

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Undang-Undang (UU) Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit menyebutkan bahwa rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna (meliputi promotif, preventif, kuratif, dan *rehabilitative*). Rumah Sakit di Indonesia dewasa ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Mulai muncul berbagai rumah sakit, baik milik swasta maupun milik pemerintah. Salah satunya Rumah Sakit Umum Pusat dr. Hasan Sadikin Bandung atau yang kita kenal dengan RSHS. RSHS sudah menjadi rumah sakit rujukan puncak (*Top Referral Hospital*) di Jawa Barat sejak 1978. RSHS ditetapkan sebagai RS type A oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) pada tahun 2004 (Profil RSHS, 2009).

Salahsatu sarana pelayanan kesehatan yang memiliki peran penting dalam melayani kebutuhan kesehatan adalah rumah sakit. Rumah sakit merupakan lembaga dalam mata rantai kesehatan Nasional. Rumah sakit mengemban tugas untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada publiknya. Sebagai rumah sakit berskala besar, RSHS sudah seharusnya menangani publiknya secara professional.

Salahsatu cara yang harus dilakukan adalah dengan memunculkan departemen khusus untuk menangani isu pelayanan pada publiknya. Fatma (2014) mengatakan,

In health sector, to establish public relations department is a must for all institutions. In recent years, it is seen that the Ministry of Health have focused on the subject seriously. Hospitals are still not efficiently satisfying in terms of public relations service. At hospitals, to reach the target community and to supply communication of high quality with them on the basis of respect and sympathy, and thus to establish a positive image, are possible through planned and organized communication studies.

Di bidang kesehatan, mendirikan departemen kehumasan adalah suatu keharusan bagi semua institusi. Dalam beberapa tahun terakhir, Kementerian Kesehatan mulai serius pada masalah ini. Rumah sakit

masih belum memuaskan secara efisiensi dalam hal pelayanan kehumasan. Di rumah sakit, untuk mencapai sasaran komunitas dan untuk memberikan komunikasi yang berkualitas dengan mereka (komunitas.-ed) bisa berdasarkan rasa hormat dan simpati, dan dengan demikian untuk membangun citra positif, dimungkinkan melalui studi komunikasi yang terencana dan terorganisir. (Gecikli, 2014, hlm. 51)

Hendaknya rumah sakit memiliki struktur tersendiri untuk mengelola publiknya secara profesional. Hubungan Masyarakat (HUMAS) dianggap sebagai struktur yang mampu mengelola komunikasi internal dan eksternal di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa kedudukan humas sangat berpengaruh dalam sebuah instansi tak terkecuali rumah sakit. Humas Rumah Sakit Hasan Sadikin (HUMAS RSHS) mencoba membangun hubungan baik dengan publiknya. Menurut Hon dan Grunig (1999, hlm. 11) nilai *public relations* dapat ditentukan dengan mengukur kualitas hubungan dengan publiknya, dan program komunikasi dapat dievaluasi dengan mengukur efek mereka serta menghubungkan mereka dengan atribut hubungan yang baik.

Humas pada instansi rumah sakit memiliki tantangan yang cukup besar. Humas tidak hanya menyediakan komunikasi antara organisasi dan publik, mereka harus membangun hubungan kepercayaan satusama lain. Untuk mencapai pernyataan ini mereka harus menghadapi banyak tantangan dan saat perkembangan informasi yang sudah berbeda. Pada era ini, tidak hanya media tradisional tetapi media sosial online yang dapat diakses oleh siapa saja dan kapan saja. *"Siapa pun yang memiliki koneksi internet dapat mengeluarkan pesan dalam hitungan detik". (Bogianzidis, 2017, hlm. 13).*

Hubungan masyarakat harus menghadapi perubahan ini dan memperbaiki sistem kinerja agar sesuai dengan harapan pasien, pelanggan, dan manajer. Faktor menantang yang penting adalah keterampilan pekerja. Humas memiliki kontak sehari-hari dengan pasien, institusi, manajer, dan masyarakat yang berarti mereka harus terampil dalam menulis serta berbicara untuk bernegosiasi, berdebat, berdiskusi dan menjalin komunikasi yang baik dengan mereka.

Melalui komunikasi internal yang baik, humas diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan rumah sakit. Hubungan yang harmonis antara pihak yang

terlibat dengan rumah sakit dapat menciptakan iklim kerja menjadi lebih kondusif. Dengan demikian aktivitas rumah sakit dapat berjalan dengan lancar (-ed) ¹.

Sejalan dengan hal tersebut, Cheney dan Christensen (2001) menyatakan bahwa

batas buatan antara komunikasi internal dan eksternal yang bermasalah, karena ada hubungan timbal balik dan integrasi antara dua bentuk komunikasi. Ketika datang ke kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat atau mengubah identitas organisasi melalui branding atau manajemen gambar program, tidak mungkin untuk menarik batas yang jelas antara komunikasi internal dan eksternal. anggota organisasi pasti akan melihat komunikasi eksternal dalam bentuk iklan komersial, dan sebaliknya, komunikasi internal tidak akan inggal di dalam "dinding" dari sebuah organisasi. anggota organisasi, yang secara kolektif memiliki jaringan besar, akan berbicara tentang masalah internal dengan teman-teman dan membahas masalah organisasi di media sosial.

Humas tidak hanya mencoba membangun hubungan baik dengan pihak internal saja, melainkan juga hubungan eksternal rumah sakit. *“The two-way symmetrical model of communication is a good example of how public relations can have a big impact on internal and external communication”* Model komunikasi simetris dua arah adalah contoh yang baik tentang bagaimana *public relations* dapat memiliki dampak besar pada komunikasi internal dan eksternal. (Bogianzidis, 2017, hlm. 14).

Praktek-praktek manajemen yang tidak efisien dan tidak efektif harus ditinggalkan dan mulai fokus pada profesionalisme sumber daya manusianya (Nurkholisoh, hlm.196). Profesionalisme tersebut harus berusaha mengurangi kesenjangan komunikasi antara pihak rumah sakit dengan publiknya. Menyikapi pengelolaan komunikasi tersebut, pihak Humas RSHS mencoba mengelola hubungan internal dan eksternal rumah sakit untuk meningkatkan efektivitas komunikasi terhadap publik. Komunikasi yang baik tentu dapat meningkatkan opini yang baik pada rumah sakit.

Analisa efektivitas komunikasi humas merupakan sebuah langkah penting, Hal ini bertujuan untuk memudahkan pemetaan “apa dan bagaimana” kebutuhan komunikasi yang dibutuhkan oleh sebuah humas rumah sakit . Kebutuhan komunikasi

¹ <http://www.dosenpendidikan.com/pengertian-eksternal-public-relations-dan-internal-public-relations-lengkap/> diakses 23 Maret 2017, 11.00 WIB.

yang di perlukan oleh publik tidak terlepas dari adanya kenyamanan interaksi antar komponen dalam sebuah rumah sakit. Berikutnya, pemenuhan kebutuhan pelayanan harus menjadi prioritas utama yang dilakukan oleh setiap individu kehumasan. Maka dari itu, pelayanan kesehatan yang baik akan meningkatkan nilai baik pada rumah sakit, dan begitu pula sebaliknya.

Keberadaan humas di rumah sakit memang sama halnya dengan humas dalam instansi lain. Hal ini sejalan dengan ungkapan Ertekin (dalam Geçikli, 2010, hlm. 67) dalam hal ini humas (rumah sakit) mungkin memiliki posisi yang berbeda sesuai dengan berbagai bentuk organisasi. Maka artinya setiap humas tentu menyesuaikan dengan kelembagaannya termasuk pada Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Hasan Sadikin (RSUP Dr. Hasan Sadikin).

Humas rumah sakit akan membawa keuntungan bagi rumah sakit tersebut. Hartanto (2010) mengemukakan bahwa

terdapat 4 keuntungan, diantaranya; dapat mengantisipasi secara lebih baik masalah-masalah yang potensial terjadi, dapat mengatasi masalah-masalah itu dengan baik, konsisten dalam kebijakan dan strategi yang berorientasi publik, dan lebih profesional dalam melakukan komunikasi tertulis dan lisan. (hlm. 209)

Humas perlu menangani perbaikan dan peningkatan mutu pelayanan rumah sakit. Maka dari itu Humas harus melakukan manajemen baik dalam internal maupun eksternal organisasi. Karena sejatinya aktivitas humas adalah mengelola komunikasi antara lembaga dan publiknya. Dengan demikian reputasi rumah sakit menjadi baik.

Dalam hal ini humas perlu menjalankan strateginya atau yang dikenal dengan *strategi public relations*, sebagaimana yang dikemukakan Adnanputra (dalam Ruslan, 2010, hlm. 134) “Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations* (*public relations plan/strategi public relations*).”

Maka untuk mengetahui kualitas manajemen *public relations* yang sudah ada, perlu adanya sebuah fakta dan data yang dituangkan dalam sebuah evaluasi. Evaluasi yang dimaksud adalah penelitian. Beberapa penelitian yang dilakukan mengenai permasalahan ini memang masih sedikit. Jika, melihat penelitian sebelumnya dalam (Medina P, 2015: 54-65) “*Management of the Internal*

Communication in Hospitals: Conceptual Framework and Implementation Model” dan (Gecikli F, 2014: 51-59) “*The Organization of Public Relations Department at Hospitals: A Model Suggestion*” dijelaskan bagaimana pentingnya pengelolaan dan manajemen *public relations*. Selain itu *public relations* juga penting dalam tugasnya untuk menjalin hubungan dengan para *stakeholders* perusahaan baik yang berhubungan dengan media, maupun komunitas.

Berdasarkan uraian diatas, memang hasil penelitian tidak menggambarkan bagaimana citra rumah sakit tersebut. Namun, penelitian tersebut lebih menekankan kepada korelasi faktor-faktor terkait studi kasus manajemen *public relations* dalam sebuah rumah sakit. Sehingga dalam hal ini, hasil penelitian hanya menggambarkan dan mendeskripsikan management internal *public relations* dalam rumah sakit.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Susanto (2015) dengan judul “Strategi Humas RSUD Abdul Wahab Sjahranie dalam rangka Meningkatkan Citra Positif di Kota Samarinda” menunjukan hasil penelitian dengan kesimpulan sebagai berikut

“Strategi humas RSUD A. Wahab Sjahranie berjalan seperti yang diinginkan, namun hambatan utamanya adalah humas di RSUD A. Wahab Sjahranie belum memiliki instalasi sendiri. Humas di RSUD A. Wahab Sjahranie juga belum sepenuhnya berasal dari orang humas, melainkan diambil dari kepala bagian keperawatan dan pelayanan medis.”

Maka dari beberapa penelitian terdahulu tersebut, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan sejenis berkaitan dengan manajemen *public relations* rumah sakit. Adapun penelitian yang penulis lakukan berkaitan Management *Public relations* yang dituangkan dalam judul “Manajemen *Public Relations* dalam Mengelola Hubungan Internal dan Eksternal pada Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Hasan Sadikin Bandung”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas mendorong penulis untuk meneliti tentang Management *Public Relations* dalam Mengelola Hubungan Internal dan Eksternal pada Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Hasan Sadikin Bandung?

Penulis menjabarkan pertanyaan tersebut agar penelitian ini lebih rinci dan detail, maka bentuk penjabaran pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana management public relations RS Hasan Sadikin dalam mengelola hubungan internal?
- 1.2.2 Bagaimana management public relations RS Hasan Sadikin dalam mengelola hubungan eksternal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan beberapa point berikut:

- 1.2.1 Mengetahui bagaimana management *public relations* dalam mengelola hubungan internal pada RS Hasan Sadikin?
- 1.2.2 Mengetahui bagaimana management *public relations* dalam mengelola hubungan eksternal pada RS Hasan Sadikin?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka kegunaan dari penelitian ini secara tidak langsung bermanfaat untuk:

1.4.1 Teoritis

- 1) Menunjang penelitian berikutnya untuk pengembangan ilmu khususnya di departemen ilmu Komunikasi;
- 2) Menelaah pengaruh penggunaan teori terhadap aplikasi dalam kehidupan sehari-sehari;
- 3) Mengecek kebenaran teori sebagai rujukan kebenaran dalam aktifitas lapangan.

1.4.2 Kebijakan

- 1) Menjadi bahan referensi untuk pertimbangan kebijakan khususnya bagi praktisi PR dalam mengelola hubungan internal dan eksternal *public relations* dalam praktek dilapangan;

- 2) Sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan kebijakan dalam *manage* hubungan internal dan eksternal strategi *public relations* di RS Hasan Sadikin oleh humas dan protokoler;
- 3) Sebagai salah satu referensi untuk pertimbangan peningkatan kualitas pelayanan RS Hasan Sadikin terhadap masyarakat.

1.4.3 Praktik

- 1) Menjadi sumber pengetahuan bagi pembaca dan penelitian lainnya;
- 2) Dapat mengetahui ada atau tidaknya hubungan strategi *public relations* dengan pelayanan kesehatan di RSHS;
- 3) Sebagai tahap awal untuk pengajuan skripsi departmen Ilmu komunikasi.

1.4.4 Isu dan Aksi Sosial

- 1) Sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan pendidikan konsentrasi kehumasan
- 2) Sebagai bahan informasi untuk pertimbangan pengelolaan strategi komunikasi humas dan protokoler RSHS dalam pengelolaan sistem pelayanan terhadap masyarakat;
- 3) Sebagai bahan masukan untuk pengembangan pelayanan strategis pada pegawai RSHS;

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Bab I, Pendahuluan. Bab ini merupakan bagian awal dalam penyusunan skripsi ini. Dalam bab ini terdapat beberapa sub bagian didalamnya, diantaranya Latar Belakang Masalah, sub bagian ini menjelaskan tentang akar permasalahan penelitian untuk menggambarkan permasalahan apa yang akan diteliti dan mengapa permasalahan tersebut diteliti. Sub bagian berikutnya adalah Rumusan Masalah, menjelaskan tentang point permasalahan yang menjadi penelitian. Sub bagian selanjutnya adalah manfaat penelitian. Manfaat penelitian ini menjelaskan tentang manfaat apa yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan, baik dari segi *Kebijakan, Praktik, Isu dan Aksi Sosial*. Sub bagian terakhir dalam bagian ini adalah Struktur Organisasi Skripsi yang menjelaskan urutan bab dan bagian dalam skripsi.

Bab II, Kajian Pustaka. Bab ini merupakan bab yang menjelaskan tentang teori atau kajian kepustakaan berdasarkan sumber yang relevan dengan permasalahan penelitian baik dari buku-buku maupun jurnal.

Bab III, Metode Penelitian. Adalah tahapan dalam melakukan penelitian. Langkah penelitian ini meliputi perumusan desain penelitian, partisipan, populasi dan sample, instrument penelitian, prosedur penelitian, sampai kepada analisis data.

Bab IV, Pembahasan. Bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Adapun hasil penelitian ini berupa analisis dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan acuan hasil wawancara dan data yang didapatkan dari lapangan selama penelitian.

Bab V, Simpulan dan Saran. Bab ini merupakan bab terakhir dalam penyusunan skripsi ini. Bab ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang diperlukan untuk menunjang penelitian berikutnya baik bagi penulis sendiri maupun bagi para peneliti selanjutnya.