

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia Humas citra adalah tujuan dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh semua praktisi humas di semua lembaga atau perusahaan. Hal ini disadari bahwa citra sangatlah penting bagi kelanggengan suatu lembaga atau perusahaan. Perusahaan yang memiliki citra positif dimata konsumen cenderung survive pada masa krisis. Kalaupun menderita kerugian jumlah nominalnya jauh lebih kecil dibanding perusahaan yang citranya kurang baik.

Dalam perkembanganya citra sebuah lembaga ataupun perusahaan dianggap sebagai nyawa perusahaan itu sendiri atau sebagai jati diri sebuah perusahaan yang tentunya memerlukan perhatian dan maintenance yang baik dari siempunya kepentingan dalam hal ini semua manajemen lembaga atau perusahaan tersebut.

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang apapun pasti memerlukan citra positif dimata konsumennya. Hal itu perlu dilakukan untuk mempertahankan keyakinan konsumen supaya tetap menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Citra positif harus dibentuk terus menerus, supaya pandangan konsumen menjadi lebih baik dan konsumen akan menjadi loyal. Jika citra perusahaan baik, maka respon yang diberikan oleh konsumen juga baik, begitupun sebaliknya jika citra perusahaan buruk dan dalam waktu dekat tidak ada perbaikan maka kepercayaan konsumen akan hilang dan secara otomatis konsumen akan mencari pelayanan lain yang bisa memenuhi kebutuhannya.

Tentu saja bukan pekerjaan yang mudah bagi seorang praktisi humas sebuah lembaga atau instansi yang bergerak dibidang jasa kesehatan dalam menjaga agar

citra perusahaanya tetap bagus dimata publik. Mengingat persaingan bisnis jasa kesehatan akhir akhir ini semakin ketat dimana semua instansi rumah sakit baik swasta maupun pemerintah semua berlomba membenahi instansi mereka dengan pelayanan yang maksimal terhadap pengguna jasa dalam hal ini adalah para pasien. Seperti yang kita tahu bahwa bisnis jasa pelayanan kesehatan erat dengan resiko yang bersifat fatal terhadap citra persahaan. Hal ini berkaitan dengan maraknya perhatian khalayak terhadap masalah mall praktek hingga akhirnya menjadi momok sekaligus motivasi semua lembaga atau instansi dalam hal ini rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pasiennya dengan melakukan upaya yang bisa memberikan image atau citra yang baik kepada pengguna jasanya. Citra merupakan hal penting bagi perusahaan, karena citra perusahaan merupakan gambaran dan penilaian dari berbagai aktivitas suatu perusahaan dimata publiknya berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman- pengalaman dan dapat berbentuk citra positif dan negatif.

Citra yang baik berarti masyarakat mempunyai kesan positif terhadap perusahaan yang akan menguntungkan perusahaan, sedangkan cita yang buruk berarti masyarakat mempunyai kesan yang negative yang secara tidak langsung akan merugikan perusahaan.

Citra adalah pencapaian tujuan dari kegiatan PR. Pengertian citra adalah suatu yang abstrak ( intangible ) dan tidak dapat diukur dalam ukuran nominal tertentu. Ibarat angin yang tertiup maka citra mempunyai wujud yang dapat dirasakan dari hasil penilaian baik dan buruk, seperti tanggapan yang yang positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik ( mitra kerja ) dan masyarakat pada umumnya.

Citra perusahaan semakin dipandang penting dalam mempengaruhi efektivitas pemasaran. Terdapat beberapa alasan yang mendasari pentingnya perusahaan membangun dan mengelola citra perusahaan yaitu :

1. Dapat merangsang penjualan
2. Dapat membangun nama baik perusahaan
3. Membangun identitas bagi karyawannya
4. Mempengaruhi investor dan lembaga-lembaga keuangan
5. Memajukan hubungan baik dengan suatu komunitas, dengan pemerintah, dengan tokoh masyarakat dan dengan para opinion leaders
6. Mendapatkan posisi dalam persaingan.

Begitu pula citra menjadi hal yang amat penting bagi RSKB Cinta Kasih Tzu Chi. Pada awalnya RSKB hanyalah sebuah Poliklinik yang memberikan pelayanan pada pasien baksos untuk pasien tidak mampu yang memberikan layanan operasi hernia, mata dan bibir sumbing. Berawal dari seringnya melakukan tindakan operasi, pemerintah lalu menyarankan agar ditingkatkan ijinnya menjadi rumah sakit dan pihak yayasan menyambutnya dengan segera meresmikan poliklinik menjadi sebuah rumah sakit tipe C yang tidak hanya melayani pasien baksos tapi melayani pasien umum.

Berdiri dibawah naungan yayasan Budha Tzu Chi dimana yayasan Budha Tzu Chi, yaitu yayasan kemanusiaan yang didirikan oleh seorang Bikuni Master Cheng Yen yang berpusat di Hualien Taiwan. Yayasan ini lahir karena adanya ketulusan membantu sesama tanpa memandang agama suku dan bangsa yang berpedoman pada cinta kasih universal. Keberadaanya saat ini tersebar di lima benua dan memiliki 41 kantor cabang di berbagai negara dengan jutaan relawan serta

tercatat sebagai salah satu lembaga sosial kemanusiaan dan masuk sebagai anggota PBB. Meskipun demikian tidak menjadikan RSKB kebal terhadap masalah pencitraan dimata publiknya apalagi membawa embel embel nama salah satu agama.

Pada awal berdiri tidak sedikit masyarakat yang menyangsikan keberadaanya. Seperti yang kita ketahui masalah yang berkaitan dengan kepercayaan di Indonesia adalah masalah yang sensitive. Mereka menganggap, keberadaan Yayasan Budha tzu chi atau RSKB khususnya salah satu upaya mencari umat, tapi lambat laun masyarakat semakin pintar dalam menyikapinya dan hal ini juga dikuatkan dengan pembuktian bahwa apa yang disangsikan masyarakat tidak terjadi. Tentu saja hal ini karena terjalinya sebuah komunikasi yang baik dari pihak RSKB Cinta Kasih Tzu Chi kepada publiknya dalam hal ini masyarakat sekitar yang menjadi pengguna jasa atau pasien.

Citra juga dipandang penting oleh RSKB untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien umum, seperti yang kita ketahui bahwa sebagian besar pasien adalah dari kalangan tidak mampu yang mengharapkan layanan baksos yang mengandalkan donasi dari yayasan, bagaimanapun dengan meningkatnya jumlah pasien umum akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap RSKB terutama dalam pembiayaan oprasionalnya sehingga RSKB bisa menjadi rumah sakit yang survive dan mandiri tanpa meninggalkan pakemnya sebagai rumah sakit sosial. hal inilah yang diharapkan bisa memberikan pencitraan yang positif yang berbeda dengan rumah sakit profit lainnya.

Untuk mendukung tercapainya citra yang baik dimata publiknya sebuah perusahaan bahkan berani mengeluarkan budget besar dengan menyelenggarakan beberapa event atau kegiatan sosial yang melibatkan banyak publik didalamnya dan berharap media dapat meliput kegiatannya. Hal ini sudah menjadi rahasia umum

bahwa kegiatan sosial yang melibatkan banyak orang dianggap taktik jitu suatu perusahaan dalam upaya meraih citra yang bagus dimata publiknya.

Upaya yang sama juga dilakukan oleh RSKB secara terjadwal diantaranya melakukan kegiatan baksos sekala besar per tiga bulan serta baksos kecil rutin setiap bulan serta aktif mengirimkan karyawannya jika ada bencana alam baik dalam maupun luar negeri. Melakukan kunjungan kasih bagi pasien yang memerlukan perhatian khusus ke rumah pasien. Memberikan layanan dampingan dengan melibatkan para relawan kepada pasien rawat inap maupun rawat jalan. Memberikan Penyuluhan berkala kepada Masyarakat di sekitar rumah sakit dan kegiatan tersebut menjadi agenda rutin RSKB Cinta Kasih Tzu Chi . Kegiatan tersebut dilakukan semata mata agar masyarakat sekitar rumah sakit pada umumnya serta pasien khususnya lebih mengenal tentang RSKB. Maka dalam hal ini RSKB harus mampu memiliki identitas perusahaan ( *corporate identify* ) yang dikenal dan memiliki citra( *image* ) positif. Oleh karena itu, komunikasi memegang peranan penting bagi perusahaan untuk mencapai keberhasilan.

Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang dilakukan oleh RSKB Cinta kasih *Tzu Chi* agar dapat memposisikan dirinya dimata publik. Sebab tidaklah mudah menuju keberhasilan yang ingin dicapai tanpa keikutsertaan dari publik. Dengan citra yang baik dari publik maka perusahaan dalam hal ini RSKB Cinta Kasih *Tzu Chi* mendapatkan kepercayaan tersendiri di dalam diri publik. Dalam hal ini RSKB merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa kesehatan.

. Penelitian ini membahas citra perusahaan ( *corporate image*), citra yang berkaitan dengan sosok institusi sebagai tujuan utamanya, bagaimana citra institusi yang positif lebih dikenal serta diterima oleh publiknya.

Disinilah publik relations memiliki peranan penting dalam bidang komunikasi perusahaan. Publik Relations menjadi bagian dari fungsi manajemen. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Lawrence D Brennan, Yaitu: “ *management is communication*” ( Soekarno,1997:79)

Dalam hal ini Publik Relations berperan sebagai alat untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan berbagai publik, baik intern maupun ekstern keduanya memiliki peran yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan walaupun tidak sedikit perusahaan menganggap lebih penting publik ekstern karena pada kenyataannya publik ekstern terdiri dari banyak orang yang berbeda beda kepentingannya dan hal tersebut memerlukan perhatian ekstra bagi perusahaan.

## 1.2 Rumusan masalah

Citra adalah tujuan utama dan merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia PR dari sebuah organisasi atau perusahaan. Sebagai rumah sakit yang berkiprah di kegiatan sosial kemanusiaan dan sering melakukan kegiatan bakti sosial maka RSKB Cinta Kasih Tzu Chi terus mengadakan pembenahan dalam rangka meningkatkan mutu pelayanannya agar tetap terjaga dengan baik. Berdasarkan uraian latar belakang diatas seperti penulis sangat tertarik untuk membahas bagai mana publik ekstern memandang citra perusahaan ditempat penulis bekerja dalam hal ini RSKB Cinta Kasih Tzu Chi maka penulis merumusan masalah sebagai berikut :” *Bagaimana Citra RSKB Cinta Kasih Tzu Chi Bagi Pasien Melalui Pelayanan Bakti Sosial ( BAKSOS)”?*

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagai mana *Citra RSKB Cinta Kasih Tzu Chi Bagi Pasien Melalui Pelayanan Bakti Sosial ( BAKSOS)”?*

#### 1.4 Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Akademis

- Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian kajian teoritis dan pengetahuan dibidang Publik Relations mengenai citra dan (*Community Relations*).
- Sumbangsih dalam memperluas cakrawala bagi kajian kajian ilmu Publik Relations terutama dalam hal menjaga citra perusahaan.
- Menambah konsep baru yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

- Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai sumbangan pemikiran, saran dan kritik bagi manajemen RSKB CintaKasih Tzu Chi untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama pelayanan bakti sosial
- Penelitian ini juga bisa dijadikan sebagai tolak ukur seberapa besar pengaruh kegiatan bakti sosial bagi citra RSKB Cinta Kasih Tzu Chi terhadap publiknya

#### 1.5 Sistematika Penulisan

##### Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai penguraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

##### Bab 11: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi mengenai penguraian konsep dan teori yang relevan dengan permasalahan, oprasionalisasi variable, dan kerangka pemikiran

## Bab 111: Metodologi

Bab ini meliputi desain penelitian, Bahan penelitian, unit analisis, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reabilitas, instrumen dan analisa data

## Bab 1V: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini uraian subyek penelitianyaitu RSKB Cinta Kasih Tzu Chi , hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian

## Bab V: Penutup

Dalam bab ini penulis memaparkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian serta saran saran berdasarkan hasil penelitian