BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern sekarang ini masyarakat di suguhkan dengan berbagai fasilitas yang menarik dalam setiap perusahaan. Perusahaan tersebut berusaha menyediaakan fasilitas ataupun pelayanan dengan berbagai macam kemudahan yang sedemikian rupa untuk menarik masyarakat yang lebih luas agar memilih perusahaan tersebut menjadi pilihannya dalam berobat maupun *check* kesehatan berkala. Sehingga banyak sekali perusahaan yang bersaing demi menarik minat masyarakat.

Untuk mendapatkan perhatian publik maka sebuah perusahaan tentunya membutuhkan fungsi *Public Relation atau Humas*. Keberadaan divisi atau departemen *Public Relations* ini memiliki peran yang sangat penting dan krusial, karena menjadi jembatan pendukung antara perusahaan dan publik. Departemen *Public Relations* berperan dalam manajemen krisis. Berguna untuk membangun kepercayaan khalayak dan menjaga citra sebuah organisasi atau perusahaan. Selain itu, department *Public Relations* juga dapat menjadi tolak ukur maju tidaknya sebuah perusahaan.

Pada dasarnya, *public relations* merupakan fungsi manajemen yang membangun, memelihara dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang bisa mempengaruhi

kesuksesan atau kegagalan suatu organisasi. Agar fungsi ini berjalan efektif, maka praktisi *public relations* harus memiliki kemampuan berkomunikasi dan menjalin hubungan baik dengan publik. *Public relation* harus mampu menciptakan kesan positif pihak yang diajak berkomunikasi terhadap organisasinya.

Dalam rangka menciptakan dan mengembangkan citra yang positif, *public relations* harus mampu menjadi informan yang lebih baik lagi bagi perusahaann, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa seperti Rumah Sakit.

Rumah Sakit adalah institusi yang menyelenggarakan dan menyediakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna. Pelayanan kesehatan tersebut meliputi pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Menurut WHO (World Health Organization), Rumah sakit adalah bagian yang tidak dapat terpisahkan dari suatu organisasi sosial dan kesehatan yang memiliki fungsi menyelenggarakan dan menyediakan pelayanan secara lengkap *(paripurna)* kepada masyarakat *(komprehensif)*, penyembuhan penyakit *(kuratif)* dan pencegahan penyakit *(preventif).*

Maka dari itu Rumah Sakit merupakan perusahaan yang berusaha menjaga kualitas pelayanannya. Hal ini dikarenakan masyarakat menaruh perhatian yang besar terhadap kualitas pelayanan Rumah Sakit tersebut. Rumah sakit adalah suatu Lembaga Kesehatan dimana masalah pelayanan Kesehatan merupakan hal yang paling sering mendapatkan pengaduan maupun keluhan dari pasien atau masyarakat. Keluhan dari masyarakat

tersebut biasanya muncul akibat kelalaian atau kesalahan petugas rumah sakit dalam memberikan pelayanan Kesehatan kepada masyarakat sebagai pasien.

Situasi masalah yang ingin diteliti pada penelitian ini adalah bahwa meningkatkan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting di instansi seperti rumah sakit. Sebagai sarana pelayanan kesehatan kepada masyarakat, rumah sakit dituntut untuk memberi pelayanan yang berkualitas sesuai dengan standar yang ditetapkan dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Kualitas pelayanan tidak hanya diukur oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena mereka yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Setiap orang akan menilai kualitas pelayanan berdasarkan standar atau karakteristik yang berbeda-beda. Masyarakat atau pasien melihat layanan yang berkualitas sebagai suatu layanan kesehatan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dan perlakuan yang diberikan oleh petugas rumah sakit dengan sopan santun, tepat waktu, tanggap, dan mampu menyembuhkan keluhannya, serta mencegah berkembangnya atau meluasnya penyakit pasien.

Penelitian ini difokuskan untuk meneliti tentang strategi *public relations* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien di Rumah

Sakit Griya Waluya Ponorogo. Rumah Sakit Griya Waluya Ponorogo merupakan salah satu Rumah Sakit Kristen swasta di Ponorogo. Rumah Sakit Griya Waluya ini beralamatkan di Jl. Sultan Agung No. 68 Ponorogo, Jawa Timur. Rumah sakit ini juga dikenal sebagai Panti Wanita karena lebih dikenal sebagai Rumah Bersalin sebelum akhirnya menjadi Rumah Sakit umum seperti sekarang ini. Peneliti memilih Rumah Sakit Griya Waluya sebagai lokasi penelitian karena, rumah sakit ini adalah satu-satunya Rumah Sakit Kristen milik Yayasan Kesehatan Greja Kristen Jawi Wetan (GKJW) Ponorogo. Dimana penganut agama Kristen di Ponorogo adalah minoritas, akan tetapi banyak juga karyawan dan pengunjungnya sebagian besar adalah orang muslim, juga karena letak rumah sakitnya yang strategis, mudah dijangkau oleh masyarakat, khususnya bagi peneliti dan juga rumah sakit ini terkenal dengan jasa pelayanannya yang ramah tamah serta terkenal dalam bidang persalinan.

Penelitian ini penting dilakukan karena peneliti ingin melihat bagaiman strategi yang dilakukan oleh *public relations* RS Griya Waluya Ponorogo dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien. Karena seiring munculnya polemik dimasyarakat, bahwa dalam pelayanan terkadang masih ada saja permasalahan yang timbul, baik dari segi sarana prasarana bahkan segi pengobatan. Dari sedikit permasalahn itu juga, pada dasarnya akan mempengaruhi citra yang positif dan kualitas pelayanan rumah sakit itu sendiri.

Sementara itu, sebagai rumah sakit yang merupakan salah satu penyedia layanan jasa kesehatan masyarakat, sudah seharusnya memperhatikan kualitas pelayanan yang menjadi pelayanan penting dari setiap rumah sakit. Karena citra akan terbentuk melalui kualitas pelayanannya. Semakin baik pelayanan yang diberikan semakin baik pula citra rumah sakit dihadapan publik. Begitu pula sebaliknya bila pelayanan yang diberikan buruk, maka akan berdampak negatif pada rumah sakit tersebut. Dengan demikian peran *public relations* sangat penting bagi RS Griya Waluya Ponorogo untuk mempertahankan dan memperbaiki citra serta menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan publik. Selain itu berkembangnya RS Griya Waluya tentunya tidak lepas dari adanya strategi *public relations* dalam meningkatkan citra kualitas pelayanan kepada pasien.

Mengingat pentingnya strategi *public relations* dalam menjalankan sebuah program organisasi atau perusahaan, peneliti termotivasi untuk mengkaji atau meneliti departemen *public relations* RS Griya Waluya dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengambil judul penelitian yaitu ***" Straegi Public Relation Rumah Sakit Griya Waluya Ponorogo Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Pasien "***

B. Rumusa Masalah

Berdasarkan hal-hal tersebut pada latar belakang masalah, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi dalam meningkatkan pelayanan RS Griya Waluya Ponorogo kepada pasien?
2. Strategi apa yang digunakan untuk menarik pasien agar berkunjung dan berobat di RS Griya Waluya Ponorogo?
3. Media informasi apa yang digunakan dalam pemasaran RS Griya Waluya Ponorogo?
4. Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung strategi *public relations* RS Griya Waluya Ponorogo dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan dalam meningkatkan pelayanan di RS Griya Waluya Ponorogo kepada pasien.
2. Untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk menarik pasien agar berkunjung dan berobat di RS Griya Waluya Ponorogo.
3. Untuk mengetahui media informasi yang di gunakan oleh RS Griya Waluya dalam pemasarannya kepada pasien.

4. Untuk mengetahui apa saja faktor yang menghambat dan faktor pendukung strategi *public relations* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat berkaitan dengan *pertama*, sebagai bahan pembelajaran atau referensi tambahan bagi penuntut ilmu dibidang yang sama yakni komunikasi terutama konsentrasi mengenai strategi *public relations* dalam sebuah organisasi atau perusahaan. *Kedua*, dapat menjadi rujukan atau referensi tambahan bagi para praktisi *public relations* dalam menjalankan tugas dan perannya, khususnya bagi *public relations* dalam meningkatkan kualitas pelayanan di rumah sakit.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk perbaikan kualitas pelayanan kepada pasien di Rumah Sakit Griya Waluya Ponorogo, serta untuk kemajuan kegiatan kehumasan atau *public relations* di rumah sakit agar lebih optimal lagi.