

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Rumah sakit suatu lembaga bergerak dibidang kesehatan terus berusaha menuju globalisasi, sehingga rumah sakit selalu berupaya meningkatkan mutu dan daya saingnya agar bisa mengimbangi kompetitor lainnya. Salah satu peningkatan yang harus diperhatikan peran sumber daya manusia sebagai pelayan di rumah sakit.

Adapun sumber daya manusia di rumah sakit meliputi dokter, perawat, tenaga administrasi, resepsionis, dan security. Sumber daya manusia dalam aktivitas bekerja memerlukan unsur komunikasi yang merupakan dasar dari eksistensi suatu masyarakat dan menentukan pula struktur masyarakatnya. Sebenarnya peran utama dari sumber daya manusia agar tercipta opini yang positif tentang citra layanan rumah sakit, seperti pandangan buruk menjadi menerima, tidak percaya menjadi percaya, tidak tahu menjadi tahu, dan tidak mau berkunjung menjadi pengunjung tetap.

Masyarakat memiliki opini baik positif maupun negatif tentang citra pelayanan rumah sakit belum tentu pengalaman pribadi, bisa saja hanya dari mulut ke mulut. Artinya opini tentang citra layanan sangatlah penting. Opini positif tentang citra layanan perlu dibentuk, untuk membentuk citra layanan perlu adanya strategi kehumasan agar terwujud

citra positif yang akan memberi manfaat penting mempengaruhi pengguna jasa rumah sakit (pasien).

Masalah citra dan komunikasi di atas memiliki beberapa teori di antaranya:

Berkomunikasi kita menciptakan persamaan pengertian mengenai informasi, ide, pemikiran, dan sikap kita terhadap orang lain, intinya komunikator dan komunikan menuju kesepakatan pesan (Rumanti, 2005;86).

Pada kebanyakan situasi komunikasi lebih bisa diterima jika anda juga menerima tugas-tugas dan tujuan yang mencoba untuk diselesaikan, kemudian anda dimotivasi mendengarkan dan merespon secara kooperatif. Jika anda agak kurang motivasi kemudian penerimaan anda tergantung lebih kepada kekuatan pengirim untuk menjalankan sanksi pada anda (Ruslan, 1995:85-87)

Tidak bisa dipungkiri bahwa peran komunikasi sangatlah penting bagi manusia dalam kehidupannya sehari-hari, sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat: persuasif, edukatif, dan informatif. Sebab tanpa komunikasi maka tidak akan ada proses interaksi; saling tukar ilmu pengetahuan, pengalaman, pendidikan, persuasi informasi dan lain sebagainya. Proses penyampaian informasi tersebut pada umumnya berlangsung dengan melalui suatu media komunikasi, khususnya bahasa percakapan yang mengandung makna yang dapat dimengerti atau dalam

lambang yang sama. Pengertian pemakaian bahasa dapat bersifat konkrit dan abstrak (Arifin, 2006;82)

Jika dikorelasikan dengan kegiatan public relations maka sarana komunikasi tersebut merupakan hal terpenting dalam penyampaian pesan-pesan (*messages*) demi tercapainya tujuan dan pengertian bersama dengan publik, khalayak sasarannya (2006;83)

Menurut Ruslan (2006;16-19) dalam bukunya praktik dan solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra dinyatakan : *Public Relations* adalah fungsi manajemen khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, memberikan pengertian dan kerja sama yang melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan membantu manajemen menjadi tahu mengenai suatu hal dan tanggap dengan opini publik dengan menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam membantu mengantisipasi kecenderungan atau menggunakan penelitian secara teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama yang timbul antara organisasi dan publik yakni masyarakat.

Sebagai contoh Marks and Spencer memiliki suatu citra perusahaan yang positif jelas menunjang usaha public relations keuangan (Jefkins & Yadin, 2004;22).

Sedangkan citra menurut kamus besar Bahasa Indonesia berarti gambaran yang dimiliki oleh orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk.

Di sini komunikasi sangat penting dalam pembentukan citra suatu perusahaan atau organisasi, di samping pencitraan dan komunikasi rumah sakit juga harus melaksanakan tujuan pembangunan nasional yaitu meningkatkan derajat masyarakat yang tertuang dalam visi Indonesia sehat 2010. Untuk mewujudkan tujuan tersebut diupayakanlah peningkatan kinerja pelayanan kesehatan khususnya pelayanan di rumah sakit, dikarenakan rumah sakit sebagai organisasi yang kompleks yang bertujuan untuk memulihkan dan menjaga kesehatan perorangan. Fasilitas, alat-alat canggih, dan sumber daya manusia yang terlatih di rumah sakit dikembangkan untuk mendukung tugas dokter dalam mengobati pasiennya. Secara umum tujuan rumah sakit adalah mewujudkan derajat kesehatan setinggi-tingginya bagi semua lapisan masyarakat melalui pendekatan pemeliharaan kesehatan, pencegahan penyakit, penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan yang dilaksanakan secara menyeluruh sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Apabila penyediaan fasilitas yang berkualitas dan pelayanan dari rumah sakit dapat memberikan kepuasan bagi masyarakat baik pasien atau calon pasien yang akan berobat, maka hal itu dapat menciptakan citra yang positif bagi perusahaan.

Rumah sakit sebagai bentuk perwujudan dari organisasi yang erat kaitannya dengan citra positif perusahaan terhadap publik pada prakteknya bertalian dengan fasilitas ataupun pelayanan baik dokter maupun perawat serta sumber daya manusia lainnya yang dapat mengubah citra rumah sakit menjadi baik.

Berdasarkan uraian dan tinjauan di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Citra Layanan Rumah Sakit Hermina Tangerang Di Mata Pengunjung.”

1.2. RUMUSAN MASALAH

“ Sejahteranya Citra Layanan Rumah Sakit Hermina Di Mata Pengunjung.”

Selanjutnya dalam pembatasan penelitian agar bisa lebih terinci dan terarah, maka tempat penelitian adalah Rumah Sakit Umum Hermina Tangerang, adapun subjek dan objek penelitian meliputi:

1. Objek yaitu Citra Layanan RS Hermina Tangerang.
2. Subjek yakni Pengunjung (Pasien) Poli Klinik Bulan Februari 2009.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui Citra Layanan Rumah Sakit Hermina Tangerang Di Mata Pengunjung.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1. Secara Teoritis :

Untuk pengembangan ilmu komunikasi khususnya di Bidang Manajemen Public Relations.

2. Secara Praktis:

Sebagai bahan masukan untuk membangun Citra Positif Rumah Sakit Hermina Tangerang.

1.5. SISTEMATIKA PENULISAN

I. Pendahuluan, di dalamnya penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

II. Tinjauan pustaka yang berisi tentang konsep dan teori mengenai pengertian komunikasi, pengertian humas, pengertian citra, citra yang baik dan citra yang buruk, macam-macam citra, operasional variabel, dan kerangka pemikiran.

III. Metode penelitian berupa desain penelitian, sumber data, bahan penelitian dan unit analisa teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas ukur, dan teknik analisa data.

IV. Hasil penelitian yang berisi subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

V. Penutup yang berisi kesimpulan dan saran.