

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbicara tentang hal ekonomi tidak lepas dengan yang namanya “bisnis dan usaha”. Dalam hal bisnis tidak melulu membicarakan tentang untung dan rugi saja. Namun dalam kegiatan bisnis secara tidak langsung tidak dapat di hindarkan dengan berbagai masalah atau efek negatif yang memerangi sebuah perusahaan. Hal ini membuat perusahaan sadar untuk melakukan upaya-upaya untuk mencegah masalah atau efek negatif yang memerangi sebuah perusahaan.

Sebuah perusahaan yang sudah mencapai keberhasilan tentunya tidak terlepas dengan berbagai pihak yang mendukungnya, yaitu internal dan eksternal. Untuk kali ini penulis hanya fokus pada pihak eksternalnya saja. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa atau pelayanan tentunya harus ada hubungan baik antara perusahaan dengan pihak eksternal yaitu masyarakat. Masyarakat mempunyai peran penting terhadap keberhasilan sebuah perusahaan. Tanpa dukungan masyarakat, perusahaan akan sulit untuk mencapai tujuannya.

Didalam sebuah perusahaan yang memegang kendali terkait kegiatan eksternal adalah humas (hubungan masyarakat). Humas merupakan benteng terdepan perusahaan dalam menjembatani hubungan dengan masyarakat. Maka dari itu HUMAS memiliki tanggung jawab yang besar dalam membentuk citra positif sebuah perusahaan.

Salah satu strategi atau cara HUMAS untuk membentuk citra positif perusahaan adalah dengan program CSR (coorporate social responsibility). CSR merupakan tanggung jawab sosial dalam etika profesionalisme suatu perusahaan. Selain itu CSR mempunyai tanggung jawab moral terhadap efek yang dipicu oleh kegiatan yang dilakukan perusahaan. sehingga harapan dari program CSR ini dapat menyeimbangkan dan menstabilkan kondisi dan kesejahteraan sosial. Selain itu tujuan dari program CSR ini dapat mempengaruhi dan mempertahankan kepercayaan masyarakat sehingga terbentuknya citra positif perusahaan.

Pelaksanaan program coorporate social responsibility saat ini sudah menjadi kebutuhan berbagai macam instituti. Disebutkan di dalam ISO 26000 CSR merupakan tanggung jawab sebuah organisasi untuk menghadapi dampak-dampak dari berbagai keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan perkembangan berkelanjutan.

Terdapat beberapa alasan suatu Perusahaan ingin Melakukan Strategi CSR pertama karena alasan sosial, sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya dan yang kedua adalah alasan ekonomi, yaitu melakukan program CSR demi mendapatkan simpati atau perhatian masyarakat sehingga dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan dan pada akhirnya perusahaan akan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat dan masyarakat dapat merasakan efek dari program CSR tersebut.

Rumah sakit merupakan salah satu instansi mempunyai kewajiban untuk melaksanakan program CSR. Dalam Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2009

tentang Rumah Sakit sudah dijelaskan dalam Pasal 29 Ayat 1 Huruf F yang berbunyi bahwa setiap rumah sakit mempunyai kewajiban untuk melaksanakan fungsi sosial antara lain dengan memberikan fasilitas pelayanan pasien tidak mampu/miskin, pelayanan gawat darurat tanpa uang muka, ambulan gratis, pelayanan korban bencana dan kejadian luar biasa, atau bakti sosial bagi misi kemanusiaan. Rumah sakit merupakan instansi yang bergerak dalam hal pelayanan kesehatan, sehingga program-program CSR yang dilakukan oleh Rumah Sakit adalah layanan yang berifat membantu seperti, program ambulance gratis, keringanan biaya pengobatan, khitan massal, dan masih banyak lagi. Tidak menutup kemungkinan CSR yang dilakukan oleh Rumah Sakit hanya di bidang medis saja, akan tetapi Rumah Sakit terjun langsung melihat kondisi masyarakat secara door to door, dalam kegiatan atau program ini biasa dinamakan BAKSOS (bakti sosial).

Seperti yang dilakukan oleh Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Ponorogo yang biasa disebut RSUM. Strategi Humas yang dilakukan oleh Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Ponorogo ini yang dijadikan sasaran adalah di bidang sosial. Program-program CSR yang dilakukan oleh Rumah Sakit Muhammadiyah tidak meulu tentang kesehatan saja, tetapi kami berusaha semaksimal mungkin untuk hadir ditengah-tengah masyarakat dan mendengarkan secara langsung keluh kesah dan saran dari mereka. Banyak program yang sudah kami lakukan dengan menggandeng beberapa elemen atau lembaga sosial.

Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Ponorogo merupakan salah satu rumah sakit yang ada di Kabupaten Ponorogo dengan akreditasi Paripurna. Letak

dari rumah sakit cukup strategis, karena berada di tengah-tengah pusat kota dan dilewati jalur provinsi. Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Ponorogo menjadi Rumah Sakit tujuan atau rujukan dari Puskesmas maupun Klinik. Dengan demikian, Rumah Sakit Umum Muhammadiyah harus mengutamakan pelayanan kepada pasien, tetapi tidak cukup dengan pelayanan pasien saja, Rumah Sakit Umum Muhammadiyah juga harus melakukan kegiatan-kegiatan sosial salah satunya CSR.

Dengan melakukan kegiatan CSR yang aktif, dapat membentuk citra positif Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Ponorogo terhadap masyarakat. Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Ponorogo dituntut untuk selalu meningkatkan mutu pelayanan kepada pasien. Kunci keberhasilan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa salah satunya adalah upaya-upaya perusahaan tersebut yang memberikan kepuasan kepada konsumennya dimana kepuasan konsumen ditentukan oleh harapannya terhadap perusahaan. Secara lambat laun harapan konsumen terus menerus berkembang sehingga upaya-upaya untuk memberikan kepuasan kepada peserta harus terus ditingkatkan secara optimal.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, peneliti tertarik untuk meneliti Humas yang dilakukan oleh Rumah Sakit untuk memenuhi tugas Skripsi dengan judul *“ANALISIS AKTIVITAS CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) RUMAH SAKIT UMUM MUHAMMADIYAH PONOROGO DALAM PEMBENTUKAN CITRA DI MASYARAKAT”*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah : Bagaimana aktivitas CSR (*corporate social responsibility*) rumah sakit umum muhammadiyah ponorogo dalam pembentukan citra di masyarakat?

1.3 Tujuan

Sesuai rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai adalah mengetahui aktivitas csr (*corporate social responsibility*) rumah sakit umum muhammadiyah ponorogo dalam pembentukan citra di masyarakat.

1.4 Manfaat

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini harapannya bisa menambah literatur khususnya dalam prodi Ilmu Komunikasi dan sebagai bahan pertimbangan serta refrensi bacaan secara umum.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah Rumah Sakit Muhammadiyah dapat mengetahui secara langsung hasil dari strategi HUMAS yang dilakukan sehingga bisa menjadi barometer Rumah Sakit Muhammadiyah dalam meningkatkan citra positif.