&Wilton 1988).³

Public Relations merupakan upaya penciptaan dan pengembangan pasar. Bahkan secara galak lebih ditegaskan sebagai usaha agresif dan ofensif untuk merebut pasar.⁴ Hal yang penting dari suatu perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya ditengah masyarakat dan dicintai adalah pelanggan. Sosok *Public Relations* inilah yang menjalin hubungan dengan pelanggan dan mempertahankannya.

³ Fandy Tjiptono&Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality Satisfaction*. ANDI.Yogyakarta h.197

⁴ Dohc Rudolf.1993. *Public Relations* (Teknik dan Taktik Presentasi untuk Pemasaran). PT.Golden Terayon Press. Jakarta h.4

Public Relations yang membawahi *customer relations* disebut perusahaan merupakan ujung tombak yang akan berhadapan langsung dengan pihak publik sebagai pelanggan atau konsumennya, sehingga yang bersangkutan tidak hanya mampu bertindak sebagai komunikator atau mediator, dan sekaligus berupaya menciptakan citra bagi perusahaan atau nama produknya, tetapi juga memiliki kemampuan untuk membantu perusahaan dalam hal memahami sikap atau acuan mengenai kiat pelayanan yang unggul (*service oriented*), yaitu bahwa konsumen (pelanggan) tersebut merupakan asset terpenting (*the most valuable assets*) yang perlu dijaga atau dipertahankan keberadaannya.⁵ Dengan adanya keluhan dari pelanggan akan memberikan kesempatan seorang *Public Relations* dalam kegiatan *customer relations* untuk mendapatkan kepuasan pelanggan ketika seorang *Public Relations* dapat mengambil hati pelanggan saat menyelesaikan keluhan pelanggan. Pelanggan akan merasa dihargai dan dihormati ketika keluhan mereka didengarkan serta direspon dengan baik.

Dalam penelitian peneliti ini lebih menekankan pada aktivitas *customer relations* dalam menangani keluhan melalui lisan dan tulisan bagi *customer* di RS Panti Rapih Yogyakarta. Alasan peneliti mengambil penelitian di RS Panti Rapih Yogyakarta adalah karena masyarakat luas membutuhkan pelayanan kesehatan baik dari masyarakat Yogyakarta maupun luar Yogyakarta. RS Panti Rapih setiap tahunnya tercatat bahwa ada sebanyak 319,212 pasien menjenguk RS Panti Rapih Yogyakarta. Dibandingkan dengan rata-rata rumah sakit di wilayah Yogyakarta, RS Panti Rapih Yogyakarta ada 245,084 pasien yang menjenguk RS Panti Rapih dan lebih banyak daripada rumah sakit tipikal di Jawa. Tentu saja dengan pasien sebanyak ini, sebuah perusahaan khususnya RS Panti Rapih Yogyakarta pasti mengalami permasalahan yang datang dari luar (eksternal) yaitu mendapatkan keluhan-keluhan dari *customer*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti melalui wawancara mendalam (*indept interview*) dan pengamatan pada aktivitas *customer relations* di RS Panti Rapih Yogyakarta dalam menangani keluhan pasien. Wawancara dilakukan peneliti dengan key informan yaitu Rita Kristiari (Kepala Humas RS Panti Rapih Yogyakarta), Sugeng (Staf Humas RS Panti Rapih Yogyakarta), serta informan Pasien I (*active complainers*), Pasien II (*inactive complainers*), dan Pasien III (pasien loyal)

⁵ Rosady Ruslan. 2014. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers h.288-289.

II. TINJAUAN PUSTAKA

a. *Public Relations*

“As publicity is a tool of public relations, so public relations is a tool of marketing”.⁶ Berdasarkan pernyataan tersebut bahwa publisitas adalah alat dari *Public Relations* menjalin hubungan dengan masyarakat, begitu pula seorang *Public Relations* juga sebagai alat dalam hal pemasaran.

Pengertian “*public*” adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian pada sesuatu hal yang sama, mempunyai minat dan kepentingan yang sama. Publik merupakan grup kecil, terdiri atas orang-orang dengan jumlah sedikit, juga dapat merupakan sekelompok besar.⁷ Begitu juga dengan pengertian “*relations*” yang berasal dari bahasa Inggris “hubungan”. Penggunaan *relations* dalam *public relations* mengandung arti adanya hubungan yang timbal balik atau *two-way-communications*.

b. Ruang Lingkup *Public Relations*

Ruang lingkup pekerjaan PR/humas dapat dibagi menjadi enam bidang pekerjaan, yaitu:

1. Publisitas;

2. Pemasaran;

Pemasaran melahirkan kehususan yang disebut dengan *marketing relations* (disebut juga *marketing communication*) dan *customer relations* yang khusus melayani khalayak konsumen dan pelanggan. Perusahaan lebih fokus kepada konsumen/pelanggan yaitu khalayak yang langsung berhubungan dengan perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.⁸

3. *Public Affairs*;

4. Manajemen Isu;

5. Lobi dan;

6. Hubungan Investor

⁶ Albert E. Kudrle, Melvin Sandler. 1995. *Public Relations for Hospitality Managers (Communicating for Greater Profits)*. John Wiley&Sons, Inc. USA.

⁷ Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah. *PUBLIC RELATIONS 2.0.*(Depok. Gramata Publishing,2011). Hal. 5

⁸ Morisan. 2006. *PENGANTAR PUBLIC RELATIONS*. Jakarta Selatan. Inti Wijaya. h.13&17.

c. *Customer (Pelanggan)*

Para pelanggan merupakan salah satu aset perusahaan yang paling berharga. Mereka merupakan sumber penjualan ulang, testimonial, dan acuan; mereka merupakan sumber utama pelanggan baru.⁹ Pelanggan adalah penting bagi suatu perusahaan, dimana pelanggan harus dipuaskan dan dipertahankan. Ketika pelanggan mendapatkan kepuasan dan loyal terhadap perusahaan maka pelanggan akan membagikan kisahnya terhadap oranglain dan mendorong oranglain untuk datang kesuatu perusahaan tersebut menjadi seorang pelanggan baru. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan pelanggan adalah seseorang/pasien RS Panti Rapih Yogyakarta. Pasien disini dikatakan pelanggan bahwa seseorang yang telah yang telah terdaftar menjadi anggota pasien dan mempercayakan RS Panti Rapih sebagai rumah sakit pilihan dalam melakukan pengobatan ketika seseorang tersebut membutuhkannya.

d. *Jenis Customer /Pelanggan*

Pelanggan yang merupakan aset terpenting didalam sebuah perusahaan harus menjadi prioritas perusahaan untuk dipertahankan dan diberi kepuasan. Pelanggan terdiri atas 2 jenis, yaitu :

1. Pelanggan Internal (*Internal Customer*)

Pelanggan Internal yaitu orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produksi barang, sejak dari perencanaan, penciptaan jasa atau pembuatan barang, sampai dengan pemasaran dan penjualan dan pengadministrasiannya.

2. Pelanggan Eksternal (*External Customer*)

Pelanggan Eksternal yaitu semua orang yang berada diluar organisasi komersil atau organisasi non komersil yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari organisasi (perusahaan).¹⁰

e. *Aktivitas Customer Relations*

Komunikasi adalah pertukaran informasi, ide, sikap, emosi, pendapat, atau instruksi antar individu atau kelompok yang bertujuan untuk menciptakan sesuatu, memahami dan mengkoordinasikan suatu aktivitas.¹¹ Maka dalam suatu aktivitas *customer relations*, komunikasi adalah point terpenting dalam

⁹ Frazier, Moore 1988. *Humas Prinsip, Kasus, dan Masalah DUA* . Remadja Karya.Bandung.h.165

¹⁰ Atep, Barata. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo. h.12-13

¹¹ Alo liliweri.. 2011. *Komunikasi (Serba Ada Serba Makna)*. Jakarta.Kencana prenada media group. h.37

menjalin hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya. *Customer relations* ini merupakan salah satu tugas seorang *Public Relations* dalam meningkatkan dan mempertahankan citra perusahaannya. Aktivitas *customer relations* ini dilakukan karena perusahaan dapat berjalan dan berkembang ketika perusahaan mempunyai pelanggan dan mendapatkan kesetiaan dari pelanggannya.

f. Service Of Excellence

Service of Excellence merupakan bagian dari *customer relations* yang lebih menitikberatkan pada kesan pertama dan *good relations-ship*. Hal tersebut karena kesan yang muncul pertama kali, sulit untuk dihilangkan. Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1985:41-50), dalam buku “*A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research*,” terdapat 10 faktor yang menentukan kualitas layanan jasa, yaitu *Realibility, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Credibility, Security, Understanding or Knowing the Customer, Tangibles*¹².

g. Keluhan/Komplain

Secara sederhana, komplain bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan komplain pelanggan melalui sejumlah cara, antaranya kotak saran, formulir komplain pelanggan, saluran telepon khusus, website, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys*.¹³ Keluhan/ komplain dari pelanggan inilah yang harus ditindaklanjuti oleh *Public Relations* dalam aktivitas *customer relations*.

h. Pelanggan Komplain

Dalam kaitannya dengan komplain, Denham (1998) mengidentifikasi tiga tipe pelanggan: *active complainers, inactive complainers, dan hyperactive complainers*.¹⁴

i. Proses Penanganan Keluhan

Dalam suatu perusahaan tidak mungkin mendapatkan 100% kepuasan pelanggan. Keluhan dari pelanggan bukan juga sebagai hal yang ditakuti dan dihindari namun harus dihadapi. Dalam aktivitas *customer relations*

¹² Rosady Ruslan. *MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS & MEDIA KOMUNIKASI*. Rajawali Pers. 2014. Jakarta, h.282-284

¹³ Fandy Tjipto. *Service Marketing (Esensi&Aplikasi)*. Marknesis,2009. Yogyakarta h.317

¹⁴ Ibid. Hal 321-322

dibutuhkan nilai karakteristik manajemen penanganan komplain yang efektif yang prosedurnya jelas dan terstruktur dengan baik agar dapat menyelesaikan masalah serta didukung oleh sumber daya dan infrastruktur yang memadai agar kinerja kerja yang diberikan kepada pelanggan dapat memuaskan. Karakteristik penilaian manajemen komplain yang efektif menurut Tjiptono dan Anastasia (2003) antara lain; komitmen, *visible*, *Accessible*, kesederhanaan, kecepatan, *fairness*, *confidential*, *records*, sumber daya dan *remedy*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. *Aktivitas Customer Relations di RS Panti Rapih Yogyakarta*

Peneliti melihat dan mengamati kegiatan PR/Humas di RS Panti Rapih Yogyakarta dalam sehari-harinya bagaimana PR/Humas RS Panti Rapih Yogyakarta untuk menjalankan kegiatan *customer relations* yang dimana ditempatkan pada bagian *Frontline* (Bagian Informasi). PR/Humas menjaga dibagian *Frontline* dengan tujuan agar lebih dekat dengan pasien dan lebih mudah mengamati pasien yang datang, ini suatu bentuk aksi responsif kepada pasien jika membutuhkan informasi, pengarahan, dan mudah bagi pasien dalam menyampaikan keluhan secara langsung. Saat pasien menghampiri PR/Humas RS Panti Rapih di bagian *Frontline*, PR/Humas harus segera berdiri dengan tangan didada mengucapkan selamat pagi/siang/sore/malam dan bertanya “apakah yang bisa saya bantu?” dan mengucapkan “terimakasih” untuk mengakhiri percakapan. PR/Humas di RS Panti Rapih melakukan penjualan dalam menjelaskan pelayanan kesehatan apa yang ada di RS kepada pasien baru, dan mengarahkan sesuai dengan keluhan kesehatan dan kebutuhan dari pasien. Mengenai keluhan/komplain, PR/Humas dalam aktivitas *customer relations* harus peka dalam menerima, memahami, menganalisis keluhan pasien dan menyelesaikan permasalahan yang ada secepat mungkin dan melakukan *follow up* agar pasien merasa dihargai atas keluhan yang disampaikan. Sebagai bentuk *follow up* jika terjadinya keluhan, pihak PR/Humas dalam kegiatan *customer relations* segera menghubungi pasien yang bersangkutan untuk memberitahu bahwa keluhan yang diterima akan diproses dan tidak lupa meminta maaf dan mengucapkan terimakasih. PR/Humas RS Panti Rapih dalam aktivitas *customer relations* melakukan tugas komunikasi seperti menyapa pasien saat di *Frontline*, menyapa pasien dan keluarga pasien saat berkeliling di RS, ramah terhadap karyawan

karena karyawan juga termasuk pelanggan internal. Komunikasi yang baik penting dilakukan dan diperhatikan karena komunikasi merupakan alat yang penting dalam menyampaikan pesan-pesan kepada publik agar tercapai tujuan suatu perusahaan.

b. *Service Of Excellence* pada aktivitas *customer relations* di RS Panti Rapih Yogyakarta

Service of Excellence merupakan bagian dari *customer relations* yang lebih menitikberatkan pada kesan pertama dan *good relations-ship*. Hal tersebut karena kesan yang muncul pertama kali, sulit untuk dihilangkan.

1. Reliability

Keandalan, mencakup kinerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya (dependability), serta dapat memenuhi janji yang ditawarkan dalam memberikan pelayanan. Seperti motto RS panti Rapih Yogyakarta dalam pelayanan kesehatannya yaitu “Sahabat Untuk Hidup Sehat” maka seluruh karyawan RS harus memberikan pelayanan yang terbaik dan penuh kasih. Dalam melakukan aktivitas *customer relations*, seorang PR/Humas harus dapat diandalkan, dipercaya dalam situasi dan kondisi apapun. PR/Humas dituntut untuk selalu mengupayakan segala sesuatu yang terbaik kepada pasien. PR/Humas dalam menangani pasien harus inisiatif berpikir cepat dalam memutuskan sesuatu dengan bijaksana karena pasien (orang sakit) butuh penanganan yang cepat dan tepat.

2. Responsiveness

Kesigapan dalam merespon dan memberikan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh para pelanggannya. PR/Humas dalam melakukan kegiatan *customer relations* tentu yang diharapkan adalah PR/Humas yang responsive dan yang sigap dalam menghadapi segala kondisi yang ada dilapangan baik hal yang kecil maupun hal yang besar. Di RS Panti Rapih, PR/Humas melakukan kegiatan *customer relations* salah satunya yaitu menjaga bagian frontline agar PR/Humas dengan mudah berinteraksi dengan pasien dan bisa mengamati pasien. PR/Humas selalu respon terhadap pasien yang datang, contohnya saat pasien ingin mendaftarkan diri kepada dokter bersangkutan dan si pasien belum memahami bagaimana menggunakan mesin anjungan yang benar seperti apa, PR/Humas segera menghampiri dan memberikan pengarahan.

3. Competence

Memiliki keterlampiran dan pengetahuan yang baik tentang produk jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Dalam kegiatan customer relations, PR/Humas harus memiliki keterlampiran dan pengetahuan yang baik mengenai jasa yang akan ditawarkan kepada pelanggan. PR/Humas di RS Panti Rapih merupakan seseorang yang bukan berasal dari background pendidikan kesehatan namun mereka mempelajari pelayanan yang ada di RS Panti Rapih. Menjaga di bagian frontline/informasi disebuah rumah sakit adalah dimana seorang PR/Humas menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya. PR/Humas di Panti Rapih harus mengingat setiap layanan kesehatan yang tersedia, dokter-dokter yang praktek disetiap hari dan jam prakteknya, gedung dan lantai berapa dokter akan praktek, serta memberikan pengarahan pasien saat menyampaikan keluhan kesehatan yang terjadi pada pasien.

4. *Access*

Kemudahan untuk menghubungi dan dijumpai, seperti lokasi, fasilitas, dan informasi produk layanan jasa mudah diakses pelanggan. RS Panti Rapih berada strategis yang dapat ditempuh oleh kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Dan juga RS Panti Rapih telah memberikan informasi lengkap mengenai nomor telepon RS, alamat lengkap dan informasi layanan kesehatan yang disediakan oleh RS Panti Rapih yaitu di website: www.pantirapih.or.id. Di website tersebut juga, pasien bisa mendapatkan informasi sekitar kesehatan dan layanan yang ada di RS serta dapat menyampaikan keluhan dan akan direspon oleh pihak terkait seperti PR/Humas. Pasien dimudahkan juga mendaftarkan diri ke dokter yang dituju menggunakan mesin anjungan pribadi atau by phone.

5. *Courtesy*

Memiliki sopan santun, respek, perhatian, keramahan dari pihak pemberi jasa layanan dalam kontak personal, melalui operator telepon, resepsionis, *customer service* dan *customer relations*. Seluruh karyawan RS Panti Rapih telah mendapatkan pelatihan pelayanan khususnya dalam menyambut pasien sebagaimana mestinya sebuah perusahaan melayani pelanggannya baik secara tatap muka (dibagian *frontline* dan *counter* pendaftaran) maupun via telepon. “selamat pagi/siang/sore/malam dengan saya Rita bagian informasi RS Panti Rapih. Ada yang bisa saya bantu?” dan mengucapkan “maaf dan terimakasih” Intensitas pasien maupun keluarga pasien dalam mendapatkan informasi ruangan pasien rawat inap maupun layanan kesehatan seringkali

diterima dibagian *frontline*. Sikap ramah, respek, sopan dijunjung tinggi, terutama pada sebuah rumah sakit yang dimana pasien dianggap manusia unik yang membutuhkan pelayanan dan perhatian khusus.

6. *Communication*

Media komunikasi yang dipergunakan selain dapat memudahkan penyampaian pesan-pesan, informasi dan mudah dipahami, serta penuh perhatian untuk mendengar atau keluhan yang disampaikan oleh pelanggannya. Dalam penyampaian keluhan, RS Panti Rapih telah memberikan beberapa fasilitas kepada pasien yaitu web, kotak kritik dan saran, via telepon, *fax*, koran dan *email*. Semua informasi dan alur telah diedukasikan secara terus menerus oleh PR/Humas dibagian informasi/*frontline*.

7. *Credibility*

Kepercayaan yang dibangun itu berawal dari sifat jujur dan dapat diterima, biasanya mencakup citra, nama dan reputasi yang baik dari pihak perusahaan atau *customer service* dalam berinteraksi dengan para pelanggannya. Bentuk loyalitas dari seorang karyawan adalah bagaimana sifat kredibel diterapkan dalam aktivitas kerja. Begitu juga dengan PR/Humas Panti Rapih dalam bekerja, dimulai dengan doa pagi pukul 07.00 dan dilanjutkan dengan keliling rumah sakit untuk kontroling kotak kritik dan saran, menjaga *frontline* hingga jam kerja berakhir (shift pagi 07.00-14.00, shift siang 14.00-21.00). Karyawan yang bersikap jujur dalam bekerja dan melakukan pekerjaan sebagai semestinya akan meningkatkan mutu pelayanan, dan pasien tidak akan menunggu lama dalam pelayanan.

8. *Security*

Menciptakan rasa aman dan nyaman dari suatu resiko atau keragu-raguan, yaitu berkaitan dengan keamanan secara fisik (*physical safety*), keuangan (*financial security*), dan kerahasiaan terjamin (*confidential*). Rasa aman, nyaman adalah sesuatu hal yang penting dan diperhatikan dalam suatu perusahaan terhadap pelanggannya, begitu juga yang terjadi di RS Panti Rapih. RS dalam hak privasi pasien sangat ketat dan dijaga demi keamanan jasmani dan rohani pasien.

9. *Understanding or Knowing the Customer*

Berupaya memahami kebutuhan atau keinginan para pelanggannya. Untuk meningkatkan mutu pelayanan, maka perusahaan harus melakukan perbaikan dan pengembangan fasilitas sesuai dengan kebutuhan pelanggannya. Keluhan sesuatu hal yang berharga bagi setiap perusahaan untuk proses kemajuan dan perbaikan,

dengan keluhan yang ada, pihak perusahaan dapat mengetahui kebutuhan apa saja yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Di RS Panti Rapih, PR/Humas menghargai setiap apa yang diutarakan oleh pasien dan didokumentasikan dalam bentuk laporan keluhan pelanggan untuk nantinya menjadi bahan evaluasi dalam memahami kebutuhan dan keinginan pasiennya.

10. *Tangibles*

Wujud fisik yang ditampilkan, sosok gedung, ruangan, fasilitas, dan sarana parkir serta peralatan penunjang lainnya untuk memberikan pelayanan jasa yang memadai, aman, dan nyaman. RS Panti Rapih menyediakan fasilitas yang nyaman, setiap sudut ruangan rumah sakit yang bersih, wangi. Di RS Panti Rapih menyediakan kantin sehat, layanan kesehatan yang modern dan canggih, taman yang terawat dan asri, gedung yang besar dan luas. Gedung yang megah dan menarik menjadi cerminan bahwa layanan kesehatan yang akan didapatkan juga lebih maksimal.

c. **Pasien Internal dan Eksternal di RS Panti Rapih Yogyakarta**

Dalam menjalankan aktivitas *customer relations*, seorang PR/RS Panti Rapih melayani pelanggan baik pelanggan eksternal maupun internal. Pelanggan terdiri atas 2 jenis, yaitu Barata (2004:12-13):

1. Pelanggan Internal (*Internal Customer*) yaitu orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produksi barang, sejak dari perencanaan, penciptaan jasa atau pembuatan barang, sampai dengan pemasaran dan penjualan dan pengadministrasiannya. Pada RS Panti Rapih pelayanan jasa yang diberikan beragam, dimulai dengan pelayanan jasa kesehatan dari dokter ke pasien, perawat ke pasien, para karyawan dan satpam ke pasien demi memenuhi kebutuhan pasien dan memberikan rasa nyaman saat berada di RS Panti Rapih. RS Panti Rapih juga memberikan layanan jasa berupa home care, dimana pasien bisa mendapatkan perawatan medis dirumah tanpa pasien harus memaksakan diri untuk datang ke RS jika perawatan dapat dilakukan di rumah dengan bantuan tim medis dari pihak RS. Sedangkan layanan yang berupa barang, di RS Panti Rapih menawarkan kepada pasien layanan *Cathering* diet sehat yang bisa di *delivery* kerumah-rumah pasien, alat kesehatan, dan juga obat-obatan.
2. Pelanggan Eksternal (*External Customer*) yaitu semua orang yang berada diluar organisasi komersil atau organisasi non komersil yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari organisasi (perusahaan). Pada RS Panti Rapih,

kegiatan *customer relations* untuk pelanggan/pasien eksternal yaitu pasien dari organisasi komersil maupun pasien non komersil. Pasien yang datang ke RS Panti Rapih adalah pasien-pasien yang merupakan pasien rujukan dari RS lain atau rujukan dari BPJS¹⁵ yang datang untuk memenuhi kebutuhan kesehatannya.

d. Perilaku Pasien Mengenai Keluhan/Komplain di RS Panti Rapih Yogyakarta

Sebuah perusahaan yang besar tentu saja tetap akan mendapatkan keluhan pelanggan. Semakin besar perusahaan tersebut, semakin besar harapan pelanggan terhadap perusahaan. Saat harapan tidak sesuai dengan yang ada dilapangan, maka timbullah keluhan pelanggan. Fandi Tjiptono (2009:317-318) Dalam hal ketidakpuasan, paling tidak terdapat empat kemungkinan respon pelanggan mengenai perilaku komplain, sebagai berikut:

1. Tidak melakukan apa-apa

Walaupun pasien tidak puas secara keseluruhan dan pasien merasa dirugikan namun karena pasien dengan pelayanan kesehatan yang baik, pasien memilih tidak melakukan apa-apa karena pasien merasa kecil kemungkinan keluhan akan mendapatkan solusi yang sesuai dan karena terbatasnya waktu daripada tidak sama sekali.

2. Berhenti membeli produk/jasa perusahaan yang bersangkutan

Walaupun pasien tidak puas secara keseluruhan dan pasien merasa dirugikan namun karena pasien dengan pelayanan kesehatan yang baik, pasien memilih tidak melakukan apa-apa karena pasien merasa kecil kemungkinan keluhan akan mendapatkan solusi yang sesuai dan karena terbatasnya waktu daripada tidak sama sekali.

3. Menyampaikan secara langsung

Pasien dalam menyampaikan keluhan memiliki besar harapan bahwa uangnya dapat kembali namun kenyataannya tidak. Hal ini yang membuat pasien merasa kecewa dan memilih tidak kembali lagi untuk berobat di RS Panti Rapih.

4. Mengadu Pada Media Massa

Pasien memilih mengadu di media sosial di FB dan pihak PR/Humas memilih untuk menjadikan kritik/keluhan di media sosial dijadikan masukan dan tidak ditangani lebih lanjut karena takut akan menjadi viral. Sedangkan untuk pasien yang komplain

¹⁵ BPJS Kesehatan (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang ditugaskan khusus oleh pemerintah untuk menyelenggarakan jaminan pemeliharaan kesehatan bagi seluruh rakyat Indonesia, terutama untuk Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun PNS dan TNI/POLRI, Veteran, Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya dan Badan Usaha lainnya ataupun rakyat biasa.

di media massa, keluhan akan diselesaikan secara intern terlebih dahulu dan tetap menjawab juga melalui media massa juga. Jawaban yang diberikan cukup singkat saja dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh orang awam yang membacanya.

e. Tipe-tipe Pasien Komplain di RS Panti Rapih Yogyakarta

Dipaparkan pada buku Fandy Tjipto (2009:321-322) Dalam kaitannya dengan komplain, Denham (1998) mengidentifikasi tiga tipe pelanggan: *active complainers*, *inactive complainers*, dan *hyperactive complainers*.

1. **Active complainers**, Di RS Panti Rapih tentu saja pasti ada pasien yang komplain untuk mendapatkan kepuasan atas memenuhi kebutuhan kesehatannya. Dalam menangani keluhan pelanggan PR/Humas RS Panti Rapih selalu siaga dan berusaha dengan cepat dan tepat dalam penanganannya terutama dalam mempertahankan citra dan loyalitas RS. PR/Humas RS Panti Rapih dalam aktivitas customer relationnya selalu mengusahakan yang terbaik kepada pasien karena keluhan dari pelanggan akan menjadi masukan yang akan menunjang perusahaan untuk lebih baik lagi kedepannya.
2. **Inactive complainers**, pihak PR/Humas juga belum memiliki jalan keluar untuk mengurangi terjadinya keluhan pasien yang tidak tersampaikan. Namun keluhan yang tidak aktif tersebut dijadikan masukan bagi PR/Humas yang akan dikaji lagi apakah butuh penanganan *urgent* atau tidak. Namun pihak PR/Humas akan mengusahakan yang terbaik bagi setiap pelanggan dalam memfasilitasi penyampaian keluhan. Keluarga pasien merasa bahwa dalam menyampaikan keluhan membutuhkan waktu untuk menyampaikan komplain dan juga merasa kemungkinan kecil keinginan atas keluhan yang diutarakan akan dipenuhi sedangkan pasien membutuhkan layanan kesehatan 2x dalam seminggu seumur hidup dari pada tidak mendapatkan ruangan lebih baik diam. Dengan situasi dan kondisi seperti itulah pasien enggan menyampaikan keluhannya.
3. **Hyperactive complainers**, beberapa pasien yang datang di RS Panti Rapih datang komplain dengan marah-marah dengan tujuan akan lebih besar peluang untuk pasien mendapatkan sesuatu sesuai keinginannya. Komplain yang diutarakan sebenarnya bukan kesalahan dari RS, prosedur telah diinformasikan secara jelas namun pasien kerap kali mencari jalan pintas yang salah. Sebagai PR/Humas dalam melakukan aktivitas customer relations harus segera menangani agar permasalahan tidak semakin

besar dan pasien semakin meluap-luap. Pasien segera diberikan perhatian khusus, dan diedukasi secara perlahan.

f. Manajemen Penanganan Keluhan/Komplain Efektif di RS Panti Rapih Yogyakarta

Dalam menangani keluhan pelanggan dibutuhkan manajemen penanganan komplain/keluhan yang efektif dalam memuaskan pelanggan. pelanggan dalam sebuah rumah sakit merujuk kepada masyarakat yang membutuhkan layanan kesehatan atau yang dikenal dengan sebutan pasien. Peneliti dalam penelitian ini mengamati aktivitas PR/Humas RS dalam menangani keluhan pasien dan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam tentunya. Karakteristik penilaian manajemen komplain yang efektif menurut Tjiptono dan Anastasia (2003) adalah sebagai berikut:

1. Komitmen

Menjadi seorang PR/Humas dalam menjalankan kegiatan *customer relations* dan menangani keluhan langsung dilapangan seorang PR harus memiliki pemikiran yang dewasa dan inisiatif. Memutuskan sesuatu memang tidak mudah, namun seorang PR harus bersikap tegas, responsif, dan berani dalam mengambil langkah. PR/Humas RS Panti Rapih Yogyakarta dalam menangani keluhan pelanggan mengedepankan sikap empati kepada pasien, dengan sabar mendengarkan keluhan dan menanganinya dengan cepat dan tepat untuk peningkatan kualitas jasa.

2. *Visible*

PR/Humas RS Panti Rapih telah memberikan fasilitas kepada pasien mengenai alur penyampaian keluhan. Keluhan dapat disampaikan langsung ke bagian Frontline yang ditangani langsung oleh PR/Humas RS Panti Rapih, lembar kritik dan saran, melalui telepon, koran, *email*, dan fax.

3. *Accessible*

Perusahaan menjamin bahwa pelanggan dapat menyampaikan komplain secara bebas, mudah, dan murah. Di RS Panti Rapih dalam menyampaikan keluhan sudah difasilitasi dengan berbagai cara yang bebas dan mudah namun untuk pasien yang tidak sedang berada di RS jika ingin menyampaikan keluhan langsung tentu tidak murah karena penyampaian komplain by phone beban biaya telepon masih ditanggung oleh pasien.

4. Kecepatan

Di RS Panti Rapih, PR/Humas menggunakan komitmen penanganan komplain 2x24 sebagai bentuk *responsive* pihak RS terhadap pasien. Jika keluhan ditangani secara cepat, tentu saja pasien akan merasa dihargai. PR/Humas RS Panti Rapih menggunakan komitmen sasaran mutu 2x24 jam, karena jika keluhan dibiarkan berlama-lama bisa jadi keluhan tersebut akan menjadi permasalahan yang akan lebih besar.

5. *Fairness*

Setiap komplain mendapatkan perlakuan yang sama, adil, tanpa membeda-bedakan. Di RS Panti Rapih setiap pasien diperlukan sama rata tidak memandang ras maupun status sosial. RS Panti Rapih memandang pasien sebagai manusia yang unik yang membutuhkan pelayanan khusus dan diperlakukan istimewa tanpa membeda-bedakan, semua pasien yang datang adalah orang yang akan dilayani sepenuh hati karena RS Panti Rapih mempunyai motto “Sahabat Untuk Hidup Sehat”. Pelayanan yang diberikan tentu saja akan sama rata dan adil, begitu juga dalam menangani komplain dari pasien, seorang PR/Humas bersikap bijaksana, adil tanpa membeda-bedakan.

6. *Confidential*

Menghargai dan menjaga keinginan dan privasi pelanggan. Setiap pasien RS Panti Rapih jika ingin melakukan pemeriksaan maupun pengobatan wajib mengisi formulir dan menjadi anggota pasien di RS Panti Rapih agar pihak RS dapat merekam riwayat medis pasien dan dijaga hak privasinya. Hak privasi pasien RS Panti Rapih akan dihargai dan dijaga meskipun dari keluarganya sendiri jika itu merupakan keinginan dari pasien demi kenyamanan pasien.

7. *Records*

Data mengenai komplain disusun sedemikian rupa sehingga memudahkan setiap upaya perbaikan yang berkesinambungan. Di RS Panti Rapih komplain yang datang tidak semata-mata hanya sebatas direspon dan diselesaikan namun juga didokumentasikan secara baik dan disusun menjadi sebuah laporan keluhan pelanggan setiap caturwulan, ini akan dijadikan bahan evaluasi dan perbandingan kualitas pelayanan jasa yang telah dilakukan dan sebagai bahan perbaikan untuk kedepannya lebih baik lagi demi kepuasan pelanggan.

8. Sumber daya

Perusahaan mengalokasikan sumber daya dan infrastruktur yang memadai untuk pengembangan dan penyempurnaan sistem penanganan komplain termasuk pelatihan karyawan. Saat terjadinya komplain, PR/Humas Panti Rapih akan menganalisis

penyebab terjadinya keluhan dan hasil dari evaluasi laporan keluhan pelanggan akan menjadi alasan kuat untuk melakukan perbaikan baik segi fasilitas infrastuktur ataupun pembaharuan sistem lebih baik lagi. PR/Humas RS Panti Rapih juga mengedukasi kepada setiap karyawan mengenai sistem penanganan komplain.

9. *Remedy*

Pemecahan dan penyelesaian yang tepat (seperti permohonan maaf, hadiah, ganti rugi, *refund*) untuk komplain ditetapkan dan diimplementasikan secara konsekuen. Di RS Panti Rapih dalam menangani keluhan pelanggan serang PR/Humas harus bersikap ramah dan dapat mengontrol emosi terlebih dalam menangani keluhan dari pelanggan yang menyampaikan keluhan dengan marah-marah. Tindakan yang pertama yang seorang PR/Humas lakukan adalah meminta maaf sebelumnya, dan memberikan solusi terbaik.

IV. KESIMPULAN

g. Kesimpulan

Dalam menangani keluhan pasien, PR/Humas bersikap empati mendengarkan dengan seksama keluhan-keluhan pasien dan memberikan solusi yang terbaik sesuai dengan prosedur rumah sakit. Memberikan kesan terbaik kepada pasien adalah cara terbaik dalam memuaskan pasien dan membentuk loyalitas para pasien. Namun dalam melakukan aktivitas *customer relations* dengan jumlah pasien yang sangat padat, PR/Humas RS Panti Rapih harus siap sedia menerima, menganalisis, menyelesaikan, mengevaluasi keluhan yang didapatkan dari pasien. PR/Humas RS Panti Rapih dalam melakukan aktivitas *customer relations* yaitu menjalankan pelayanan prima (*service of excellence*) dan dalam menangani keluhan pelanggan menggunakan 10 nilai kreteria manajemen penanganan komplain yang efektif.

1. PR/Humas RS Panti Rapih dalam menjalankan aktivitas *customer relations* harus menjadi sosok yang dapat dipercaya, diandalkan dan terampil mengenai seputar dunia kesehatan serta harus dengan segera memutuskan suatu keputusan dilapangan.
2. PR/ Humas RS Panti Rapih mengedepankan sikap responsif harus dijunjung tinggi dalam memberikan pelayanan yang prima, pasien adalah orang yang membutuhkan pelayanan yang cepat dan tepat, jangan membiarkan pasien untuk menunggu dalam mendapatkan pelayanan kesehatan.

3. PR/Humas RS Panti Rapih dalam menjalankan aktivitas *customer relations* harus bersikap sopan, ramah, rapi, dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pasien. Dalam menyampaikan pesan harus jelas dan mudah dipahami oleh pasien. Dalam bekerja juga harus bersikap jujur dan totalitas, bekerja dengan hati yang tulus sehingga pasien dapat merasakan pelayanan yang kita berikan padanya adalah pelayanan yang terbaik agar pasien akan tetap memilih RS Panti Rapih sebagai RS pilihan.
4. PR/Humas RS Panti Rapih Yogyakarta selalu dengan ramah menyambut pasien, memperhatikan sekitar terutama kepada pasien yang membutuhkan informasi, pengarahan, dan bantuan. selalu dengan ramah menyambut pasien, memperhatikan sekitar terutama kepada pasien yang membutuhkan informasi, pengarahan, dan bantuan.
5. Dalam menangani keluhan pasien, PR/Humas bersikap empati mendengarkan dengan seksama keluhan-keluhan pasien dan memberikan solusi yang terbaik sesuai dengan prosedur rumah sakit. Memberikan kesan terbaik kepada pasien adalah cara terbaik dalam memuaskan pasien dan membentuk loyalitas para pasien. Namun penanganan komplain tidak secara tatap muka dengan pasien peneliti ras kurang efektif. Dengan kepadatan pasien di RS Panti Rapih dan waktu yang terbatas membuat PR/Humas di RS Panti Rapih yang jumlahnya sangat minim membuat PR/Humas hanya lebih fokus kepada keluhan pelanggan yang berada di RS.
6. Pihak manajemen di RS Panti Rapih telah memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada pasien tentang prosedur penyampaian komplain dan pihak-pihak yang dapat dihubungi. PR/Humas dalam menangani keluhan pasien di RS Panti Rapih telah menjamin bahwa pelanggan dapat menyampaikan komplain secara bebas, mudah, dan namun pasien RS Panti Rapih belum mendapatkan layanan penyampaian komplain dengan murah dimana di RS Panti Rapih belum diberlakukannya telepon bebas pulsa.
7. Dalam menjalankan aktivitas *customer relations* dalam menangani keluhan, PR/Humas di RS Panti Rapih menggunakan komitmen penanganan komplain 2x24 jam, hal ini agar keluhan ditangani secepat mungkin hal ini yang bisa jadi memicu pihak PR/Humas menyelesaikan permasalahan kurang efektif karena kegiatan PR di RS sangat padat dan staf PR juga sedikit. Namun setiap keluhan yang ada tidak hanya sekedar diterima dan diselesaikan namun juga dijadikan

bahan sebagai evaluasi karena perusahaan akan maju dimulai dengan menganalisis kebutuhan pasien melalui keluhan pelanggan.

8. Data mengenai komplain dari pasien, PR/Humas RS Panti Rapih menyusun dan mendokumentasikan setiap keluhan pasien sedemikian rupa dan akan dievaluasi dalam laporan keluhan pelanggan setiap caturwulan sehingga memudahkan setiap upaya perbaikan yang berkesinambungan.
9. Setiap perkembangan atau kemajuan dalam penanganan komplain yang sedang diselesaikan, dikomunikasikan kepada pasien yang bersangkutan dengan porsi penanganan keluhan yang sama dalam arti tidak memandang pasien dari ras, agama, ataupun status sosial. Setiap komplain mendapatkan perlakuan yang sama, adil, tanpa membeda-bedakan namun mendahulukan keluhan yang dianggap perlu penanganan *urgent*.
10. Penanganan keluhan pasien yang terpenting adalah rasa empati yang diberikan dan menjadi orang yang dapat dipercaya baik dari sikap menghargai dan menjaga keinginan dan privasi pasien. PR/Humas RS Panti Rapih dan seluruh karyawan menjunjung tinggi hak privasi tersebut.
11. PR/Humas RS Panti Rapih telah mengalokasikan sumber daya dan infrastruktur yang memadai untuk pengembangan dan penyempurnaan sistem penanganan komplain termasuk pelatihan karyawan untuk mengurangi terjadinya keluhan pasien dan perbaikan pelayanan jasa untuk komplain yang diimplementasikan secara konsekuen.

h. KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan yang dialami dalam melakukan penelitian ini adalah data mengenai laporan rutin keluhan pasien yang bersifat sangat rahasia, dan keterbatasan waktu dan kondisi yang tidak efektif untuk melakukan penelitian dengan pasien di RS Panti Rapih. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya mengenai *customer relations* dibidang kesehatan. Penelitian selanjutnya diharapkan peneliti ikut berperan serta dilapangan (*participant observation*) agar pemahaman peneliti pada penelitian lebih mendalam lagi. Untuk melakukan *participant observations*, peneliti membutuhkan pengamatan dan keikutsertaan dilapangan dengan kurun waktu yang cukup lama sampai taraf tertentu.

i. KRITIK & SARAN

- KRITIK

Dalam penelitian ini, saran dan kritik sangat dibutuhkan oleh pihak instansi dengan demikian peneliti mempunyai kritik yang akan disampaikan melalui laporan skripsi yang sekiranya menjadi masukan dalam upaya perbaikan kepada pihak RS Panti Rapih Yogyakarta untuk menjadi lebih baik lagi, antara lain:

1. Penelitian mengenai PR/Humas dalam aktivitas *customer relations* telah banyak dilakukan di perusahaan-perusahaan barang dan jasa, namun penelitian dibidang kesehatan belum begitu banyak diteliti oleh mahasiswa komunikasi. Banyak dari penelitian sebelumnya mengenai hubungan dengan pasien dan penanganan keluhan pasien dilakukan oleh peneliti dengan *background* pendidikan kesehatan. Penelitian PR/Humas pada bidang kesehatan akan lebih baik dilanjutkan dan dikembangkan oleh peneliti komunikasi selanjutnya untuk menjadi referensi kepada pembaca yang meminati dunia PR dibidang kesehatan.
2. Di RS Panti Rapih dalam menangani keluhan pelanggan belum memberikan fasilitas *Call Center* bebas pulsa yang menjadi faktor pendukung pasien enggan menyampaikan kritik ataupun saran.
3. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) pada divisi PR RS Panti Rapih Yogyakarta yang berakibat kurang efektifnya dalam aktivitas *customer relations* dengan kepadatan pasien yang cukup ramai dan sibuk di RS Panti Rapih.

- **SARAN**

1. Pekerjaan seorang PR yang bekerja di RS sangat berbeda dengan PR perusahaan lain. Seorang PR rumah sakit akan lebih mudah berinteraksi dengan pasien harus memahami pasien bahwa seseorang yang butuh penanganan khusus. Membantu pasien mengurangi beban perasaan dan pikiran serta membantu pasien mengambil tindakan untuk mengubah situasi yang ada bila diperlukan oleh pasien. Membantu mengurangi keraguan pasien dan membantu pasien mengambil tindakan yang efektif. RS Panti Rapih adalah RS swasta yang terbesar di Yogyakarta yang telah berdiri dan melakukan pelayanan kesehatan selama 87 tahun. Dalam melakukan pelayanan jasa dengan padatnya pasien sebaiknya RS harus memberikan layanan *Call Center* bebas pulsa agar pasien lebih mudah dan murah dalam menyampaikan keluhan.
2. Aktivitas *Customer Relations* akan lebih efektif jika menambah staf PR/Humas agar pelayanan lebih baik lagi.
3. Di era digital sekarang, akan lebih baik jika RS Panti Rapih membuat forum *chatting online* khusus kepada pasien yang terdaftar di RS Rapih agar pasien

dengan nyaman untuk menyampaikan keluhan, agar keluhan kecil pun pasien dengan leluasa menyampaikan tanpa harus repot menulis di kertas kritik dan saran, atau menghubungi via telepon kepada pihak PR/Humas RS daripada akhirnya banyak pasien mengeluh-eluhkan di media sosial.

V. DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdul Majid, Suharto. 2009. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta Rajawali Press
- Barata, Atep. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo
- Butterick, Keith. 2011. *Pengantar Public Relations*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta. PT Pusaka Utama Grafiti
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi (Serba Ada Serba Makna)*. Jakarta. Kencana prenada media group.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moore, Frazier. 1988. *Humas Prinsip, Kasus, dan Masalah DUA*. Bandung. Remadja Karya.
- Morisan. *PENGANTAR PUBLIC RELATIONS*. 2006. Jakarta Selatan. Inti Wijaya.
- Gusti I,Ngurah Putra. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta. Penerbitan Univ. Atma Jaya Yogyakarta
- Kudrle, Albert E. Melvin Sandler. 1995. *Public Relations for Hospitality Managers (Communicating for Greater Profits)*. USA. John Wiley&Sons, Inc.
- Rudolft, Dochc.1993. *Public Relations (Teknik dan Taktik Presentasi untuk Pemasaran)*. Jakarta. PT.Golden Terayon Press.
- Ruslan, Rosady. 1997. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- . 2003. *Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta. PT.Rajagrafindo Persada.
- . 2014. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers
- Saputra, Wahidin & Rulli Nasrullah. 2011. *PUBLIC RELATIONS 2.0*. Depok. Gramata Publishing
- Tjiptono, Fandi dan Anastasia. 2003. *Total Quality Manajement*. Yogyakarta. ANDI
- . 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*.Yogyakarta. ANDI
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality Satisfaction*.Yogyakarta. ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Service Marketing (Esensi&Aplikasi)*. Yogyakarta. Marknesis
- Tondowidjojo, John. 1994. *Arah dan Dasar "Public Relations"*. Surabaya. Yayasan Sanggar Bina Tama

Adaptasi dari Laporan KKL:

Chalarenisia, Nova. 2016. *Strategi PR Dalam Meningkatkan Citra RS Panti Rapih Yogyakarta*. Laporan tidak diterbitkan. Program Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Skripsi :

Dwi Agung, Saputro. 2015. *Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan Dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Tanggungan BPJS Di Rumah Sakit Bethesda Yogyakarta*. Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Ilmu Kesehatan. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Irawan, Chandra. 2009. *Aktivitas Customer Relations PT.UNILAB PERDANA Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Pelanggan*. Jakarta. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Widyastuti N, Hapsari. 2014. *Kualitas Customer Relations PT. Perusahaan Listrik Negera (Persero) Daerah Istimewa Yogyakarta*. Fakultas Ilmu Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Mariana, Indah. 2007. *Aktivitas Customer Relations Rumah Sakit ATMAJAYA Dalam Memberikan Kepuasan Kepada Pasien*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

WEB :

<http://www.depkes.go.id/resources/download/pusdatin/profil-kesehatan-indonesia/profil-kesehatan-Indonesia-2015.pdf> (29 Januari 2017)

<http://rumah-sakit.findthebest.co.id/1/4/RSU-Panti-Rapih#Indikator&s=1dvzEb> (29 Januari 2017)

<http://www.solopos.com/2016/11/07/rs-panti-rapih-menjaring-saran-dari-pelanggan-766880> (Diakses pada tanggal 14 Mei 2017)