

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public Relations merupakan bidang yang ada kaitannya dengan penciptaan dan pemeliharaan sebuah citra untuk perusahaan instansi ataupun di pemerintah, juga berkaitan dengan figur-figur yang ternama. Pelaku dari *public relations* selalu meningkat seiring berjalannya waktu bisa dari semua kalangan menengah ke atas seperti organisasi hingga pemerintah, pada bidang ini juga memerlukan para ahli untuk menyelesaikan tugasnya. Peningkatan ekonomi di masyarakat juga globalisasi yang ada membuat perusahaan maupun instansi mengalami perkembangan seiring dengan peningkatan yang ada dari perusahaan yang menawarkan jasa maupun bisnis dari bidang kesehatan seperti rumah sakit. Humas dari segala Lembaga tidak berbeda baik dari Lembaga yang ada di pemerintah ataupun dari Lembaga rumah sakit, pada dasarnya yang membedakan yaitu dari tanggung jawab seorang humas atau *public relations* itu sendiri seperti di rumah sakit dengan menyampaikan informasi yang tepat dan akurat.

Dengan adanya rumah sakit sangat membantu mengingat kesehatan adalah kunci kehidupan yang dibutuhkan semua makhluk hidup, datang kerumah sakit untuk berobat merupakan hal yang tidak diinginkan semua orang. Dirumah sakit terdapat tenaga medis yang memberikan pelayanan kepada pasien serta dukungan untuk pasien. Ditunjang pula oleh fasilitas seperti unit gawat darurat, radiologi,

laboratorium, farmasi dan fasilitas lain yang menjadikan pelayanan lebih berkualitas. Dengan adanya fasilitas yang baik dan juga memiliki kualitas baik dirumah sakit yang pasti dibutuhkan bagi para pasiennya.

Di Ponorogo jumlah rumah sakit yang banyak membuat persaingan yang sangat ketat, para bidang kesehatan dituntut agar pada konsumen tertarik dengan pelayanan yang ditawarkan. Para pelaku industri yang berada di rumah sakit sangat berupaya agar konsumen tidak mudah tertarik dengan tawaran para pesaing lainnya dengan upaya memberikan layanan yang baik bagi konsumen yang para pesaing tidak memilikinya. Untuk itu para Lembaga jasa ini harus memiliki strategi yang bagus untuk memberikan citra yang baik bagi konsumennya. Tidak hanya menawarkan layanan kesehatan tetapi juga penambahan nilai (*value*) bagi para konsumen.

Pada persaingan di Lembaga rumah sakit yang sangat ketat juga memberikan pelayanan yang baik agar para konsumen dapat tertarik, oleh karena itu *public relations* memiliki pengaruh yang penting bagi Lembaga yang menginginkan konsumen agar memiliki kenyamanan pada fasilitas yang diberikan dengan kualitas terbaik. Pada dasarnya perusahaan yang berkembang karena adanya pada konsumen yang banyak dan memiliki kepuasan bagi para Lembaga yang menawarkan jasa yang dibutuhkan bagi para konsumen.

Branding adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan ataupun instansi dan Lembaga-lembaga yang lain agar dapat memberdakan dan juga memiliki identitas tersendiri bagi pelakunya, hal yang diperlukan untuk memperkenalkan

produk dan jasa kepada semua orang, Dan juga memberikan kualitas yang terbaik untuk para konsumennya. Langkah yang sering dilakukan salah satunya yaitu *rebranding*. *Rebranding* digunakan untuk mencari kelemahan yang ada, dengan inovasi membuat *brand* menjadi seimbang dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen (Heding, Knudtzen, & Bjerre, 2009).

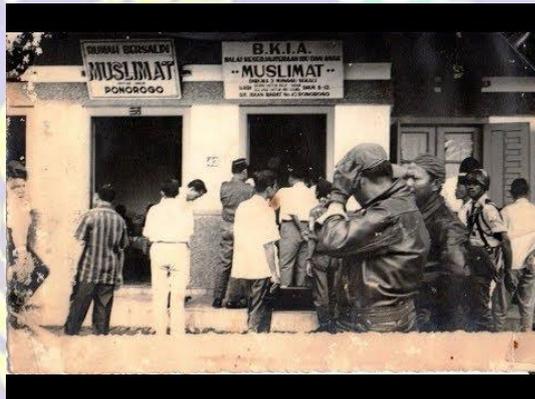
Rebranding adalah suatu upaya untuk meningkatkan *brand* agar lebih baik dari sebelumnya dan juga memiliki identitas yang lebih kuat bagi para konsumen, sehingga perusahaan dapat mengembangkan *brand* dengan posisi yang lebih tinggi lagi serta perusahaan dapat memiliki perubahan dari nilai yang diberikan dari upaya tersebut dan juga berbeda dengan para kompetitornya. Diharapkan suatu produk atau jasa agar lebih menarik bagi para konsumennya memiliki keunggulan dibandingkan dengan yang lainnya.

Brand atau merek adalah sesuatu yang dikenal bagi para konsumennya. Agar mudah dikenal dan juga dapat memberikan hal yang baik bagi perusahaan. *Branding* pada perusahaan sangat penting karena dapat membentuk *image* perusahaan terhadap publik. Untuk perusahaan yang menginginkan kesan yang lebih baik dari sebelumnya, dapat dilakukan *rebranding*. *Rebranding* merupakan sebuah proses perubahan identitas *brand*. Perubahan identitas *brand* dilakukan tidak semata-mata dilakukan tanpa alasan. Perlu dilakukannya analisis situasi terkait faktor-faktor yang mengharuskan perusahaan melakukan inovasi dan perubahan. Cukup sulit untuk menentukan arah ataupun desain dari *brand* perusahaan. Perlu persiapan untuk *rebranding* dari tujuan pendirian perusahaan

atau bisnis seperti di bidang industry, market yang dipilih, dan penentuan arah promosi yang memiliki kreasi yang inovatif.

Begitu pula dengan Rumah Sakit Umum Muslimat Ponorogo dengan alamat Jln. Jend. Ahmad Yani No. 155 Ponorogo, merupakan rumah sakit milik PCNU Ponorogo dan PC Muslimat NU Kabupaten Ponorogo. RSUD Muslimat Ponorogo dikelola oleh Badan Pelaksana Pelayanan Kesehatan Nahdatul Ulama (BPPK-NU) yang ditunjuk oleh PCNU dan PC Muslimat NU Ponorogo.

Gambar 1.1 Balai Kesehatan Ibu dan Anak (BKIA) Muslimat NU Ponorogo



Sumber: Google (<https://images.app.goo.gl/FFjcXniTE5Zy5NX27>)

Diakses tgl 10 April 2021

Dalam sejarahnya, berdirinya RSUD Muslimat Ponorogo dimulai dari sebuah “Rapat Gabungan NU, Muslimat dan LP Ma’arif” pada tanggal 27 Juni 1963 di kediaman K.H. Chozin Dawudi. Salah satu keputusan penting, rapat saat itu ialah akan mendirikan BKIA (Balai Kesehatan Ibu dan Anak) Muslimat NU, bertempat di Hotel milik K.H. Chozin Dawudi di Jln. Irian Jaya, serta

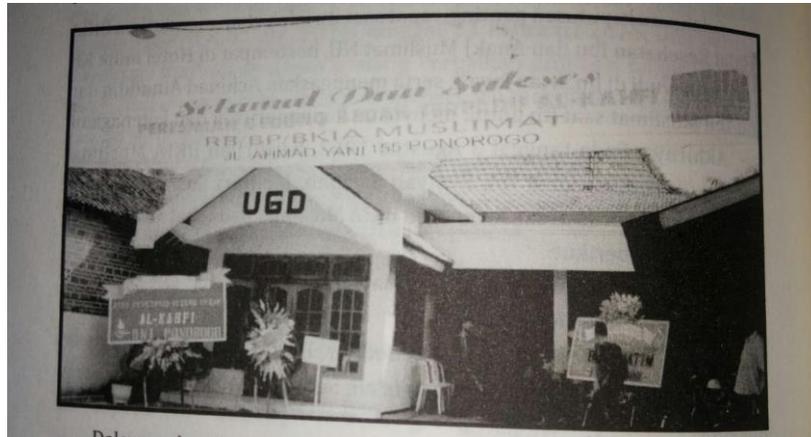
menugaskan Achmad Ainuddin (Ketua LP Ma'arif NU) dan ibu-ibu Muslimat saat itu untuk menyusun kepengurusan dan ketenagaan. Akhirnya, pada tanggal 3 Agustus 1963, berdirilah BKIA Muslimat dengan diresmikan oleh Ibu Rusiyah Sarjono, Menteri Sosial saat itu.

Dalam perkembangannya, BKIA Muslimat NU Ponorogo mengalami pasang-surut dan beberapa kali berpindah tempat, diantaranya:

1. Hotel milik K.H. Chozin Dawudi, di Jln. Irian Jaya
2. Rumah milik Muchari HS di Jln Irian Jaya (sekarang Hotel Dirgahayu)
3. Rumah milik H. Moh. Adnan di Jln. Wilis Ponorogo (sampai tahun 1986)

Akhirnya, PC Muslimat bekerja sama dengan PCNU Ponorogo dapat membangun Gedung Rumah Bersalin dan BKIA Muslimat yang terletak di atas tanah wakaf H. Saleh Somowarso di Jln. Sinduro. Biayanya sekitar 35 juta yang diperoleh dari warga sendiri, simpatisan dan bantuan pemerintah. Untuk membangun gedung ini memakan waktu 40 bulan lebih, namun akhirnya terwujud. Pada tanggal 29 Maret 1986, BKIA Muslimat diresmikan oleh Ketua Umum PBNU KH. Abdurrahman Wahid bersamaan dengan Harlah NU dan Muslimat ke-40.

Gambar 1.2 Balai Kesehatan Ibu dan Anak (BKIA) Muslimat NU Ponorogo



Sumber: Buku Jejak Sejarah NU Ponorogo

Hal. 478

Dalam perkembangannya, BP/RB/BKIA Muslimat Ponorogo ditingkatkan menjadi Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Muslimat pada tanggal 20 Mei 2003, setelah mendapatkan rekomendasi dari Dinas Kesehatan dan Bupati Ponorogo dengan nomor: 441.7/238/405.45/2003 perihal rekomendasi ijin Penyelenggaraan RSIA Muslimat Ponorogo oleh Kepala Dinas Kesehatan Ponorogo tertanggal 6 Maret 2003 dan nomor 427/953/405.23/2003 perihal rekomendasi ijin RSIA Muslimat oleh Bupati Ponorogo, tertanggal 29 April 2003.

Gambar 1.3 RSU Muslimat Ponorogo



Sumber: Google (<https://images.app.goo.gl/m4zuDqFNhd5bUmhc9>)

Diakses tgl 10 April 2021

Sejak tanggal 12 Mei 2008 Rumah Sakit Ibu Anak Muslimat “Ahmad Yani” ditingkatkan statusnya menjadi Rumah Sakit Umum Muslimat (RSU Muslimat) Ponorogo. Pada tahun 2009 RSU Muslimat melakukan pengembangan dengan membangun gedung tiga lantai yang akhirnya bisa diselesaikan pembangunan fisik di awal tahun 2010, yang digunakan untuk ruang pendaftaran, IGD, rekam medis, apotek, laboratorium, gudang farmasi, ruang dokter, aula, rawat inap VVIP dan VIP, rawat inap Luqman (anak) dan sebagian rawat inap An Nisa (persalinan).

RSU Muslimat NU Ponorogo semakin bergerak maju dan berbenah dengan berpedoman kepada visi dan misi yang sudah jelas. Visi dari RSU Muslimat Ponorogo adalah “Terwujudnya Rumah Sakit Umum Muslimat

Ponorogo yang professional, berkualitas, ramah, nyaman, dan islami. Sementara Misinya adalah sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pelayanan kesehatan prima dengan sumber daya manusia yang terampil sesuai standar; pelayanan, perkembangan ilmu kesehatan, dan teknologi.
2. Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana Rumah Sakit guna memberikan pelayanan kesehatan yang optimal.
3. Meningkatkan etos kerja untuk mewujudkan kepuasan pasien dengan budaya disiplin kerja, bertanggung jawab, jujur dan amanah.
4. Menciptakan suasana lingkungan rumah sakit yang nyaman, senyum, sapa, dan akhlaqul karimah.

Menjelma menjadi RSUD, tentu saja RSUD Muslimat Ponorogo menawarkan layanan medis yang lebih variatif. RSIA Muslimat “Ahmad Yani” memutuskan melakukan ekstensifikasi mereknya, yakni dengan menjadi Rumah Sakit Umum (RSU). Ekstensifikasi merek yang dilakukan RSUD Muslimat Ponorogo dengan tetap menggunakan merek Muslimat, tentu saja menuntut manajemen RSUD Muslimat Ponorogo melakukan langkah *rebranding* maupun *re-positioning*. Jika dulu dikenal sebagai Rumah Sakit Ibu dan Anak, maka manajemen RS Ibu dan Anak Muslimat harus mengkomunikasikan sekaligus mengedukasi market seputar perubahan *positioning*-nya menjadi Rumah Sakit Umum.

Untuk merubah pemikiran publik tidak mudah, *Rebranding* tidak hanya sekedar dilakukan untuk menambah profit perusahaan. Perusahaan melakukan *rebranding* tanpa dapat menterjemahkan ke publik merupakan hal yang fatal. Untuk itu diperlukan *Public Relations* yang dapat menterjemahkan *rebranding* perusahaan kepada publik dengan harapan tahap awal bahwa publik *aware* akan *rebranding* tersebut. Strategi *public relations* terintegrasi dipilih RSIA Muslimat dilancarkan untuk membangun *awareness* menjadi Rumah Sakit Umum. Yakni, mulai dari memperkuat produk dan layanannya, hingga massif menggelar upaya *marketing* dan komunikasi ke publik.

Tujuan dari *rebranding* itu sendiri yaitu untuk membuat *image* perusahaan menjadi lebih baik dan lebih tinggi lagi untuk mengenalkan *brand* pada para konsumen. Jika *rebranding* tidak dilakukan secara baik dan maksimal maka hasil yang didapatkan juga tidak akan maksimal. *Public relations* membutuhkan pengolahan alur komunikasi yang bagus agar *brand* yang di kenalkan pada khalayak umum dapat di terima dengan baik.

Salah satu fungsi *public relations* dalam sebuah perusahaan adalah menciptakan *awareness* publik terhadap perusahaan dan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi publik. Pada dasarnya, *brand* sangat erat kaitannya dengan *rebranding* suatu perusahaan dan berpengaruh terhadap suatu produk atau jasa yang diterima oleh konsumen. Dengan perubahan *brand* ini, menimbulkan pekerjaan tersendiri bagi humas RSU Muslimat Ponorogo karena membutuhkan strategi khusus yang diimplementasikan melalui tahapan strategi meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam rangka *rebranding*

RSU Muslimat Ponorogo di benak target audiens, dan skateholder internal maupun eksternal.

1.2 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini dapat dirumuskan masalah yaitu bagaimana Strategi *Public Relations* dalam *rebranding* Rumah Sakit Ibu & Anak (RSIA) Muslimat “Ahmad Yani” menjadi Rumah Sakit Umum Muslimat Ponorogo?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang sudah ada peneliti ingin menguraikan dan menganalisa strategi *Public Relations* dalam *rebranding* Rumah Sakit Ibu & Anak (RSIA) Muslimat “Ahmad Yani” menjadi Rumah Sakit Umum Ponorogo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu dapat memberikan informasi kepada pembaca dan juga manfaat yang ada di penelitian ini antaranya yaitu :

1. Secara Akademis

Untuk menambah pengetahuan yang dapat dikembangkan lebih baik lagi dari situasi dan kondisi yang berbeda, ilmu komunikas khususnya yang berkaitan dengan aktivitas *rebranding* atau mengelola *brand*.

2. Secara Praktis

Secara praktis, untuk para perusahaan agar menjadikan referensi mengenai strategi *public relations*. Pada penelitian ini memberikan kritik juga saran yang membangun bagi perusahaan yang ini merintis dari awal juga memberikan strategi *public relations* agar lebih baik lagi dari sebelumnya ataupun lebih baik kedepannya.

