

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan perekonomian serta kesadaran masyarakat dalam menyikapi masalah kesehatan saat ini, kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan yang berkualitas pun meningkat. Pelayanan kesehatan merupakan salah satu indikator dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kesehatan merupakan kebutuhan bagi setiap umat manusia, oleh karena itu jasa pelayanan kesehatan adalah fasilitas yang wajib dimiliki oleh setiap daerah. Terlebih lagi dengan otonomi daerah yang menyatakan jumlah penyedia jasa kesehatan di suatu daerah harus sebanding dengan jumlah penduduk di daerah tersebut. Melihat kebutuhan tersebut banyak bermunculan penyedia pelayanan jasa kesehatan di setiap daerah. Mulai dari rumah sakit negeri, rumah sakit swasta, puskesmas, bahkan berbagai jenis pengobatan tradisional (alternatif).

*Menurut data profil kesehatan Indonesia di tahun 2018 Departemen Kesehatan Indonesia, rumah sakit di Indonesia dari tahun 2014-2018 mengalami peningkatan sebesar 16,92%. Pada tahun 2014 jumlah rumah sakit sebanyak 2.406 unit meningkat menjadi 2.813 unit pada tahun 2018. Jumlah rumah sakit di Indonesia sampai dengan tahun 2018 terdiri dari 2.269 unit Rumah Sakit Umum (RSU) dan 554 unit Rumah Sakit Khusus (RSK).<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> "Profil Kesehatan Indonesia 2018" : <http://www.depkes.go.id> diakses pada tanggal 16 Oktober 2019, 07:00 WIB

Dengan jumlah rumah sakit di Indonesia yang semakin bertambah setiap tahunnya, masing-masing rumah sakit dihadapkan dalam persaingan untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan serta citra sehingga mampu mendapatkan perhatian serta kepercayaan dari pengguna jasa kesehatan saat ini.

Sejalan dengan tujuan pembangunan, pemerintah telah melakukan reorientasi pembangunan kesehatan. Sehingga paradigma baru kesehatan harus menjadi prioritas seluruh *stakeholders* bangsa. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan pelayanan kesehatan agar menjadi terbaik adalah peningkatan mutu pelayanan. Ketika masyarakat mendatangi perusahaan, hal pertama yang mereka lihat adalah standar pelayanan yang terdapat di suatu perusahaan. Menurut Zimmerman Mary dalam Herlambang, mutu pelayanan kesehatan memenuhi dan melebihi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui peningkatan yang berkelanjutan atas seluruh proses. Pelanggan meliputi pasien, keluarga, dan lainnya yang datang untuk mendapatkan pelayanan atau lainnya. Dokter, karyawan, dan anggota masyarakat lainnya yang kita layani.<sup>2</sup>

Dalam pelayanan kesehatan di sekitar kita, terdapat suatu stigma negatif yang muncul di kalangan masyarakat mengenai pelayanan publik yang disediakan pemerintah khususnya pelayanan kesehatan. Seperti pelayanan yang lambat dalam penanganan rawat jalan dan membuat masyarakat harus mengantri lama sering kali terjadi di pelayanan kesehatan milik pemerintah.

---

<sup>2</sup> Herlambang, Susatyo. 2016. Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit . Gosyen Publishing. Yogyakarta. Hlm 10 – 13.

Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, sebuah unit pelayanan yang berkualitas mesti ditopang dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai. Kondisi ini perlu tercipta agar pengguna mendapatkan rasa nyaman saat mengakses pelayanannya.<sup>3</sup> Seperti situasi yang dimana pengguna saling berebut antrian pendaftaran di suatu layanan publik, solusinya tentu saja dengan memberikan nomer antrean pada pengguna layanan yang datang terlebih dahulu. Selain sarana prasarana pelayanan prima identik dengan pelayanan dari tenaga kerja profesional yang dibentuk dengan pelatihan berkala.

Prinsip – prinsip tersebut harus diterapkan di rumah sakit, yang merupakan salah satu pelayanan publik yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Rumah sakit merupakan salah satu contoh perusahaan penyedia pelayanan jasa khususnya yang bergerak dibidang sosial. Peran rumah sakit menurut WHO (*World Health Organization*), sebagai lembaga yang berfungsi melaksanakan upaya pelayanan kesehatan secara berdaya guna dan berhasil guna dengan mengutamakan penyembuhan dan pemulihan yang dilaksanakan secara serasi dan terpadu dengan peningkatan dan pencegahan serta pelaksanaan upaya rujukan.

Suatu pelayanan dikatakan baik oleh pasien, ditentukan oleh kenyataan apakah jasa yang telah diberikan bisa memenuhi kebutuhan pasien, dengan menggunakan pemahaman tentang pelayanan yang diterima (memuaskan atau mengecewakan, juga termasuk lamanya waktu pelayanan). Kepuasan dimulai dari awal penerimaan terhadap pasien dari pertama datang, hingga pasien

---

<sup>3</sup> “ Standar Pelayanan Publik”, <http://www.ombudsman.go.id>, diakses pada tanggal 16 Oktober 2019, 07:30 WIB

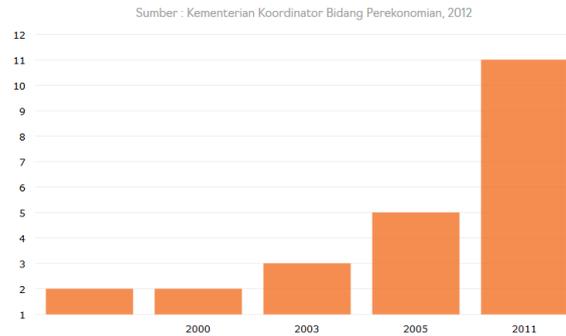
meninggalkan rumah sakit. Ruslan, mengatakan bahwa proses komunikasi yang dilakukan yaitu komunikasi antar manajemen dan antar karyawan. Dengan kata lain terdapat dua unsur komunikasi dalam suatu perusahaan, yaitu: pertama, unsur komunikasi manajemen (*management communication*) atau sering disebut juga komunikasi perusahaan (*organizational communication*) dan unsur kedua adalah komunikasi antar manusia (*human relations communication*).<sup>4</sup> Dalam hal ini, bagian humas sangat berperan penting. Hubungan masyarakat (humas) merupakan salah satu sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dalam bidang komunikasi yang berperan untuk membangun dan menjalin sebuah komunikasi yang baik dengan *stakeholders* perusahaan.

Kabupaten Wonogiri merupakan kabupaten yang cukup berkembang di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki 9 rumah sakit untuk pelayanan kesehatan masyarakat. Salah satunya Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri merupakan rumah sakit pemerintah yang berfungsi melayani kebutuhan kesehatan masyarakat secara umum. RSUD dr. Dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri sebagai rumah sakit tipe B yang mengusung visi “Rumah Sakit Unggulan Yang Berdaya Saing dan Diminati Masyarakat” dengan mengacu Visi Bupati Wonogiri periodetahun 2016-2021 adalah: “Membangun Wonogiri sukses, beriman, berbudaya, berkeadilan, berdaya saing dan demokratis”. Dalam fungsi manajemen RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri sebagai perusahaan yang menjual jasa, indikator keberhasilnya dilihat dari segi pelayanan.

---

<sup>4</sup> Ruslan, Rosady. 2014. Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi). Jakarta : PT. Raja Grafindo. Hlm.03.

### Jumlah Rumah Sakit di Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah 1996 - 2011



Gambar 1.2  
Diagram Peningkatan Rumah Sakit Kab. Wonogiri

Kompetisi dalam bisnis rumah sakit yang sehat, terletak pada bagaimana cara mempertahankan kepercayaan pasien dengan pelayanan kesehatan yang baik. Sehingga kepercayaan dibangun dengan adanya bagian kehumasan dalam menyusun strategi. Dalam kehidupan di masyarakat biasanya ketika memilih suatu rumah sakit, maka mereka akan sepenuhnya melihat kualitas/mutu pelayanan rumah sakit tersebut baik atau tidaknya dari pengalaman pribadi sebelumnya atau dari pasien yang sudah pernah dirawat. Sehingga akan terbentuk *customer relations* antara rumah sakit dan konsumen yang pernah menjadi pasien di rumah sakit. Sudah seharusnya jika suatu perusahaan terjadi kesalahan baik itu mengandung unsur kesengajaan atau bukan, konsumen akan mendapat kompensasi dari rumah sakit. Berbagai macam keluhan atas pelayanan dari masyarakat dapat menimbulkan dampak positif dan dampak negatif bagi perusahaan itu sendiri. Dampak positif yang ditimbulkan atas keluhan tersebut dianggap sebagai masukan yang akan membawa peningkatan kualitas/mutu pelayanan. Dan bisa dianggap sebagai tolak ukur untuk memperbaiki kesalahan demi menciptakan kualitas/mutu pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya.

Dampak negatifnya, jika keluhan-keluhan tersebut tidak segera ditangani dengan baik, maka hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap kredibilitas dokter, rumah sakit, atau pelayanan kesehatan lainnya yang bersangkutan. Satu keluhan dari satu pasien dapat mempengaruhi pasien lain atau konsumen lainnya, sehingga akan membuat image yang buruk bagi rumah sakit tersebut. Pada era globalisasi dan informasi ini, masyarakat mulai menimbang dan membanding setiap pelayanan kesehatan yang diterima. Bukan saja perbandingan antar dokter dan rumah sakit di dalam negeri saja, melainkan juga pelayanan kesehatan yang ditawarkan di luar negeri. Persaingan antar rumah sakit maupun pelayanan kesehatan lainnya terlihat setelah pihak swasta diperbolehkannya dalam pengembangan kesehatan karena semakin mendesaknya kebutuhan masyarakat akan kesehatan, sementara kemampuan pemerintah pusat dan daerah sangat terbatas. Dalam hal ini, pelaksanaan fungsi humas sangatlah penting dan dibutuhkan dalam membangun maupun membina hubungan yang harmonis (*good relations*) dengan publik internal (pihak manajemen rumah sakit) dan publik eksternal (pasien dan masyarakat)

Publik dalam Publik Relations memiliki karakteristik yang berbeda baik dari publik internal dan eksternal tentu memerlukan strategi yang berbeda pula dalam menjaga kesinambungan diantara keduanya. Secara fungsional, publik eksternal berada di luar organisasi dan tidak memiliki keterkaitan secara langsung dengan organisasi/ perusahaan maupun instansi. Eksternal publik secara organik tidak berkaitan langsung dengan perusahaan seperti pers, pemerintah, pendidik/dosen, pelanggan, komunitas, dan pemasok.

Berangkat dari fakta tersebut di atas, untuk mensukseskan visi dan misi Kementerian Kesehatan, RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri melakukan program peningkatan citra perusahaan (*corporate image*) serta kualitas pelayanan. RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri ingin merubah stigma negatif masyarakat terhadap citra instansi pelayanan publik pemerintah di Indonesia, dalam hal ini khususnya pelayanan jasa kesehatan yang diberikan oleh rumah sakit pemerintah. Setiap tahun RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri terus berupaya untuk pembaharuan dan peningkatan pelayanan untuk menjadi rumah sakit yang berkualitas. Pelayanan yang prima dan profesional merupakan syarat yang mutlak tumbuhnya kepercayaan dalam masyarakat yang merupakan indikator bagi pertumbuhan dan perkembangan sebuah rumah sakit.

Sebagai rumah sakit daerah, RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri melakukan dalam program peningkatan citra dengan meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri sebagai rumah sakit daerah. Praktisi humas harus berpikir dalam perancangan manajemen strategis. menciptakan sebuah standar pelayanan, ataupun pemecahan masalah di rumah sakit tersebut harus dilakukan dengan baik oleh seorang humas. membangun strategi pelayanan sangat penting dilakukan oleh instansi agar dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh publik pengguna jasa rumah sakit. Inilah yang sedang dilakukan oleh RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri untuk berinovasi dalam memberikan mutu pelayanan terbaik. Terbukti pada tahun Tahun 2018 RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Kabupaten Wonogiri memperoleh penghargaan sebagai Unit Penyelenggara Pelayanan Publik dengan

kategori sangat baik, dan pada tahun 5 November 2019 RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso kembali menerima penghargaan sebagai role model Penyelenggaraan Pelayanan Publik kategori Sangat Baik dari Kementerian PAN & RB.

Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah instansi. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh terabaikan oleh suatu instansi yang ingin hidup dan berkembang. Kualitas pelayanan menjadi salah satu indikator kinerja bagi penyelenggara kesehatan seperti RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri.

Suatu servis yang bisa dikatakan baik, unggul atau prima, apabila perusahaan tersebut mampu dalam mengenali dengan baik tentang keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Pelayanan yang prima merupakan dari *Customer relations* yang lebih menekankan pada kesan pertama dan *good relationship*. Kesan pertama terbentuk tidak hanya sebatas sikap yang santun dalam pelayanan semata, melainkan berkaitan juga dengan rasa aman, kepercayaan, dan rasa puas dari pelayanan itu sendiri.

Sebagai rumah sakit umum daerah yang sedang perkembangan, RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri tentunya pelayanan, sarana prasarana serta pemberdayaan segi pengobatan harus lebih baik lagi dari rumah sakit yang lainnya. Namun terkadang dalam perjalannya pasti akan muncul permasalahan yang timbul seperti, pelayanan yang lamban/ dari sedikit permasalahan tersebut pada dasarnya akan mempernharuhi citra yang positif.

Menciptakan sebuah standar pelayanan yang baik, ataupun masalah di rumah sakit tersebut haruslah dilakukan dengan baik oleh seorang praktisi humas. Membangun sebuah strategi pelayanan sangatlah penting yang harus dilakukan oleh instansi agar dapat mengetahui apa yang dibutuhkan publik dan yang tidak dibutuhkan publik dalam kehidupan sehari-hari. Inilah yang sedang dilakukan oleh berbagai rumah sakit di Kabupaten Wonogiri untuk dapat memberikan mutu pelayanan yang terbaik untuk khalayak.

Untuk itu pembenahan dari segala bidang perlu dilakukan guna menjadikan RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri semakin baik dan lebih baik dimata masyarakat Kabupaten Wonogiri pada umumnya. Pada kenyataannya pelayanan dan citra dalam konteks bidang perusahaan jasa tentu sangat berpengaruh pada citra yang terbentuk di masyarakat. Tentunya tugas seorang humas sebagai orang yang berperan penting meningkatkan citra yang telah baik tersebut menjadi lebih baik kedepannya. Hal tersebut akan menjadi bahan pertimbangan bagi pelayanan dan pembentukan citra rumah sakit terhadap masyarakat.

RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri mempunyai harapan agar dalam kegiatan maupun program yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan berkembang, dapat tercapai serta peningkatan pelayanan yang akan dilakukan dapat mengambil kepercayaan pasien maupun calon pasien yang akan menggunakan jasa pelayanan RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri.

Dalam penelitian ini RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri dipilih sebagai objek penelitian karena RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri menawarkan kualitas yang unggul sebagai rumah sakit daerah milik pemerintah yang dipercayai oleh masyarakat Kabupaten Wonogiri. Ketertarikan penulis melakukan penelitian di RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri disebabkan oleh keingintahuan penulis tentang bagaimana strategi manajemen *Public Relations* di RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri dapat menarik kepercayaan masyarakat. Maka berdasarkan penjelasan diatas penulis akan membahas judul mengenai, **“Analisis Strategi *Public Relations* Rumah Sakit Umum Daerah dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri Dalam Meningkatkan Citra dan Kualitas Layanan Pada Tahun 2019”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang yang penulis paparkan diatas, penulis menarik rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Bagaimana strategi *Public Relations* Rumah Sakit Umum Daerah dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri dalam meningkatkan citra dan kualitas layanan pada tahun 2019?

### 1.3 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui penerapan strategi *public relations* RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri dalam meningkatkan citra dan kualitas layanan di tahun 2019.
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi *public relations* yang dilakukan RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri.

### 1.4 Manfaat

Dari hasil penelitian ini akan diperoleh manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis
  1. Memberikan sumbangan pemikiran terhadap ilmu pengetahuan sosial pada umumnya, khususnya di bidang kehumasan.
  2. Diharapkan hasil dari penelitian sosial ini dapat memberikan gambaran yang nyata mengenai tahapan proses perumusan strategi humas RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- b. Manfaat Praktis
  1. Dapat memberikan data dan informasi tentang tahapan proses strategi perencanaan humas RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri lewat beberapa metodologi penelitian yang digunakan.

2. Berguna untuk mencocokkan bidang keilmuan yang selama ini diperoleh dalam teori dengan kenyataan dalam praktek.

### 1.5 Kerangka Teori

Untuk memahami suatu masalah kita perlu menggali dan kemudian menafsirkan lebih lanjut dan lebih mendalam pokok-pokok pikiran atau pendapat pakar yang tentu saja memiliki kelebihan dalam menghadapi pengalaman seperti ini.

#### 1. *Public Relations*

Dewasa ini telah banyak perusahaan atau organisasi yang menggunakan *Public Relations* sebagai bagian yang membantu perusahaan atau organisasi dalam berkomunikasi dengan publiknya. Menurut Fraser P. Seitel (1992) dalam bukunya *The Practice of Affairs The Chase Manhattan Bank, Public Realtions* merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. *Public Relations* membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap opini publik. *Public Relations* secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan.

*“Public Relations is a distinctive management function which help establish and maintain mutual lines of communications, undestanding, acceptance, adn cooperation between and organization and its publics; involves the management of problems or issues; helps management to keep informed on and responsive to public opinions; defines emphasiszesteh responsibilty of management to serve the public interest helps management keep abreast of and*

*effectively utilize change, serving as an early warning system to help anticipate trends; and uses research and sound and ethical communications techniques as its principal tool's.*<sup>5</sup>

Hubungan komunikasi yang dibangun oleh suatu perusahaan antara perusahaan dengan publik tidak terlepas dari peran seorang *Public Relations*. *The British Institute of Public Relations* memberikan definisi *Public Relations* sebagai keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya. *Public Relations* sebagai sebuah fungsi manajemen yang menjadi jembatan komunikasi antara organisasi dengan publiknya, internal maupun eksternal tentu mempunyai peranan dalam mengatasi hal-hal tersebut.<sup>6</sup> *Public Relations* sebagai sebuah fungsi manajemen yang menjadi jembatan komunikasi antara organisasi dengan publiknya, internal maupun eksternal tentu mempunyai peranan dalam mengatasi hal-hal tersebut.

## 2. Strategi *Public Relations*

Isitilah strategi manajemen sering pula disebut dengan rencana strategis perusahaan. Suatu rencana strategis perusahaan menetapkan garis-garis besar tindakan strategis yang akan diambil pada kurun waktu tertentu ke depan. Manajemen, dalam konteks strategi, mempunyai peran untuk

---

<sup>5</sup> Soemirat, Soleh dan Elvinarno Ardianto. 2016. Dasar – Dasar Public Relations. Bandung : Remaja Rosda Karya. Hlm 13

<sup>6</sup> Morissan. 2010. Manajemen Public Relations. Jakarta : Kencana. Hlm 7

membantu perusahaan menyesuaikan diri dengan perubahan- perubahan lingkungan usaha.<sup>7</sup>

### 3. Citra Perusahaan

Citra didefinisikan sebagai gambaran individu memandang sebuah perusahaan, seseorang atau suatu aktivitas. Sekarang ini banyak sekali perusahaan yang sudah memahami perlunya memperhatikan untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Menurut Bill Canton (1990) mengatakan, citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu, orang, atau organisasi.

*“Image : the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a conciously created impression of an object, person or organization”.*<sup>8</sup>

Citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra sendiri merupakan aset penting dari suatu perusahaan atau organisasi. Citra perusahaan yang dimaksud melalui usaha-usaha pemasaran dan komunikasi agar citra yang diinginkan dapat terealisasikan. Namun pada faktanya, penilaian terhadap citra itu sendiri sangat abstrak. Tidak dapat diukur menggunakan dengan rumus tertentu, karena persepsi yang diberikan oleh setiap publik berbeda satu sama lain.

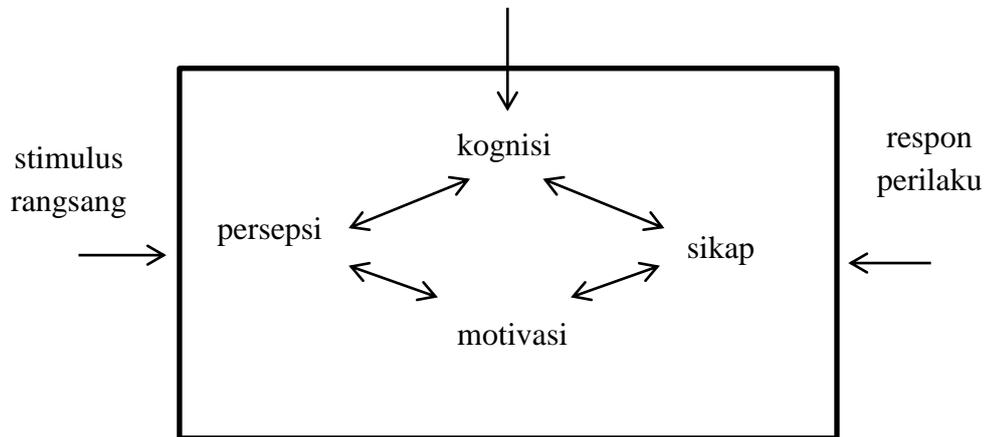
Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John S. Nimpoeno,

---

<sup>7</sup> Soemirat, *Opcit.* Hlm 89

<sup>8</sup> *Ibid.* Hlm.111

dalam laporan penelitian tentang Tingkah Laku Konsumen, seperti yang dikutip Danasaputra, sebagai berikut :<sup>9</sup>



Gambar 1.2  
 Model Pembentukan Citra Pengalaman Mengenai Stimulus  
 Sumber : Buku Dasar – Dasar *Public Relations* Soleh Soemirat

#### 4. Kualitas Layanan

Untuk mengetahui jasa pelayanan, terlebih dahulu harus memahami definisi konsep pelayanan. Dalam usaha menentukan mutu pelayanan, dikelompokkan menjadi 5 dimensi utama penentu suatu mutu pelayanan jasa, antara lain:<sup>10</sup>

- 1) *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- 2) *Responsiveness*, yaitu respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan tanggap, serta mampu menangani keluhan dari pelanggan secara baik.

<sup>9</sup> Soemirat, Soleh dan Elvinarno Ardianto. *Op. Cit.* Hlm 115

<sup>10</sup> Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi konsepsi dan aplikasi.* Jakarta:PT RajaGrafindo Persada. Hlm. 279

3) *Assurance*, yakni kemampuan karyawan tentang pengetahuan dan informasi suatu produk (*good product knowledge*) yang ditawarkan dengan baik. Dimensi jaminan (*assurance*) ini terdapat unsur-unsur, sebagai berikut:

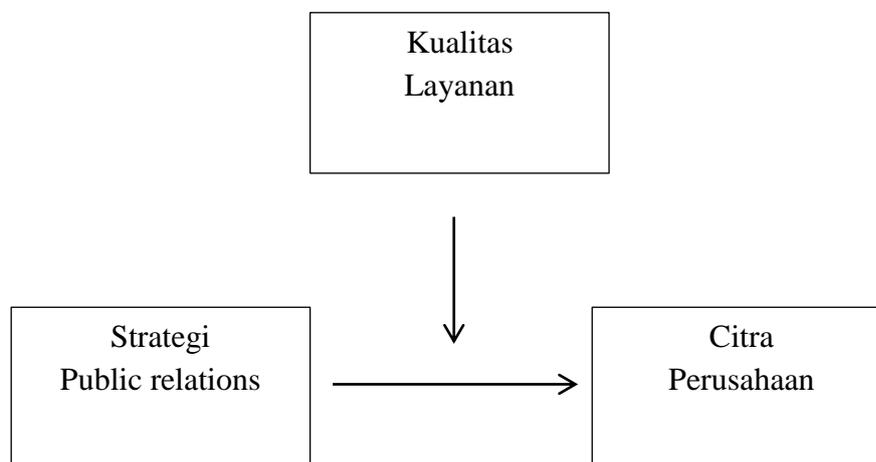
- a. *Competence* (kompetensi): ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki humas dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
- b. *Courtesy* (kesopanan): keramah-tamahan, perhatian, dan sikap yang sopan.
- c. *Credibility* (kredibilitas): berkaitan dengan nilai-nilai kepercayaan, reputasi, prestasi yang positif dari pihak yang memberikan layanan.

4) *Empathy*, merupakan perhatian secara individual yang diberikan kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan, serta mampu menangani keluhan pelanggan secara baik dan tepat. Dimensi *empathy* ini mempunyai beberapa unsur, antara lain

- a. *Access*: kemudahan memanfaatkan dalam memperoleh layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b. *Communication* (komunikasi): kemampuan dalam *Access*: kemudahan memanfaatkan dalam memperoleh layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

- c. *Understanding the customer* (Pemahaman terhadap pelanggan): kemampuan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan serta mampu menangani keluhan pelanggan.
- 5) *Tangibles*, merupakan kenyataan yang berhubungan dengan penampilan fisik gedung keamanan, kebersihan, dan kenyamanan di lingkungan perusahaan yang dipelihara dengan baik.

### 1.6 Kerangka Konsep



### 1.7 Metodologi Penelitian

#### 1.7.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan wawancara dan pengamatan langsung di lapangan yang menghasilkan data berupa tulisan maupun lisan dari narasumber dan perilaku yang diamati. Menurut Sugiono, metode kualitatif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah

terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.<sup>11</sup>

#### 1.7.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan sebagai bahan penelitian adalah Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri. Alasan penelitian di tempat ini dikarenakan rumah sakit yang digunakan sebagai bahan penelitian adalah Rumah Sakit Umum Daerah dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri merupakan rumah sakit milik pemerintah yang berkembang pesat dalam pembangunannya.

### 1.8 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

#### a. Observasi

Penelitian dilakukan dengan pengamatan langsung di lapangan. Fungsi pengamatan dalam penelitian ini adalah menjelaskan secara merinci gejala yang terjadi.

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang

---

<sup>11</sup> Sugiyono, 2009, Metode Penulisan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta. Hlm. 29

tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>12</sup>

Pengamatan atau observasi adalah cara pengambilan data dengan mengamati lokasi dan tempat yang sesuai dengan objek penelitian, yakni mengamati dan mencari tahu mengenai strategi humas dalam meningkatkan mutu kualitas pelayanan RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri.

#### b. Wawancara

Kegiatan yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan tanya jawab secara langsung dan mendalam dengan pihak-pihak yang berwenang dengan menggunakan *interview guide* sebagai instrumen utama.

Menurut Esterberg dalam Sugiyono wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>13</sup>

Dalam penelitian ini penulis akan mewawancarai humas di Rumah Sakit Umum Daerah dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri. Humas di Rumah Sakit Umum Daerah dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri masuk kedalam bagian dari Subbag Hukum, Humas dan

---

<sup>12</sup> Sugiyono. *Opcit*. Hlm 145

<sup>13</sup> *Ibid*. Hlm 231

Perpustakaan yang dikepalai oleh Iwan Sulistya. Penulis akan mewawancarai pihak instansi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pihak instansi dalam strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dalam membangun pelayanan prima RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri. Selain itu, penulis ingin mewawancarai terkait upaya humas dalam meningkat citra perusahaan. Untuk memperkuat data penulis juga melakukan wawancara dengan Subbag Perencanaan, Pelaporan dan Evaluasi yang dikepalai oleh Budi Purwanto serta Subbag Rekam Medis yang dikepalai oleh Dyah Lutfi Rahmawati. Dua divisi tersebut berkaitan langsung dengan kegiatan humas.

#### c. Studi Pustaka

Merupakan data-data penunjang dan teori yang dapat diperoleh dari buku-buku, artikel, makalah yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian ini. dalam penelitian ini penulis memakai buku-buku rujukan serta jurnal penelitian yang sesuai dengan penelitian ini.

#### d. Dokumentasi

Menurut Sugiyono dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar

misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>14</sup>

Dalam penelitian ini dokumentasi adalah pengumpulan data melalui penyelidikan terhadap dokumen-dokumen dan melakukan penataan dari sumber – sumber tertulis. penulis akan mendokumentasikan kinerja humas di RSUD dr. Soediran Mangun Sumarso Wonogiri.

---

<sup>14</sup> Sugiyono. *Op.Cit.*. Hlm 240