

**STRATEGI *PUBLIC RELATION*  
DALAM MENINGKATKAN *IMAGE* KUALITAS PELAYANAN  
KEPADA PASIEN DI RSU PKU MUHAMMADIYAH  
PURBALINGGA**



**SKRIPSI**  
**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah**  
**Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**  
**untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar**  
**Sarjana Sosial (S.Sos.)**

**Oleh:**  
**DWI LESTARI**  
**NIM. 2017102066**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM**  
**FAKULTAS DAKWAH**  
**UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**2024**

**STRATEGI *PUBLIC RELATION*  
DALAM MENINGKATKAN *IMAGE* KUALITAS PELAYANAN  
KEPADA PASIEN DI RSU PKU MUHAMMADIYAH  
PURBALINGGA**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dwi Lestari

NIM : 2017102066

Jenjang : S1

Fakultas/Jurusan : Dakwah/ Komunikasi Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Strategi *Public Relation* dalam Meningkatkan *Image* Kulaitas Pelayanan Kepada Pasien di RSUD Muhammadiyah Purbalingga

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian/karya sendiri. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN Saizu Purwokerto. Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di UIN Saizu Purwokerto.

Purwokerto, 22 Januari 2023



Dwi Lestari

2017102066





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN**

**Skripsi Berjudul**

**Strategi *Public Relation* dalam Meningkatkan *Image* Kualitas Pelayanan Kepada  
Pasien di RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga**

Yang disusun oleh Dwi Lestari NIM. 2017102066 Program Studi **Komunikasi  
Penyiaran Islam. Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah**  
Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri, telah diujikan pada  
hari Rabu, tanggal **17 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk  
memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos) dalam (Komunikasi Penyiaran  
Islam)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Ageng Widodo, M.A  
NIP.199306222019031015

Sekretaris Sidang/Penguji II

Yusuf Heriyanto, M.Kom  
NIP.198110042023271012

Penguji Utama

Siti Nurmahyati M.S.I  
NIP.

Mengesahkan,

Purwokerto, 17 Januari 2024

Dekan,



Dr. Muskind Fuad, M.Ag  
NIP.19720412262000031001

## NOTA DINAS PEMBIMBINGAN

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, koreksi dan perbaikan seperlunya maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

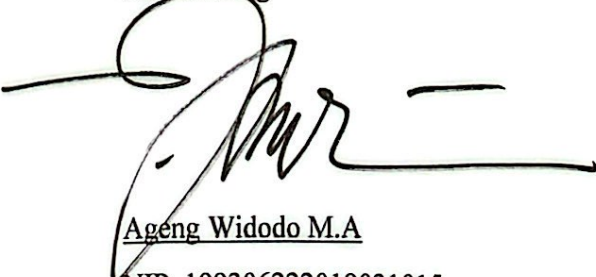
Nama : Dwi Lestari  
NIM : 2017102066  
Jenjang : S1  
Fakultas/Jurusan : Dakwah/ Komunikasi Penyiarah Islam  
Judul Skripsi : Strategi *Public Relation* dalam Meningkatkan *Image* Kualitas Pelayanan Kepada Pasien di RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga.

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan hasil karya sendiri, kecuali bagian yang dirujuk sumbernya.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 22 Januari 2023

Pembimbing



Ageng Widodo M.A  
NIP. 199306222019031015

## **MOTTO**

Karena Tidak Bisa Kita Mengubah Kenyataan,

Marilah Kita Mengubah Cara Pandang Kita

dalam Melihat Kenyataan

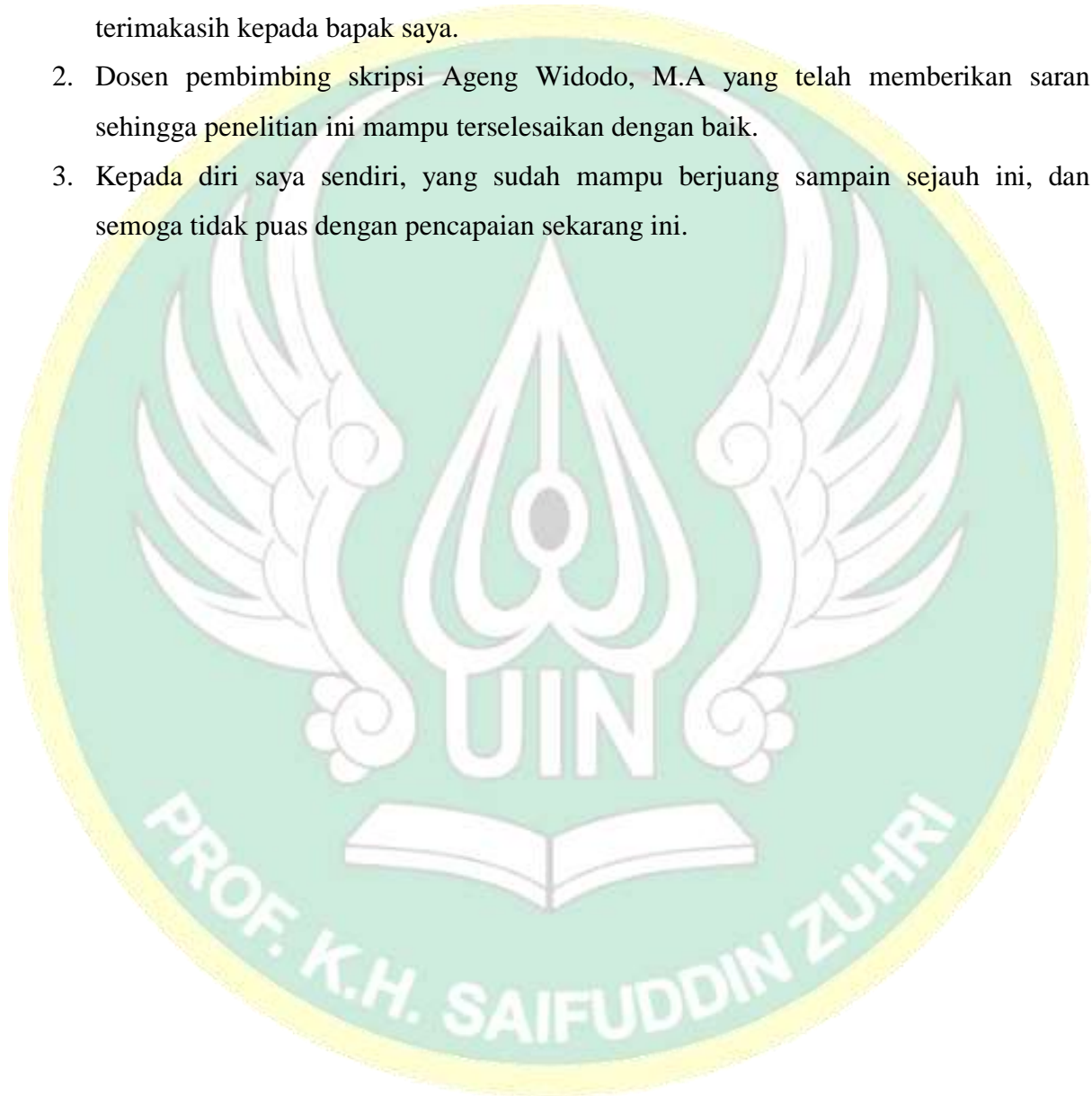
**-Nikos Kazantzakis-**



## PERSEMBAHAN

Dengan penuh bahagia atas nikmat Syukur yang telah diberikan Allah SWT sehingga dengan RidhoNya peneliti mampu menyelesaikan skripsi. Sholawat serta salam peneliti junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada :

1. Ibu tercinta Riyanti yang telah memberikan dukungan dan doa kepada peneliti dan terimakasih kepada bapak saya.
2. Dosen pembimbing skripsi Ageng Widodo, M.A yang telah memberikan saran sehingga penelitian ini mampu terselesaikan dengan baik.
3. Kepada diri saya sendiri, yang sudah mampu berjuang sampai sejauh ini, dan semoga tidak puas dengan pencapaian sekarang ini.





## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh*

Puji Syukur atas keberkahan dan nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman, islam, Ikhlas. Tidak lupa sholawat serta salam peneliti curahkan kepada nabi Muhammad SAW yang telah menjadi teladan baik bagi umat-NYA. Semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat kepada pembaca dengan skripsi berjudul “Strategi *Public relation* dalam meningkatkan *image* kualitas pelayanan kepada pasien di RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosial. Dalam proses penyelesaian skripsi ini peneliti menyadari belum sempurna sehingga kritik dan saran sangat dibutuhkan.

Skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak, dengan hormat peneliti memberikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Prof.Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof.Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatunsolihah, S.ag M.A selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof.Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Ageng Widodo M.A Sebagai Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, dan arahnya dengan penuh kesabaran serta memotivasi yang dapat membangun untuk lebih maju kedepanyasehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Segenap Dosen, Karyawan, dan seluruh Civitas Universitas Islam Negeri Islam Prof.kiyai Saifuddin Zuhri Purwokerto, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof.Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Kepada seluruh keluarga besar RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
7. Kepada Ibu saya Riyanti, terimakasih tidak ada henti-hentinya dalam mendoakan dan memberikan semangat dalam proses menjalai situasi, menjadi salah satu alasan untuk saya menyelesaikan studi ini dan bapak saya.



8. Kepada mbakkyu saya dan keluarga kecilnya yang sudah memberikan support penuh dalam mengingatkan peran orang tua dalam hidup saya.
9. Kepada teman dekat yang sudah bersedia menemani setiap proses yang dilalui, semoga hal baik menyertai.
10. Kepada sahabat seperjuangan yuyun Sulistiyani, terimakasih telah mau berposes bersama sampai sejauh ini.

Purwokerto, 22 Januari 2023

DWI LESTARI  
NIM. 2017102066



**STRATEGI *PUBLIC RELATION* DALAM MENINGKATKAN *IMAGE* KUALITAS  
PELAYANAN KEPADA PASIEN DI RSU PKU MUHAMMADIYAH  
PURBALINGGA**

**Dwi Lestari  
2017102066**

**Lestarisaya123@gmail.com**

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam  
Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam  
Fakultas Dakwah  
Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri

**ABSTRAK**

*Public relation* memiliki peran yang penting untuk membangun, mempertahankan, dan meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan citra yang baik dihadapan publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *public relation* RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga dalam meningkatkan *imgae* kualitas pelayanan kepada pasien. Jenis penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif. Sumber data yang diperoleh peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, hal ini bertujuan untuk mengungkap dan menggambarkan suatu permasalahan dengan mengumpulkan data secara langsung dan menjadi pengunci peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *public relation* RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga melakukan pendekatan terhadap internal dan eksternal berupa karyawan, pasien, dan Masyarakat, Strategi *Public Relation* yang dilakukan adalah, *Publikasi, event, community involment, lobbying and negotiation, dan social responsibility*. Adapun hal yang dilakukan *public relation* dalam mengatasi masalah, melakukan penyusunan program, tindakan dan berkomunikasi, dan mengevaluasi program kerja. Idealnya kualitas pelayanan di RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga adalah, *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*. Hambatan yang terjadi adalah kurangnya komunikasi, terdapat keluhan antrian, dan complain perihal farmasi.

**Kata kunci : *Public Relation, Kualitas Pelayanan, RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga.***

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Istilah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	8
E. Kajian Pustaka .....	9
F. Sitematika Penulisan.....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Pokok Bahasan <i>Public Relation</i> .....	12
1. Pengertian <i>public relation</i> .....	12
2. Ruang Lingkup <i>Public Relation</i> .....	13
3. Fungsi dan Tugas <i>Public Relation</i> .....	14
4. Peran <i>Public Relation</i> .....	17
5. Tujuan <i>Public Relation</i> .....	18
6. Tahap dan Strategi <i>Public Relation</i> .....	19
7. Sasaran Kegiatan <i>Public Relation</i> .....	23
B. <i>Image</i> .....	23
1. Jenis-Jenis <i>Image</i> .....	2
C. Kualitas Pelayanan.....	25
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	25

b. Manfaat Kualitas Pelayanan .....	27
c. Pengukur Kualitas Pelayanan .....	28

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
D. Metode Pengumpulan Data.....	32
E. Metode Analisis Data.....	34

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

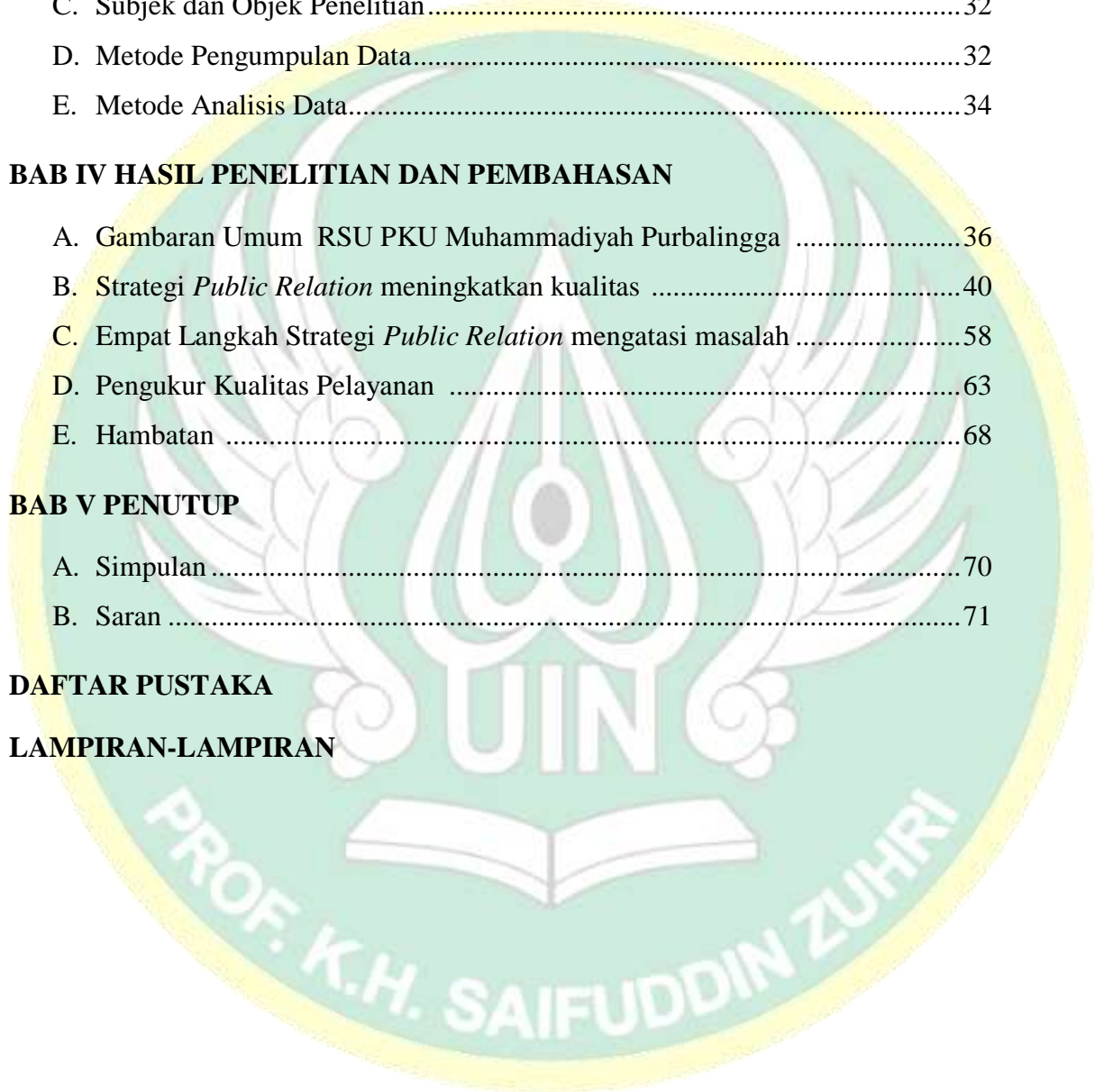
A. Gambaran Umum RSUD Muhammadiyah Purbalingga .....	36
B. Strategi <i>Public Relation</i> meningkatkan kualitas .....	40
C. Empat Langkah Strategi <i>Public Relation</i> mengatasi masalah .....	58
D. Pengukur Kualitas Pelayanan .....	63
E. Hambatan .....	68

**BAB V PENUTUP**

A. Simpulan .....	70
B. Saran .....	71

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



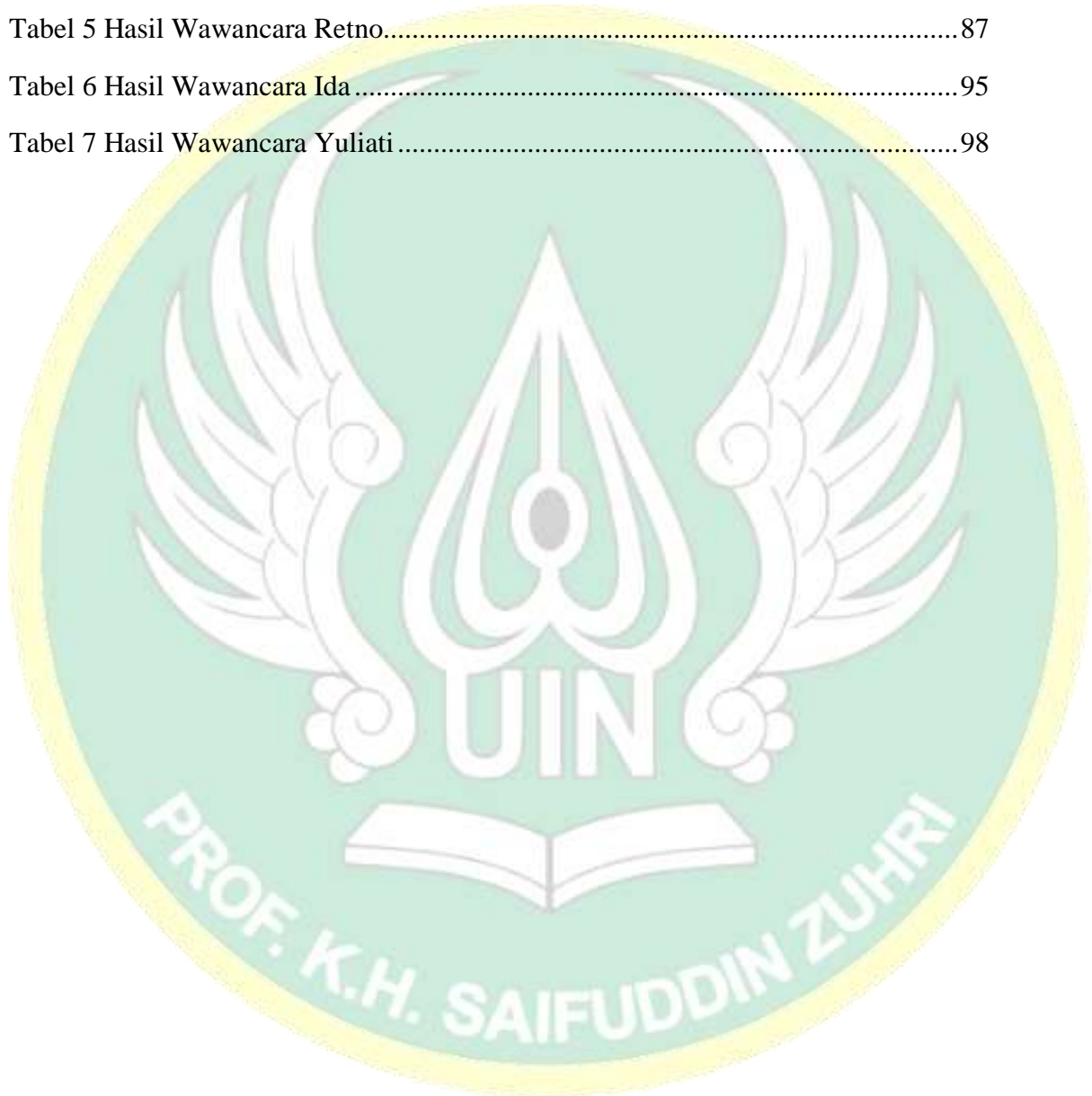


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo .....	36
Gambar 4.2 Struktur .....	39
Gambar 4.3 Akun Facebook .....	44
Gambar 4.4 Akun Youtube .....	44
Gambar 4.5 Akun Instagram.....	45
Gambar 4.6 Berita RRI .....	46
Gambar 4.7 Berita Media.....	47
Gambar 4.8 <i>Event Smart with Leader</i> .....	48
Gambar 4.9 <i>Event Sosialisasi</i> .....	49
Gambar 4.10 Penyerahan Hewan Kurban .....	50
Gambar 4.11 Jaga Posko Kesehatan Mudik .....	50
Gambar 4.12 Kerja sama Bersama POLRES.....	51
Gambar 4.13 Kerja Sama Bersama BNN .....	51
Gambar 4.14 Berita Serayu TV .....	52
Gambar 4.15 Layanan 24 Jam .....	54
Gambar 4.16 Layanan Antar Obat .....	55
Gambar 4.17 Layanan Pendaftaran Online .....	56
Gambar 4.18 Layanan Home Care.....	57
Gambar 4.19 Informasi Islam .....	58
Gambar 4.20 Layanan Mobile JKN .....	60
Gambar 4.21 Kotak Saran .....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Fasilitas Pelayanan Rawat Inap .....	66
Tabel 2 Jumlah Kunjungan Pasien.....	67
Tabel 3 Pedoman Observasi .....	81
Tabel 4 Hasil Wawancara Prapto.....	82
Tabel 5 Hasil Wawancara Retno.....	87
Tabel 6 Hasil Wawancara Ida .....	95
Tabel 7 Hasil Wawancara Yuliati .....	98





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman pada era sekarang ini media menjadi hal yang tidak bisa untuk di hindari lagi, melalui media semua orang mampu mengakses berbagai hal, tidak heran banyak instansi yang memanfaatkan media menjadi salah satu hal yang mampu meningkatkan kinerja di instansi tersebut. Rumah sakit menjadi salah satu yang mampu terus mengikuti perkembangan media, media dibutuhkan oleh rumah sakit salah satunya adalah agar mampu memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas untuk kepuasan pasien. Rumah sakit merupakan salah satu yang menawarkan berbagai layanan perawatan kesehatan individu, termasuk rawat inap, rawat jalan, dan layanan darurat. Menurut definisi WHO (*World Health Organization*), rumah sakit adalah bagian integral dari organisasi sosial dan kesehatan yang mempunyai misi menyelenggarakan dan memberikan pelayanan menyeluruh kepada masyarakat.<sup>1</sup>

Cara yang bisa di lakukan untuk meninjau bagaimana instansi kesehatan bisa menarik hati masyarakat adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan yang baik. Pelayanan tidak bisa di anggap sesuatu yang tidak penting, pada dasarnya masyarakat akan akan melihat bagaimana standar pelayanan di salah satu instansi yang di datangi. Sebuah pondasi dari suatu instansi yaitu bagaimana layanan di tempat itu sendiri. *Public relation* menjadi salah satu yang di butuhkan oleh instansi, perusahaan atau organisasi. Dengan tujuan menjadikan instansi di kenal oleh khalayak luas, dengan adanya *public relation* atau yang sering di sebut dengan humas ini memiliki peran yang penting karena menjadikan penghubungan antara instansi dengan publik. Peran *public relation* yaitu bagaimana membangun

---

<sup>1</sup> Cinkwancu Sanggamele, Febi K Kolibu, Franckie R.R. Maramis, “Analisis Pengelolaan Rekam Medis di Rumah Sakit Umum Pancaran Kasih Manado,” Jurnal KESMAS, Vol 7 No. 4 ( Juli, 2018), 2.



kepercayaan kepada masyarakat dengan menjaga reputasi maupun citra sebuah instansi atau perusahaan, tolak ukur maju atau tidaknya instansi di lihat bagaimana departemen *public relation* nya.

*Public relation* merupakan fungsi mamalihara, mengembangkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang dapat di perlukan dalam menangani dan mengatasi masalah yang muncul dengan meminimalisir munculnya masalah.<sup>2</sup> *Public relation* juga harus mampu memanajemen untuk memelihara, dan menciptakan hubungan yang baik dan memberikan manfaat kepada organisasi atau juga publik, dengan begitu mampu mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. *Public relation* memiliki kewajiban untuk bisa berkomunikasi dan membngun hubungan yang baik dengan publiknya dan memberikan kesan positif kepada mereka yang diajarkan untuk berkomunikasi dengan perusahaan agar fungsi *public relation* dapat berfungsi secara efektif.

*Public realtion* dalam rangka menciptakan citra yang baik, maka menjadi informa yang baik bagi perusahaan. Dengan ini masyarakat sekarang dalam memilih perusahaan atau instansi lebih selektif terutama instansi yang bergerak di bidang jasa. Rumah sakit menjadi bagian dari salah satu instansi yang melakukan kegiatan di bidang jasa tersebut.<sup>3</sup> Aspek penting dalam *public relation* diawali dengan melakukan beberapa usaha untuk membangun kepercayaan publik yang tanpa di sadari dengan sendirinya akan menghasilkan sebuah opini untuk publik, guna untuk mencapai reputasi dan juga kredibilitas dalam mencapai citra yang baik terhadap rumah sakit.

Pelayanan yang baik yang di katakan oleh pasien di lihat dari bagaimana pelayanan jasa yang di berikan oleh instansi guna memenuhi

---

<sup>2</sup> Irene Silviani, *public relation sebagai solusi komunikasi krisis* (Surabaya: seopindo media Pustaka, 2020), 26

<sup>3</sup> Selvina, Mariam, Londa. *Strategi Public Relation dalam Pemulihan Citra Perusahaan*, (Jurnal Acta Diurna 2017) Vol 6 No. 1

kebutuhan pasien. Dengan memenuhi kebutuhan pasien dan memberikan pelayanan yang baik, maka kepuasan di lihat dari apa yang di rasakan oleh pasien perihal kualitas di dalam rumah sakit dapat di lihat dari pertama datang dan ketika akan meninggalkan.

Kualitas pelayanan tidak hanya diukur dari server, tetapi ada yang lebih penting adalah yang dilayani yaitu pasien, pasien lah yang bisa menentukan bagaimana baik dan tidaknya suatu pelayanan di salah satu instansi yang mereka kunjungi, dengan melihat bagaimana pasien menerima pelayanan, menjadikan acuan buat rumah sakit untuk melakukan evaluasi perihal hal yang telah di laporkan.<sup>4</sup>

Seperti yang di jelaskan didalam Al Quran An Nahl ayat 90 :

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh(kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberikan bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan.<sup>5</sup>

Ayat diatas menjelaskan Sesungguhnya Allah memerintahkan seluruh manusia untuk jujur dan adil dalam segala perkara, membalas kebaikan dengan sesiatu yang lebih baik, membalas keburukan dengan memberi maaf dan ampunan, dan memberikan hak-hak kepada kerabat berupa silaturahmi dan berbuat baik, dengan begitu memberikan pelayanan yang baik merupakan perintah allah yang sudah di jelaskan di ayat diatas. Dan Allah melarang dari setiap keburukan dalam perkataan ataupun perbuatan seperti ghibah, namimah, zina, pelit, dan dari setiap sesuatu yang dilarang syariat dan tidak sesuai dengan akal sehat, yaitu seluruh perbuatan maksiat, serta dari kezaliman dan permusuhan.

<sup>4</sup> Bimo Wahyu, Skripsi: “Peran Public Relation dalam Membangun current Image Rumah Sakit Islam Jakarta Cempaka Putih” (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2017), hal 7.

<sup>5</sup> An Nahl 90

Adapun dalam islam yang dijelaskan oleh Rosullullah SAW tentang memberikan pelayanan yang baik berupa hadist yang kurang lebih artinya seperti ini :

*dari Abu Hurairoh berkata, Rosullullah SAW bersabda : “ Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaknya memuliakan tamunya.”( HR. Bukhari dan Muslim)<sup>6</sup>*

Media setiap instansi diharapkan memiliki media yang digunakan untuk kepentingan instansi dalam hal memperikan pelayanan yang baik kepada pasien, media menjadikan jembatan yang sangat relevan di era sekarang, dalam tugasnya media harus mampu menerima kritik dan saran yang diberikan masyarakat untuk instansi.

Dalam proses membangun reputasi yang baik di era digital saat ini menjadi tantangan yang harus siap dihadapi. Masyarakat sekarang bisa mengetahui berita terbaru tanpa harus menggunakan layar tv, cukup dengan mengakses media sosial menggunakan handphone masing-masing berita terkini sudah bisa diakses dengan hanya memiliki kuota internet saja. Dengan begitu begitu pentingnya media *relation* dalam mengelola sebuah instansi yang beraktivitas berhubungan langsung dengan media massa, pada dasarnya hal ini dilakukan untuk sebuah reputasi perusahaan.

Di lihat dari banyaknya rumah sakit yang ada di Indonesia, baik dari rumah sakit yang di bawah naungan pemerintah atau di bawah naungan Yayasan, keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada pasien dengan begitu persaingan yang terjadi di ruang lingkup kesehatan menjadi semakin signifikan. Rumah sakit umum pembinaan kesehatan umat atau yang sering di sebut dengan RSUD Muhammadiyah purbalingga yang pada awalnya hanyalah klinik utama RSUD Muhammadiyah Purbalingga yang di bangun pada tahun 2003 atas prakarsa PDM (Pimpinan daerah Muhammadiyah) purbalingga dengan PCM (Pimpinan Cabang Muhammadiyah) bobotsari di kembangkan

---

<sup>6</sup> Al. Imam Abu Zakaria Yahya bin Syaraf An- Nawawi, Op. cit, hlm. 320



menjadu Rumah sakit dengan Tipe D yang mendapatkan Izin Pendirian pada tanggal 14 November 2018.<sup>7</sup>

Semakin berkembang nya RSUD Muhammadiyah dari awal tahun berdirinya sampai dengan sekarang memiliki peningkatan yang signifikan, baru baru ini RSUD Muhammadiyah baru saja melaksanakan akreditasi paripurna yang merupakan predikat dari hasil penilaian tertinggi yang di berikan berdasarkan penilaian terhadap manajemen mutu dan keselamatan pasien yang di terapkan di rumah sakit.

Namun pada tahun 2021 RSUD Muhammadiyah dikabarkan memberikan pelayanan yang kurang baik terhadap pasien perihal mengenai kesalahan pada pelayanan pada saat rawat inap di rumah sakit dan administrasi pendaftaran yang membuat ramai warga purbalingga karena pihak pasien mengunggah video yang memperlihatkan sedang melakukan mediasi dengan pihak rumah sakit dan di damping oleh pemerintah daerah setempat.<sup>8</sup>

Peran dari *public relation* dalam hal ini sangat di butuhkan , dengan begitu Peneliti ini akan lebih fokus meneliti tentang bagaimana strategi *public relation* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien di Rumah Sakit Umum RSUD Muhammadiyah. Peneliti memilih RSUD Muhammadiyah karena rumah sakit yang menjadi alternatif terdepan bagi masyarakat purbalingga utara, dengan menjadi satu satunya rumah sakit yang paling dekat di daerah bobotsari utara karena belum adanya rumah sakit yang lebih dekat dari daerah tersebut baik rumah sakit pemerintah maupun swasta. Dengan lokasi yang sangat strategi dan banyak di lewati masyarakat karena tempatnya berada di kota bisa membuat masyarakat lebih tertarik, lebih khususnya bagi peneliti lebih mudah untuk mengakses dan melakukan penelitian.

---

<sup>7</sup>Sejarah rsu pku Muhammadiyah(2022) <https://rsupkupurbalingga.co.id/?page=sejarah>.

<sup>8</sup> Amin Wahyudi, “Soal Tuntutan Ganti Rugi, RS PKU Muhammadiyah Bobotsari Menyayangkan Penyebaran Video Tanpa Izin”, Serayu News, Desember 15, 2021, <https://serayunews.com/soal-tuntutan-ganti-rugi-rs-pku-muhammadiyah-bobotsari-menyayangkan-penyebaran-video-tanpa-izin/>.



Di lihat dari pentingnya sebuah citra untuk perusahaan maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “*Strategi public relation dalam meningkatkan image kualitas pelayanan kepada pasien di RSUD Muhammadiyah Purbalingga*”

## B. Penegasan Istilah

Strategi : *a plan, method, or series of activities designet to achives a particular education goal.*<sup>9</sup> atau strategi sebagai perencanaan, yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan tertentu.Strategi menjadi salah satu cara yang di gunakan untuk membantu suatu organisasi atau instansi agar dapat mampu memecahkan masalah yang sedang di hadapi, adanya strategi organisasi atau instansi dapat menumbuhkan kekuatan dan mampu meminimalisir kelemahan yang datang dari publik. Tujuan dari strategi itu sendiri yaitu bagaimana agar mampu mencapai tujuan di perhatikan dengan benar-benar pengelolaan sumber daya dalam organisasi atau instansi di lihat dari eksistensi untuk jangka Panjang dan mampu menjadi jembatan antara organisasi dengan lingkungan eksternal dari organisasi itu sendiri.

*Public Relation* : merupakan kegiatan yang komunikasi yang di kembangkan oleh organisasi atau instansi dalam aktivitas prosesnya agar mampu menjalani komunikasi antara organisasi dengan pihak lainya.<sup>10</sup> Dalam prespektif manajemen *public relation* yaitu bagaimana dalam mengelolah reputasi suatu organisasi atau instansi, dapat menghasilkan umpan balik yang positif yang dapat menguntungkan dari pihak organisasi. Adapun fungsi dari *public relation* berorientasi pada kepentingan publik, mampu berkomunikasi dengan baik, dalam melaksanakan kegiatan *public relation* hal yang harus di junjung tinggi adalah moral dan tingkah laku yang baik, hal tersebut mampu menciptakan hubungan yang baik dengan publik dan mampu menciptakan citra yang positif di publik.

<sup>9</sup> Ahmad, *Manajemen strategi* (Makassar: CV Nass Media Pustaka 2020).3

<sup>10</sup> Nelly Armayanti,Dodi Pramansa, *Public Relation*.(Medan: CV. Merdeka Kreasi Group,2021), 4.

*Image*: merupakan menjadi tujuan utama dari sebuah reputasi yang harus dicapai terhadap suatu instansi yang didalamnya terdapat *public relation*. Pengertian *image* bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya bisa dirasakan dilihat dari hasil penilaian baik atau buruk.

Kualitas pelayanan: kualitas merupakan kondisi dinamis yang memiliki hubungan dengan produk, pelayanan dan juga manusia lingkungan menjadi proses yang mempengaruhi dan memberikan harapan. Kualitas pelayanan dalam kesehatan di tentukan dengan kebutuhan pasien yang harus di berikan secara tepat waktu agar mampu memberikan pelayanan yang baiksesuai dengan harapan pasien, di katakana pelayanan yang baik dari rumah sakit yaitu ketika mampu meningkatkan kepuasan pengguna jasa jika layanan yang di rasakan sesuai dengan keinginan yang akan di rasakan.<sup>11</sup>

PKU Muhammadiyah Purbalingga: Rumah sakit umum pembinaan kesehatan umat atau yang sering di sebut dengan RSU PKU Muhammadiyah purbalingga yang pada awalnya hanyalah klinik utama PKU Muhammadiyah Purbalinggayang di bangun pada tahn 2003 atas prakarsa PDM (Pimpinan daerah Muhammadiyah) purbalingga dengan PCM (Pimpinan Cabang Muhammadiyah) bobotsari di kembangkan menjadu Rumah sakit dengan Tipe D yang mendapatkan Izin Pendirian pada tanggal 14 November 2018.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi *Public Relation* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien di RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga” ?

---

<sup>11</sup> Armanto Makmun, *Peningkatan Kualitas Rumah Sakit di Kota Makassar*.(Makassar: Nas Media Indonesia,2018), 2.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi *public relation* RSUD Muhammadiyah dalam meningkatkan *image* kualitas pelayanan terhadap pasien.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta beberapa manfaat dari penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat pembelajaran atau referensi tambahan bagi mahasiswa, dan juga bisa menjadikan rujukan penelitian bagi mahasiswa khususnya dalam bidang *public relation*, bisa menjadikan tambahan bagi praktisi *public relation* dalam menjalankan tugasnya guna meningkatkan kualitas sebuah perusahaan.

2. Manfaat praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan atau masukan untuk meningkatkan mutu pelayanan pasien di RSUD Muhammadiyah dan juga meningkatkan jangkauan rumah sakit menjadi lebih terstruktur.

#### **F. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka ini memberikan dasar bagi peneliti untuk melakukan observasi dengan penelitian lain yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Mengingat berbagai penelitian yang telah dilakukan, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan. Baik dalam penerapan metodologi yang digunakan maupun perbedaan tempat penelitian, diharapkan dengan membandingkan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini dapat mengisi kesenjangan, saling melengkapi dan mengembangkan prestasi. strategi peningkatan mutu pelayanan rumah sakit sebagai hasil penelitian.

Adapun beberapa yang di jadikan rujukan oleh penulis untuk referensi penulisanya antara lain :



Pertama, penelitian dengan judul “Peran Humas dalam Membangun Citra Budaya Rumah Sakit Islam Jakarta Cempaka Putih” yang ditulis oleh Bimo Wahyu Ramadhani, Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta tahun 2017. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui peran audiens Relasi dalam Membangun Citra Saat ini Skripsi Rumah Sakit Islam Jakarta Cempaka. Dalam penelitian ini menggunakan paradigma kontruksi, paradigma konstruktivis yaitu tentang bagaimana melakukan pengamatan dalam menemukan suatu realita. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana tugas dan fungsi humas di RSI Jakarta Cempaka. Putih memiliki kesamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama membahas kehumasan. Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti membahas tentang strategi *public relation*. Kajian ini melihat peran humas.

Kedua, penelitian yang berjudul “ Strategi *Public Relation* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Pasien (Studi Deskriptif Kualitatif di RSUD Muslimat Ponorogo)” karya tulis Aulia Amana Putri mahasiswa IAIN Ponorogo 2020, di dalam skripsi tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui strategi *public relation* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien, sudah sangat jelas di dalam skripsi tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian penulis yaitu bagaiman strategi *public relation* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, yang menjadikan perbedaanya adalah lokasi tempat penelitiannya kalau peneliti meneliti di RSUD PKU Muhammadiyah sedangkan penelitian ini di RSUD Muslimat Ponorogo.

Hasil dari penelitian ini yaitu memperlihatkan bahwasanya kualitas penelayanan kepada pasien di RSUD Muslimat Ponorogo sudah baik dan sesuai dengan teori yang di jelaskan. Dengan menggunakan beberapa istilah untuk menjelaskan bahwa strategi yang di lakukan telah berhasil antara lain : strategi humas *relation*, strategi *community relation*, strategi media *relation*, dan factor penghambat *public relation*.

Ketiga, penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Petugas *Public Relation* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Tamu di



Hotel Nusantara Syariah Bandar Lampung ”Ericson Yuda Kurnia Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2021. Di dalam skripsi tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi petugas *public relation* dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap masyarakat, di dalam penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama meneliti tentang strategi *public relation* yang menjadikan perbedaannya adalah peneliti ini lebih berfokus kepada komunikasi petugas *public relation* sedangkan penelitian penulis lebih ke layanan terhadap pasien.

Keempat penelitian yang berjudul “ Strategi Humas dalam Peningkatan Citra Rumah Sakit Umum Daerah Madising Bungli Kabupaten Pinang ” Karya tulis Elpiani Mahasiswa IAIN ParePare 2021, di dalam skripsi tersebut memiliki tujuan mengetahui strategi yang digunakan dalam peningkatan citra di Rumah Sakit Umum Daerah Madising Bungli Kabupaten Pinang. Didalam skripsi ini menunjuka persamaan dengan peneliti yaitu bagaiman strategi dalam meningkatkan image .perbedaan dengan penelitian lokasi yang menjadi objek penelitian, dalam skripsi ini melakukan penelitian di Rumah Sakit Umum Daerah Madising Bungli Kabupaten Pinang sedangkan penulis melakukan penelitian di RSUD Muhammadiyah Purbalingga.

Hasil dari penelitian ini yaitu dengan melakukan perumusan masalah dan proses penyusunan langkah langkah untuk mencapai apa yang dituju, kedua pelaksanaan strategi, yang terakhir dengan evaluasi.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Ketika akan melakukan penelitian ini ada beberapa hal yang dilakukan penulis yaitu dengan terbaginya 5 bab yang sistematika, dalam kelima bab tersebut memiliki keterkaitan dan juga hubungan satu dengan yang lain, gambaran dari beberapa bab tersebut sebagai beriku :

**BAB I** Tentang bagaimana penjelasan secara umum untuk memberikan beberapa pemikiran seperti latar belakang,

rumusan masalah, tujuan penelitian, dan juga manfaat penelitian, telaah Pustaka, dan juga sistematis pembahasan.

**BAB II** Berisikan perihal landasan teori yang berisikan teori dan juga konsep penelitian yang relevan.

**BAB III** Berisi tentang peneliti menggunakan metode penelitian lapangan dengan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif.

**BAB IV** Gambaran umum RSUD Muhammadiyah dan visi misi rumah sakit. Dan berisi tentang hasil dan Analisa.

**BAB V** Berisi penutup yaitu kesimpulan dan saran.



## BAB II LANDASAN TEORITIS

### A. Pokok Pembahasan *Public Relation*

#### 1. Pengertian *Public relation*

*Public relation* memiliki berbagai macam pengertian di dalam nya, namun dalam hal ini tergantung bagaimana para ahli dalam mendefinisakan hal tersebut. Menurut Scott M. Cultip, Allen H. Center, Clen M. Broom di dalam buku *Crisis Public Relation* menjelaskan bahwasanya *public relation* merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat, yang menjadi gambaran keberhasilan atau kegagalanya<sup>12</sup> *public relation* dalam hal ini di harapkan memberikan sikap saling menghargai dan saling pengertian antara instansi dan karyawannya.

Menurut D.F Kusanti dan Leliana *public relation* merupakan Teknik yang berkelanjutan dari Upaya pengelolaan agar mendapat tanggapan yang positif dan definisis dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas, program yang membantu suatu organisasi untuk saling memahami lingkungan.<sup>13</sup> Di sisi lain Fullchis Nurtjahjani dan Shinta Maharani Trivena mengutip dari Gleen dan Denny Gtriswold, *public relation* merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi atau dasar kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja guna memperoleh pengertian dan pengakuan dari publik.<sup>14</sup>

Menurut Firsan Nova *Public relation* adalah sebuah kegiatan komunikasi terencana yang dilakukan oleh Perusahaan guna memahami

---

<sup>12</sup> Firsan Nova, “*Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*” (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 45.

<sup>13</sup> D.F Kusnanti, Leliana I, “*Efektivitas Program Employee Relations terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT.Adila Dinamika Mulltifinance*.” *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika* 18, no. 02 (2018).

<sup>14</sup> Fullchis Nurtjahjani dan Shinta Maharani Trivena, *Public Relations: Citra dan Praktek* (Malang: Polinema Press, 2018), 11.

segala sesuatu yang memiliki keterkaitan dengan kepentingan publik dan publik juga membantu manajemen dalam membangun, mempertahankan citra Perusahaan, dan juga dapat mengantisipasi kemungkinan Krisis yang terjadi.<sup>15</sup>

Berdasarkan penjelasan dari beberapa ahli dapat kita simpulkan bahwasanya *public relation* merupakan salah satu jembatan yang digunakan oleh instansi atau organisasi agar mampu menjalin hubungan yang baik antara karyawan dan masyarakat, dan mampu menciptakan citra yang baik di hadapan masyarakat dengan memberikan kualitas yang baik.

Dalam Islam *Public relation* dikenal dengan dakwah yang bertujuan untuk mengenalkan islam kepada manusia, pada zaman Nabi Muhammad SAW, sejarah *Public relation* sebenarnya bermula takala beliau mengutus Ja'far bin Abu Thalib untuk menyampaikan dakwah kepada Raja Najasyi di Habasyah. Hal ini terjadi pada tahun pertama Hijriyah. Selain karena ilmu agama dan hafalan al Quran yang bagus, Ja'far diutus Nabi karena ia memiliki kemampuan retorika yang baik, serta memiliki nalar akademis yang sistematis. *Public relation* dalam islam dapat dikatakan sebagai dakwah pengenalan islam, dakwah ini berfungsi sebagainpengenalan islam kepada Masyarakat, *public relation* dalam islam memerlukan suatu kode etik yang berdasarkan pada Al Quran dan Hadist, karena Al Quran adalah firman Allah, Al-Quran memberikan tuntutan tentang bagaimana membangun hubungan yang baik dengan sesama kaum muslimin, memberikan sebuah sistem yang mengajak untuk saling menghormati satu sama lain dan menjauhi diri dari saling mencaci dan membenci. dan Hadist adalah, penuturan, perbuatan tindak atau pengukuran Rosullullah SAW yang mempercayai pribadi yang mulia. Definisi dalam prespektif islam *public relation* adalah upaya terencana keseimbangan untuk menciptakan dan membina komunikasi dan saling

---

<sup>15</sup> Ibid



pengertian antar organisasi dan publiknya berdasarkan prinsip-prinsip islam dan nilai-nilai islam.

## 2. Ruang Lingkup *Public Relation*

Ruang lingkup *public relation* meliputi beberapa aspek yang memiliki hubungan dengan komunikasi dan hubungan dengan instansi atau individu dengan publiknya, pada dasarnya tujuan utamanya adalah untuk membangun dan memperhatikan hubungan positif dengan publik yang relevan untuk mencapai tujuan organisasi atau individu. ruang lingkup humas yang luas ini menyebabkan praktisi *public relation* harus memilih bidang kekhususan *public relation* yang diminatinya atau yang di kuasanya, perkembangan mutakhir menunjukkan bahwa ruang lingkup pekerjaan *public relation* kini sudah mencakup seluruh bentuk kegiatan komunikasi, atau dengan kata lain berupa kegiatan seperti propaganda, publisitas, iklan menjadi salah satu pekerjaan seorang *public relation*.

Menurut Tara Nur Azizah dan Lina Sinatra mengutip dari Butterick dalam bukunya Pengantar *Public Relation*, Teori dan Praktik mengatakan bahwa komunikasi yang di lakukan oleh seorang *public relation officer* adalah komunikasi eksternal dan internal dimana semua itu harus dibina dengan baik sehingga mampu mencapai tujuan dengan lancar.<sup>16</sup>

*Public relation* memiliki 2 sasaran publik nya yaitu :

### a. Internal *public relation*

Merupakan pola komunikasi di dalam instansi yang menjadi bagian penting, baik berupa komunikasi dari bos ke karyawan atau karyawan ke bos. Komunikasi internal merupakan komunikasi yang akan membawa manfaat tersendiri, namun terdapat situasi jika tidak di manfaatkan dengan baik akan mengakibatkan kekacauan antara sesama karyawan atau juga dengan atasannya, di karenakan kurangnya

---

<sup>16</sup> Tara Nur Azizah Sulistiani, Lina Sinatra Wijaya, “Strategi Komunikasi Eksternal *Public Relation* Pemerintah Kota Salatiga di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal PIKMA* 4, no. 1 (2021): 25-39

informasi dalam berkomunikasi. Hal yang harus dilakukan agar komunikasi internal tetap terjaga dengan baik harus jelas dan jujur, jika terjadi huru hara yang tidak jelas komunikasi jelas dan jujur ini mampu memberikan jalan kemudahan dalam mengatasi keadaan sulit tersebut.

b. Eksternal *Public Relation*

Komunikasi eksternal merupakan komunikasi keluar dengan *stakeholder* namun dalam hal ini memiliki keterkaitan yang bagus baik secara langsung atau tidak langsung dengan instansi. Menjadi salah satu bagian yang penting juga dalam komunikasi eksternal karena seorang *public relation* menjadi jembatan antara instansi dengan publik, jika terjadi sesuatu yang kurang baik yang membuat instansi bermasalah dengan dunia luar yang menjadi benteng utama yaitu *public relation*.

### 3. Fungsi dan Tugas *Public Relation*

Menurut Firsan Nova fungsi utama dari *public relation* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik secara internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian menambah motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat atau opini publik yang menguntungkan lembaga organisasi.<sup>17</sup>

Langkah yang harus dilakukan *public relation* adalah menjalin hubungan yang baik dengan publik internal maupun eksternal dengan cara mengenal baik publik, saling berkomunikasi dengan publik, dan selalu menjaga nama baik perusahaan ketika sedang bekerjasama dan atau berhubungan dengan publik, dengan begitu akan menciptakan iklim pendapat atau opini publik yang menguntungkan perusahaan.<sup>18</sup> Menurut Danandjaja yang mengutip dari Bertram R. Canfield dalam buku yang

---

<sup>17</sup> Firsan Nova, “*Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*” (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 49

<sup>18</sup> Nelly Armayanti, Dodi Pramana, “*Public Relation*” (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), 7

berjudul “ *Public Relation Priciples and Problems*” bahwasanya fungsi *Public relation* harus mencakup berdasarkan tiga hal berikut:

1. *It should serve the public's interest*
2. *Maintain good communication*
3. *And stress good morals and manners.*

Dengan memiliki kesimpulan bahwasanya mengabdikan untuk kepentingan publik, menjalin komunikasi yang baik, dalam menjalankan kegiatan *public relation* harus lebih memberikan perhatian khusus pada moral dan tingkah laku yang baik, hal tersebut mampu membuat tujuan dari pada instansi dalam membangun hubungan baik dengan publik bisa mendapatkan citra yang positif.

Dapat disimpulkan bahwasanya fungsi dari *public relation* ini adalah memberikan jalan pada instansi untuk bisa selalu memiliki hubungan yang harmonis dengan publiknya, dengan kegiatan komunikasi yang baik, satu hal tidak dapat dilupakan dalam konsep *public relation* adalah terjadinya komunikasi dua arah yang mampu memberikan penekanan pada instansi dengan publiknya, hal ini mampu memberikan dukungan pada program dan kebijakan pada instansi.

Seorang *public relation* di haruskan memiliki beberapa tugas yang harus dijalankan antara lain.<sup>19</sup> :

1. Mewujudkan suatu citra positif atas suatu perusahaan yang berhubungan dengan berbagai kebijakan.
2. Meninjau opini eksternal tentang hal yang berhubungan dengan citra, aktivitas, kepenringan maupun kualitas instansi maupun organisasi.
3. Mendistribusikan masukan atau pendapat kepada pihak manajemen tentang beragam permasalahan komunikasi sekaligus memberikan solusi untuk menyelesaikannya

---

<sup>19</sup> Saputra, Dimas Agus Buana Mulya, “*Manajemen Public Relations Unit Corporate Communications PT. GMF AeroAsia (Studi pada Tahap Fact Finding dan Planning dalam Pembuatan Majalah Internal PENITY,*” (universitas Brawijaya, 2018), <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/163811>



4. Menyajikan segala kebutuhan informasi kepada masyarakat mengenai kebijakan organisasi, produk, jasa, dan informasi lainnya secara utuh agar tercapai suatu pengetahuan yang efektif.

Menurut suryanto dalam D.P. Kussanti dan Leliana menjelaskan bahwasanya memiliki tugas dalam instansi yang memiliki kesinambungan dengan fungsi dan tujuannya sebagai berikut.<sup>20</sup>:

- a. Menafsirkan dan mengkaji mengenai gaya perilaku publik atau masyarakat. harus memperhatikan bagaimana perilaku publik dalam memberikan pandangan baik buruk terhadap instansi.
- b. Mengkolaborasi antara kepentingan instansi dan masyarakat, dengan menyatukan dari berbagai macam keberagaman urusan agar mampu menciptakan pemahaman dan tujuan dari berbagai pihak merupakan tugas seorang *public relation*.
- c. Memberikan penilaian dari program yang terhubung dengan masyarakat.

#### 4. Peran *Public Relation*

Menurut Dozier dan Broom dalam kutipan Ruslan Rosady, peranan *public relation* memiliki empat golongan di dalam suatu instansi sebagai berikut.<sup>21</sup>

- a. Sebagai Penasihat Asli (*Expert Prescriber*)

Seorang *public relation* memiliki peran yang sangat penting dalam penyelesaian masalah di instansi, mampu memberikan solusi dari kemampuan dan pengalamannya yang telah di miliki, hal ini mampu menumbuhkan rasa kepercayaan dari pihak manajemen dengan apa yang telah disarankan oleh *public relation*.

- b. Berperan Sebagai Fasilitator Komunikasi (*Commucitation fasilitator*)

---

<sup>20</sup> Kussnanti D.P, Leliana I, “Efektifitas Program Employee Realtion Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT. Adira Dinamika Multifinance,” (Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika, 2018 ), <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/4160>

<sup>21</sup> Ruslan, Rosady, “ Metode Penelitian *Public Relation* dan Komunikasi” ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017)



Seorang *public relation* memiliki dua peran dalam hal ini yaitu sebagai komunikator dan mediator yang keduanya hampir memiliki kesamaan, komunikasi timbal balik yang dilakukan oleh instansi dengan publiknya mampu dijumpai oleh *public relation* atau yang sebaliknya, di harapkan dengan adanya *public relation* mampu memberikan kebijakan yang telah di sepakati bersama agar tidak terjadinya perselisihan dan mampu menumbuhkan kepercayaan, pengertian, bisa menghargai dan toleransi dari kedua belah pihak.

c. Membangun Peran Fasilitator dalam Proses Penyelesaian Masalah (*problem Solving Process Fasilitator*)

*Public relation* bekerja sama dengan pihak manajemen dari instansi untuk menyelesaikan masalah yang terjadi di dalam atau di luar instansi yang dilakukan secara hati hati dan terstruktur dengan jelas, dalam menghadapi masalah yang dilakukan secara rasional atau profesional.

d. Peranan Teknisi Komunikasi (*communication Technician*)

Peranan teknisi komunikasi ini berbeda dengan tiga peran *public relations* sebelumnya, karena pada peran ini seorang praktisi *public relations* bertugas sebagai *journalist in resident* yang dimana dalam hal ini *public relations* hanya menyajikan layanan teknik komunikasi.

Dari keempat peranan *public relation* diatas, dapat dilihat mana yang memiliki peranan dan berfungsi dalam hal manajerial skill, keterampilan hubungan antar individu, dan keterampilan teknis dalam manajemen *public relation*. Seorang *public relation* diharapkan mampu menjadi mata, telinga, dan juga tangan kanan kiri di bawah naungan instansinya.

## 5. Tujuan *Public Relation*

Tujuan dari *public relation* secara garis besar memiliki arti guna meningkatkan citra dan *image* yang positif di hadapan masyarakat terhadap instansi. Menurut Pareno yang dikutip oleh Ishaq, terdapat

empat belas tujuan dari *public relation* yang memiliki kepentingan didalamnya untuk instansi sebagai berikut<sup>22</sup> :

- a. guna mengalihkan representasi di mata public atau masyarakat oleh aktivitas-aktivitas yang akan dijalankan oleh suatu instansi
- b. guna memajukan suatu mutu dari calon karyawan perusahaan atau anggota organisasi yang sedang melaksanakan proses rekrutmen
- c. guna mengumumkan sebuah pencapaian tertinggi yang didapatkan oleh perusahaan demi meraih pengakuan dari masyarakat
- d. guna menginformasikan perusahaan terhadap masyarakat dan mengekspos pasar-pasar yang telah di rancang
- e. untuk mengadakan dan menyiapkan para masyarakat terhadap pasar saham atau rancangan perusahaan dengan tujuan membuka saham baru dan saham tambahan
- f. guna menjalin relasi yang baik antara perusahaan dengan masyarakat atas terjadinya sebuah insiden.
- g. Guna membimbing masyarakat agar lebih paham dalam penggunaan produk dari suatu instansi
- h. Guna memberika kepastian kepada masyarakat bahwa intansi dapat bangkit setelah terjadinya insiden yang terjadi
- i. Guna memajukan kompetisi dan pertahanan dari perusahaan dalam mengunjungi suatu resiko pada pasar saham
- j. Guna membangun suatu gelar perusahaan yang lebih berkualitas dari keadaan sebelumnya
- k. Guna mendistribusikan arus informasi publikasi tentang kegiatan yang ada di instansi
- l. Guna menunjukkan kehadiran sebuah perusahaan yang menjadi sponsor dari suatu acara
- m. Guna meyakinkan bahwa seorang *public relation* benar-benar aktivitas produk perusahaan agar perusahaan terhindar dari

---

<sup>22</sup> Ropingin, El Ishaq “ *Public Relation: Teori dan Praktik,*” ( Malang: Intrans Publising, 2017)

kebijakan dan peraturan perundang-undangan yang merugikan bagi instansi

- n. Guna menyalurkan aktivitas penelitian yang telah dilaksanakan oleh instansi.

## 6. Tahap dan Strategi *Public Relation*

Menurut cultip dalam bukunya *effective public relation* yang dikutip oleh Pakaradena menjelaskan bahwasanya dalam kegiatan *public relation* ada empat tahap yang harus dilakukan didalamnya antara lain:<sup>23</sup>

### 1. *Fact Finding*

Pada tahap pertama ini melakukan observasi agar mampu mengungkap fakta, mengawasi, memperhatikan opini, sikap, dan tingkah lakudari instansi. Fakta yang didapatkan menjadi acuan bagi seorang *public relation* sebelum melakukan tindakan yang lebih dalam lagi, Observasi yang lakukan ini berupa:

#### a) *Opinion research*

Yaitu kegiatan guna menyelidiki pendapat atau opini yang memiliki perbedaan mengenai suatu hal atau masalah, seorang *public relation* mampu mempersiapkan lebih awal terkait rencana guna menghindari berbagai komplain yang mungkin saja terjadi, akibat penanganan yang kurang memuaskan.

#### b) *Motivation Research*

Yaitu kegiatan mencari, mempertemukan, dan mengelola data terpercaya yang sudah jelas kebenarannya yang di butuhkan oleh publik, seorang *public relation* harus sering menyerap informasi yang datangnya dari luar ataupun dalam sebagai acuan dalam pengambilan keputusan.

<sup>23</sup> Pakaradena, A., Hafiar, H., & Nugraha, A. R, " *Proses public relations dalam program layar tancap untuksemuaolehSCTV.ProTVF*,"(UniversitasPadjajaran2018), <https://jurnal.unpad.ac.id/protvf/article/download/20817/9705>

## 2. *Planning*

Merupakan suatu susunan dari sebuah rencana dengan berdasarkan kepada sebuah kebenaran atau fakta. Fakta benar adanya berupa hal yang dapat dilihat sendiri ataupun keterangan yang didapat dari sumber lain.

Tahap ini merupakan bagian dari bagaimana seorang *public relation* bisa menjelaskan dan mendramatiskan informasi mengenai pelaksanaan yang hendak dilakukan, yang mampu menimbulkan pesan secara efektif guna mempengaruhi opini dari publik atau pihak yang dianggap penring, memiliki potensi dalam memberikan dukungan penuh.

## 3. *Taking Action and Communication*

Dalam tahap ketiga ini berupa program aksi dan komunikasi dengan tujuan mampu mencapai tujuan dari program yang telah di tentukan, dalam tahap ini berupa pertanyaan yang harus dijawab adalah mengenai 5W+1H, didalam tahap ini komunikasi menjadi sangat dibutuhkan karena komunikasi memberikan wawasan yang luas dan dominan harus dimiliki oleh seorang *public relation*

## 4. *Evaluation*

Tahap yang terakhir ini menjadi kesimpulan yang memiliki penilaian dari seluruh tahap kegiatan yang telah dilakukan. Dalam evaluation ini memberikan beberapa pertanyaan seperti apakah semua yang telah direncanakan sesuai dengan yang diharapkan, jika terjadi perbedaan maka akan dilakukan pembelajaran agar kejadian yang tidak diinginkan tidak terulang lagi.

Menurut Firsan Nova dalam bukunya guna membuat strategi untuk *public relation* menggunakan teori strategi bauran pemasaran humas yang telah di kembangkan oleh Thomas L. Harris yang terkenal dengan



konsep P.E.N.C.I.L.S dapat dikembangkan menjadi beberapa komponen bagian<sup>24</sup> :

a. *Publications* ( Publikasi)

Media menjadi salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menyelenggarakan publikasi atau memperluas informasi atas kegiatan yang dilakukan oleh Perusahaan, dalam hal ini peran *public relation* adalah menyebar luaskan informasi melalui berbagai media tentang kegiatan dari instansi dan menciptakan berita yang nantinya dilakukan kerjasama dengan pihak pers/wartawan dengan tujuan mampu memberikan keuntungan untuk instansi yang diwakilinya.

b. *Event* (acara)

*Public relation* harus memiliki wawasan yang luas agar mampu membuat sebuah event dengan tujuan memperkenalkan produk atau layanan yang diberikan oleh instansi, dalam hal ini mampu menggiring opini publik terhadap instansi.

c. *News* ( pesan/beita)

*Public relation* memiliki Upaya untuk menciptakan sebuah berita melalui *press release, news latter, bulletin*, dan lain sebagainya, dengan begini seorang *public relation* harus memiliki bakat dalam menciptakan berita.

d. *Corporate identity* ( citra Perusahaan)

Bagaimana cara pandang khalayak kepada suatu Perusahaan terhadap segala aktivitas usaha yang dilakukan. Citra yang terbentuk dapat berupa citra positif maupun negatif, sebenarnya tergantung bagaimana Perusahaan dalam menciptakan citra positif demi keberlangsungan Perusahaan.

---

<sup>24</sup> Firsya Nova, *Crisis Public Relations: Bagaimana strategi PR Menghadapi krisis, membangun citra dan reputasi Perusahaan.* (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2011) h 54-56

e. *Community Involvement* ( hubungan dengan khalayak)

Merupakan cara yang dilakukan untuk membangun relasi dengan khalayak dan melakukan kontak sosial dengan pihak seperti (*stockholder*, media, Masyarakat disekitar instansi). Dan menjalin hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang bersangkutan.

f. *Lobbying and Negotiation* ( Teknik lobi dan negosiasi)

Merupakan rencana yang memiliki jangka Panjang atau jangka pendek yang telah dibuat oleh *public relation* dan penyusunan budget yang dibutuhkan. Dalam hal ini Teknik lobi ini bisa digunakan untuk menegosiasi apabila terjadi masalah yang tidak diinginkan yang mengharuskan adanya negosiasi dengan pihak lain, *public relation* menjadi benteng utama dalam hal ini.

g. *Social Responsibility*

merupakan wacana yang sedang mengemuka didunia bisnis atau Perusahaan, wacana disini memiliki maksud mengambil peran dalam melaksanakan aktifitasnya dalam mensejahterakan Masyarakat. Hal ini menjadi penting karena dapat memperoleh simpati atau empati dari khalayak.

## 7. Sasaran Kegiatan *Public Relation*

Menurut H.Fayol dalam bukunya *firsan nova*, ada beberapa sasaran dalam melakukan kegiatan *public relation* sebagai berikut :

1. Membangun identitas dari citra Perusahaan (*building corporate identity and image*)
  - a. Menciptakan identitas dan citra yang positif untuk instansi
  - b. Memberikan dukungan dalam kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak yang berkaitan.
2. Menghadapi krisis (*Facing of crisis*)

Mampu menangani keluhan dan menghadapi krisis yang terjadi dengan melakukan pembentukan manajemen krisis dan

peran *public relation* dengan *covery of image* dengan tugas memperbaiki *lost of image and damage*.

3. Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotion public causes*)
  - a. Mempromosikan hal yang memiliki keterkaitan dengan instansi
  - b. Memberikan dukungan dalam kegiatan seperti kampanye sosial tentang anti merokok atau menghindari obat-obat terlarang.

## **B. IMAGE**

*Image* merupakan menjadi tujuan utama dari sebuah reputasi yang harus dicapai terhadap suatu instansi yang didalamnya terdapat *public relation*. Pengertian *image* bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya bisa dirasakan dilihat dari hasil penilaian baik atau buruk.<sup>25</sup>

1. Jenis-jenis *image*
  - a. *Mirror Image* (citra cermin) merupakan citra yang diyakini oleh instansi yang bersangkutan, terutama terhadap para pemimpin yang selalu merasa bahwasanya posisinya terbaik dan tidak mengacu terhadap pihak luar, tidak bisa mengetahui perbedaan yang dihadapkan dengan kenyataan.
  - b. *Current Image* (citra kini) citra yang didapatkan dari orang lain perihal instansi atau hal lain yang berketerkaitan dengan instansi.
  - c. *Wish Image* (citra keinginan) citra keinginan merupakan citra tentang apa yang ingin dicapai oleh pihak *public relation* terhadap instansi atau layanan

---

<sup>25</sup> Ruslan, Rosady, "Metode Penelitian *Public Relation* dan Komunikasi" (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017)

yang disediakan agar hal tersebut bisa dikenal, dan bisa diterima dengan baik oleh publik.

a. *Corporate Image* (citra perusahaan)

Jenis dari citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan menjadi tujuan utamanya, bagaimana dalam menciptakan citra yang baik terhadap perusahaan, bisa leboh dikenal dan diterima oleh publik, bisa dilihat dari bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan, atau pencapaian yang didapatkan oleh perusahaan.

b. *Multiple Image* (citra serbaneka)

Menjadi citra pelengkap dari citra perusahaan diatas, seperti bagaimana *public relation* menampilkan pengenalan terhadap identitas perusahaan, daro logo, brand name, seragam.

c. *Performance Image* (citra penampilan)

Lebih berfokus terhadap subjeknya, dari bagaimana kinerja atau penampilan dari para personil dari perusahaan ynag bersangkutan.<sup>26</sup>

*Image* dapat ditarik kesimpulan bahwasanya bentuk dari pelayanan jasa dan lain sebagainya yang harus dicapai oleh *public relation* dalam sistem informasi terbuka di era globalisasi dan kompetitif yang semakin ketat, pada intinya *imgae* tidak terlepas dari bentuk kualitas pelayanan yang diberikan yang ditampilkan oleh perusahaan terhadap publik.

### C. KUALITAS PELAYANAN

#### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut lewis dan booms yang dikutip oleh Sinta Nuriyanti Kualitas pelayanan yaitu ukuran dari seberapa baik tingkat pelayanan yang

---

<sup>26</sup> Jefkins, Frank, *Public Relation*, (Jakarta, Erlangga, 2003).



diberikan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan ditentukan dari kemampuan instansi sendiri dalam mencapai kebutuhan yang sebanding dengan apa yang diharapkan berdasarkan kebutuhan pelanggan, dapat diartikan bahwasanya aspek yang paling berpengaruh dengan kualitas pelayanan yaitu bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan.<sup>27</sup>

Pelayanan merupakan kegiatan yang terjadi dalam sebuah kegiatan secara langsung antara seseorang dengan individual lain, atau peralatan secara fisik dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia pelayanan merupakan sebuah upaya melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani merupakan sebuah kegiatan membantu menyediakan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, kepuasan pasien menjadi garda terdepan dalam pencapaian yang diharapkan oleh instansi.

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman dapat dilihat dari lima dimensi sebagai berikut:<sup>28</sup>

- a. Bukti secara langsung, dalam hal ini penampilan dari pelaku dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan memberikan kenyamanan berupa pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai.
- b. Keandalan, kemampuan instansi dalam memberikan secara cepat dan benar, jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada masyarakat.
- c. Tanggung jawab, semua keluhan yang diberikan oleh pelanggan harus direspon dengan baik oleh petugas, memberikan pelayanan dengan tepat waktu.

---

<sup>27</sup> Sinta Nuriyanti, Skripsi: *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien badan penyelenggara jaminan sosial kesehatan di rumah sakit umum daerah kabupaten pangkep*, (Makasar: UMK, 2020), Hal 12).

<sup>28</sup> A. Parasuraman, *The Behavioral Consequences Of Service Quality* (New Jersey: Prentice Hall)

- d. Jaminan, pengetahuan, atau wawasan, kesopanan, kepercayaan dari instansi serta respek terhadap masyarakat.
- e. Empati, kemanapun instansi untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan, serta mendahulukan kepenringan masyarakat, dan menghargai apa keinginan masyarakat.

Kualitas pelayanan kesehatan adalah yang memperlihatkan kepada tingkat kesempurnaan dari sebuah instansi dalam memberikan pelayanan Kesehatan, yang di satu pihak dapat memberikan kepuasan kepada setiap pasien sesuai dengan penilaian yang dilihat masyarakat serta dari pihak instansi dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kode etik dan standar pelayanan professional yang telah ditetapkan. Menurut Azwar kualitas pelayanan kesehatan lebih fokus pada ketanggapan kepada pasien, kelancaran dalam melakukan komunikasi antar petugas maupun kepada pasien, keprihatinan dan keramahan petugas dalam memberikan pelayanan kepada pasien.

#### **b. Manfaat Kualitas Pelayanan**

Manfaat kualitas pelayanan merupakan faktor dari keuntungan eksternal yang dapat diperoleh dari kepuasan pelanggan memiliki keuntungan terhadap pihak internal yang diperoleh dari adanya efisiensi produk, dapat di jelaskan sebagai berikut :

##### **1. Keuntungan Eksternal**

Yang dimaksud keuntungan eksternal adalah proses produksi barang atau jasa, yaitu dimana diukur dari kualitas jasa yang di berikan oleh instansi dapat menciptakan prespektif yang positif dari pelanggan terhadap instansi dan menghasilkan suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan.

##### **2. Keuntungan Internal**

Dapat dilihat dari sisi eksternalnya dikarenakan fokus dari instansi tertuju pada kualitas dan dapat membawa dampak nilai yang positif internal instansi dalam proses peningkatan kualitas pelayanan.

Dari adanya komitmen yang dikemukakan tokoh, dapat disimpulkan bahwasanya kedua manfaat tersebut dapat membentuk suatu komunitas dalam proses peningkatan dan memberikan pembelajaran secara eksternal dan internal yang efisien.

### c. Pengukur Kualitas Pelayanan

Mengukur suatu kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan, harus diketahui kriteria (dimensi) yang dipakai oleh pelanggan dalam menilai pelayanan tersebut.<sup>29</sup> Adanya kriteria (dimensi) yang menjadi perhatian instansi, dapat menimbulkan kepuasan pada pelanggan dapat menciptakan dan meninggalkan kualitas pelayanan instansi itu sendiri. Dilihat dari sisi lain peningkatan kualitas pelayanan, mampu memberikan keuntungan kepada instansi itu sendiri, dapat menimbulkan citra yang positif dihadapa publiknya.

Rahman Mulyawan mengutip dari Parasuraman Zeithaml dan Berry, menjelaskan bahwa ada lima dimensi yang bisa digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan, yakni :<sup>30</sup>

- a. *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu instansi dalam menunjukkan keberadaannya terhadap pihak eksternal. Dalam hal ini penampilan yang bisa dilihat dari sisi sarana dan prasarana secara fisik dan keadaan lingkungan sekitar instansi merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas fisik seperti, gedung, peralatan dan penampilan dari pegawainya, dalam hal ini sesuatu yang disuguhkan oleh instansi harus sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.
- b. *Reliably* atau keandalan yaitu bagaimana instansi memiliki kemampuan lebih dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan apa yang dijanjikan, teliti dan dapat dipercaya. Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan dari pelanggan, dari sisi kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap

---

<sup>29</sup> Mu'ah, *Kualitas Pelayanan Rumah Sakit: Terhadap Emosi dan Kepuasan Pasien*, 87.

<sup>30</sup> Rahman, Mulyawan, *Birokrat dan Pelayanan Publik ( Bandung, UNPAD Press 2016)*

simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Dalam hal ini pada intinya pihak instansi harus akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.

- c. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu: suatu keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi secara jelas, hal ini tidak membiarkan pelanggan menunggu terlalu lama, tanpa alasan yang tidak jelas, agar tidak menimbulkan prespektif negative terhadap citra instansi.
- d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, sopan, santun dan kemampuan pegawai instansi guna menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap instansi. Terdapat beberapa ainata lain komponen komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Pada intinya pegawai harus mengetahui aturan yang di berikan instansi dalam hal memberikan pelayanan.
- e. *Empathy* atau memberikan perhatian yang tulus dan memiliki sifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya semaksimal mungkin memahami keinginan konsumen, dalam hal ini instansi harus memiliki pengetahuan bagaiman cara dalam memberikan pelayannya yang baik kepada pasien, dalam hal ini intinya pegawai harus mengesampingkan kepentingan pribadi pada saat bekerja melayani pasien.

Menurut Tjiptono layanan memiliki beberapa karakteristik utama yang harus diperhatikan yaitu :<sup>31</sup>

- a. Tidak berwujud (*Intanginility*)

Jasa beda dengan hasil dari produksi Perusahaan jasa yang tidak dapat dilihat. Diraba, dirasa, didengar, dicium, sebelum jasa dibeli. Benda atau barang yang kita beli atau yang kita gunakan

---

<sup>31</sup> Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. (Yogyakarta: Andi Offset)2014



sehari-hari merupakan sebuah subjek, sebuah alat atau benda, sedangkan jasa berupa sebuah perbuatan, penampilan, dan sebuah usaha.

b. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan dan tidak berupa barang fisik yang diproduksi, disimpan, dalam sebuah persediaan. Sedangkan jasa biasanya dijual dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara serentak. Dalam hal ini kegiatan jasa tidak dapat dipisahkan dari sipemberi jasa itu sendiri, baik perorangan atau instansi .

c. Keberagaman (*Variability*)

Jasa menjadi bermacam-macam karena tergantung dari siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa dilakukan. Kualitas jasa yang diberikan oleh manusia tidak tergantung pada siapa yang memberi, bagaimana memberikannya, serta waktu dan tempat jasa tersebut diberikan.

d. Tidak tahan lama (*perishability*)

Pelayanan yang berkualitas dan memenuhi keinginan dari pelanggan terdapat beberapa cara untuk menilainya, bisa dengan sistem keluhan atau saran, survei kepuasan pelanggan, dan pengamatan pada kepuasan pelangga. Dengan demikian harus lebih memfokuskan pada kebutuhan dari pelanggan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

#### **1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian kualitatif juga merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi.<sup>32</sup> Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang amanah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrument kecil, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat kualitatif dan hasil kualitatif lebih menekankan makna generalisasi.<sup>33</sup>

Melalui metode kualitatif peneliti perlu menganalisis data untuk mencari makna dibalik data yang didapatkan dari subjek. Analisis yang dimaksud sebagai proses pemecahan data menjadi komponen yang lebih kecil berdasarkan elemen dan struktur tertentu.<sup>34</sup>

Dapat disimpulkan bahwasanya dalam penelitian ini menjelaskan atau menafsirkan sebuah peristiwa yang akan diteliti. Pada penelitian kualitatif ini dilakukam untuk mendapatkan dan mengetahui strategi *public relation* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien.

#### **2. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dimana tujuan utamanya adalah guna mencoba mendapatkan gambaran yang lebih dalam dan pemahaman yang lengkap atau tentang fenomena yang diteliti.

Menurut Nazri metode deksriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu objek, suatu kondusi, suatu

---

<sup>32</sup> Sandu Siyoto, and Ali Sodik, *Dasar-Dasar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publising, 2015).

<sup>33</sup> Sugiyono, 2019

<sup>34</sup> Siyoto and sodik, *dasar metodologo penelitian*

sistem pemikiran, atau suatu peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah guna mendeskripsi, menggambarkan atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang menggambarkan sebuah fenomena melalui jalur deskripsi dalam bentuk kalimat, dan bahasa yang digunakan yaitu bahasa ilmiah.

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat yang akan menjadi penelitian oleh peneliti adalah Rumah Sakit Umum Pembinaan Kesejahteraan Umat Muhammadiyah Purbalingga yang terletak di Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Mengapa peneliti memilih lokasi ini untuk diteliti guna mencari tahu permasalahan yang sudah pernah terjadi di rumah sakit ini, apakah sudah memperbaiki dengan melakukan lonjakan yang lebih baik. Penelitian ini akan dilakukan sejak bulan November sampai Desember 2023.

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan seseorang yang memiliki informasi yang mendukung seputar penelitian yang sedang diteliti, informasi yang didapatkan dari narasumber berupa data yang akurat dan mampu diolah menjadi informasi yang baik. Subjek penelitian adalah memberikan batasan subjek penelitian sebagai benda, tempat data untuk variable penelitian melekat dari data yang dipermasalahkan.<sup>35</sup>

Adapun beberapa kriteria yang menjadi subjek yaitu :

- a. Direktur RSUD PKU Muhammadiyah orang yang bertanggung jawab penuh dalam kegiatan operasional dari rumah sakit, yang di wakilkan oleh pihak Kepala Unit SDI dari RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga. Dalam hal ini

---

<sup>35</sup> Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

agar mampu memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi peneliti

b. Kepala Unit *Public Relation*

Peneliti mengambil kepala divisi *public relation* harapannya memberikan informasi yang lebih merinci perihal apa saja kegiatan yang dilakukan oleh divisi ini dalam membangun image yang baik kepada Masyarakat, apa saja strategi yang di lakukan dalam melakukan lonjakan baru di bidangnya

c. Perawat/ Bidan jaga

Dalam hal ini dukungan dari pihak perawan menjadi sangat penting untk di wawancara karena perawat menjadi pihak yang turun tanganlangsung dalam pelayanan kepada pasien setelah mendapat arahan dari divisi *public relation*, dan melihat bagaimana pihak *public relation* dalam membangun hubungan dengan internal dari rumah sakit.

d. Pihak keluarga yang menjaga saat rawat inap

Keluarga menjadi salah satu hal yang penting untuk diwawancara, karena menjadi saksi bagaimana pelayanan yang baik dari pihak rumah sakit, dan mengambil sudut pandangn lain dari pihak eksternal rumah sakit untuk memberikan hasil yang maksimal dalam melakukan penelitian.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian menjadi sasaran yang akan diteliti agar menemukan sebuah hasil dari adanya sebuah kasus maupun permasalahan atau menjadi gambaran menyeluruh tentang objek.<sup>36</sup> Maka objek dari adanya penelitian ini yaitu mengetahui strategi pihak *public relation* dalam meningkatkan kualitas pelayananya.

---

<sup>36</sup> Siyoto, S. & Sodik, A. 2015, Dasar Metodologi Penelitian, Literasi Media Publishing, Yogyakarta.



## D. Metode dan Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi yaitu dasar dari semua ilmu pengetahuan, melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Metode yang menjadi pusat dari pengamatan secara langsung dari peristiwa atau fenomena yang menjadi fokus dari penelitian.<sup>37</sup> Observasi sebagai cara pandang kita terhadap hal yang dilakukan orang lain maupun sebuah fenomena yang ada. Baik berupa perilaku, dampak, tujuan dan apa saja yang dilakukan yang dilihat dari penelitian. Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi dari *public relation* di rumah sakit tersebut.

### 2. Wawancara

Wawancara menjadi teknik yang digunakan sebagai pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan guna menemukan masalah yang akan diteliti.

Wawancara adalah pertemuan dari dua orang untuk saling bertukar informasi dan juga ide berupa tanya jawab, yang menghasilkan konstruksi makna dalam sebuah topik yang sedang dibahas.<sup>38</sup> Kegiatan wawancara kepada pihak yang memiliki hak untuk berbicara di RSUD Muhammadiyah guna mendengarkan dan mendapatkan informasi yang diinginkan. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara tidak terstruktur, guna memperkuat pandangan peneliti, Sugiyono menjelaskan bahwasanya wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang hanya berupa garis-garis besar dalam permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam penelitian ini peneliti harus menyiapkan pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber.

---

<sup>37</sup> Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta

<sup>38</sup> Sugiyono, 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi mencatat semua hal yang telah berlalu. Dalam dokumentasi dari berbagai bentuk seperti tulisan, gambar, atau karya-karya yang memiliki makna atau nilai penting bagi seseorang.<sup>39</sup> Pada bagian ini dokumentasi menjadi bukti bahwasanya telah terjadi penelitian yang telah dilakukan. Dalam hal ini guna menunjukkan dan menjadi sebuah gambaran kegiatan yang dilakukan, dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto pada saat melakukan kegiatan penelitian langsung kelokasi.

### E. Analisis Data

Metode analisis data kualitatif dilakukan sepanjang penelitian dari awal hingga akhir.<sup>40</sup> Dalam metode analisis ini dilakukan secara terus menerus agar informasi yang dibutuhkan didapatkan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Dalam melakukan penelitian ini hal yang harus diingat adalah dengan sungguh-sungguh pada dasarnya penelitian ini sejak awal akan mempengaruhi pada penelitian yang akan mendatang. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam menganalisis data dengan berbagai cara.

Metode analisis data penelitian ini menggunakan :

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal yang penting.<sup>41</sup> Menurut Sugiono mereduksi data berarti merangkum, memelihara dan memilih hal hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah penelitian. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya dalam melakukan reduksi harus berkelanjutan agar menghasilkan dan mendapatkan informasi maupun data yang dibutuhkan. Dan

---

<sup>39</sup> sugiyono

<sup>40</sup> Siyodo and Sodik, *Dasar Metode Penelitian*

<sup>41</sup> Siyodo and Sodik

dalam mereduksi peneliti harus tetap fokus pada topik penelitian pembahasan dan penelitian sehingga tidak membuang waktu.

## 2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, menyajikan data bisa dilakukan dengan berbagai hal seperti uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Namun menurut Miles and Huberman menjelaskan bahwa hal yang paling sering digunakan dalam penyajian data dalam bentuk kualitatif adalah berupa teks yang bersifat naratif.

Dalam menyajikan informasi yang telah dikumpulkan untuk menunjang dan mendapat sebuah hasil tertentu. Dalam penyajiakan data yang akan dilakukan akan menyajikan hasil dari observasi, maupun wawancara dengan pihak terkait di RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Dalam penarikan kesimpulan menjelaskan tentang bagaimana hal-hal yang bisa didapatkan dari adanya penelitian. Selain itu pada bagian kesimpulan ini digunakan untuk menemukan hal-hal yang menunjukkan apa saja yang dilakukan oleh pihak *public pealtion* ini dalam meningkatkan *image* kualitas pelayanan kepada pasien.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

- A. Gambaran Umum RSU PKU Muhammadiyah**
- 1. Sejarah RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga**



*Gambar 4.1 Logo RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga*

Rumah Sakit Pembinaan Kesejahteraan umat atau yang sering disebut dengan RSU PKU Muhammadiyah ini awal mula berdirinya berupa klinik sederhana bernama PKO (Penolong Kesengsaraan Oemoem). Hal ini memiliki Maksud memberikan pelayanan kesehatan bagi kaum yang kurang mampu, di balik berdirinya PKU Muhammadiyah ini ada tokoh penting yang berperan dalam pendirian PKU ini yaitu : yakni H. Zaini, Ki Bagus Hadikusumo, KH. Fakhruddin, dan KH. Sudja' merupakan generasi pertama yang ikut berjuang Bersama KH.Ahmad Dahlan. Dengan berkembangnya zaman RSU PKU Muhammadiyah semakin berkembang pesat terhitung sampai saat ini sudah ada sekitar 119 RSU PKU Muhammadiyah di Indonesia, salah satunya adalah RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga yang berlokasi di Jl. Kolonel Sugiri, Dusun III, Gandasuli, Kec. Bobotsari, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53353.

Rumah sakit umum pembina kesehatan umat (RSU PKU) muhamadiyah purbalingga awalnya merupakan balai pengobatan PKU muhamadiyah bobotsari mulai beroperasi pada tanggal 8 Oktober 1997 -



1999 di Jl. Brigjen Suwondo 28 Bobotsari di rumah Alm. Bapak Sudardi yang merupakan mertua dari bapak Hadi Susanto, lalu pada tahun 1999-2003 lokasi balai pengobatan PKU Muhammadiyah Bobotsari dipindahkan di Jl Kenduruan RT004 RW002 Pakuncen Bobotsari Purbalingga, kemudian atas prakarsa PDM (Pimpinan Daerah Muhammadiyah) Purbalingga dengan PCM (Pimpinan Cabang Muhammadiyah Bobotsari) Balai Pengobatan PKU Muhammadiyah Bobotsari dikembangkan menjadi Rumah Sakit Tipe D, namun dikarenakan adanya kebijakan pemerintah, dalam perjalanannya RS PKU Muhammadiyah Purbalingga mengalami penurunan grade dari Rumah Sakit menjadi Klinik, dan pada Tahun 2018 Ijin Operasional RSU bisa didapatkan kembali.

Tujuan utama didirikannya RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga adalah untuk meningkatkan pelayanan kesehatan bagi masyarakat di Kabupaten Purbalingga khususnya wilayah Purbalingga bagian utara yang meliputi Kecamatan Karangreja, Karangjambu, Karangmoncol, Bobotsari, Karanganyar, Kertanegara, Rembang, Kutasari, Bojongsari dan Mrebet.

Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Purbalingga terletak di Jalan Kolonel Sugiri, Desa Gandasuli, Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga. Lokasi RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga sangat strategis, berada tepat dipinggir jalan raya Bobotsari – Purbalingga. Akses transportasi sangat mudah karena jalur dilalui kendaraan umum dan sangat mudah dijangkau dari arah wilayah Kecamatan Karangreja, wilayah Kecamatan Karanganyar, wilayah Kecamatan Mrebet dan wilayah bagian selatan Kabupaten Pemalang. Di daerah utara wilayah Bobotsari dan sekitarnya belum ada rumah sakit, baik milik pemerintah maupun milik swasta sehingga lokasi sangat strategis.

Perkembangan RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga sejak pertama kali dibangun hingga saat ini memiliki kenaikan yang cukup signifikan pada tahun 2003 pertama kalinya dibangun dan atas Prakarsa PDM Purbalingga dengan PCM Bobotsari, kemudian pada tahun 2004 diresmikan oleh gubernur Jawa Tengah bapak Mardiyanto, setelah

diresmikan RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga mendapatkan izin pertama menjadi rumah sakit umum dengan tipe D, pada tahun 2009 RSPMD diganti menjadi Klinik, pada tahun 2012 mendapatkan izin menjadiklinik pertama rawat inap, dengan semakin berkembangnya mulai melakukan kerja sama dengan BPJS ketenaga kerjaan sebagai *traumatic center*, setelah melewati beberapa perjalanan pada akhirnya tahun 2018 diresmikan sebagai Rumah sakit.

RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga memberikan pelayanan IGD 24 jam dan Pelayanan Poliklinik Rawat Jalan. Terdapat beberapa pelayanan rawat jalan yang diberikan oleh RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga seperti :Pelayanan poliklinik Spesialis Bedah Umum, Pelayanan poliklinik Spesialis Kandungan, Pelayanan poliklinik Penyakit Dalam, Pelayanan poliklinik Spesialis Urologi, Pelayanan poliklinik Spesialis Jantung, Pelayanan poliklinik Gigi, Pelayanan poliklinik Umum, Pelayanan Poliklinik THT-KL, Pelayanan Poliklinik Spesialis Orthopedi, Pelayanan Poliklinik Spesialis Obsgyn.

Untuk pelayanan Rawat Inap terdiri dari beberapa kelas antara lain seperti : Rawat Inap Kelas I (Arofah), Rawat Inap Kelas II (Mina), Rawat Inap Kelas III (Shofa), Rawat Inap Isolasi (Ula), Rawat Inap (Marwa), Isolasi VK, Pelayanan ICU, Pelayanan Instansi Bedah Sentral, Pelayanan VK dan Perina.

Pelayanan Tunjangan di RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga terdiri dari: Pelayanan Radiologo, Pelayanan Laboratorium, Pelayanan Farmasi, Pelayanan Ruang Operasi, Pelayanan Ruang HCU /ICU, Pelayanan Ruang Bersalin/ vk, Pelayanan Gizi, Pelayanan Rekam Medis, Pelayanan Pemulasan Jenazah, Pelayanan Ambulance.

## 2. Visi dan Misi RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga

### a. Visi

RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga **adalah menjadi Unggul, Profesional dan Berbudaya Islami.**

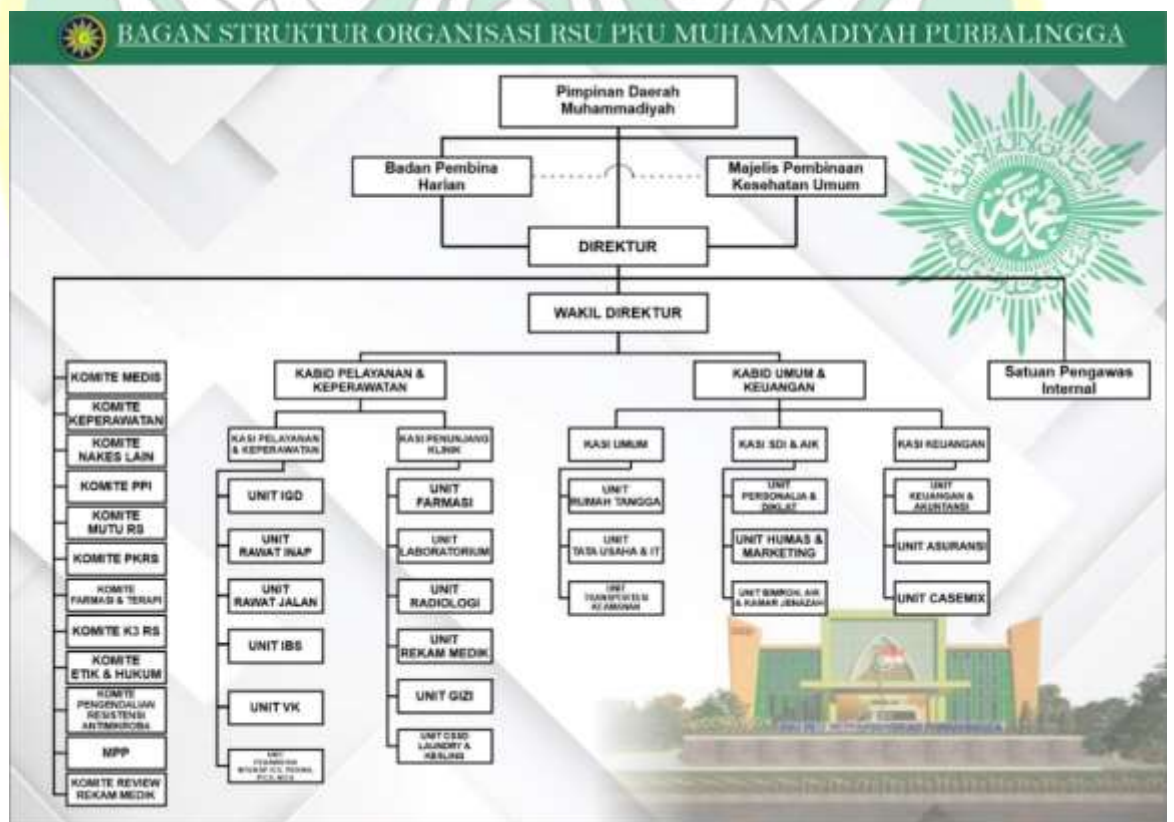
## b. Misi

Mengamalkan spirit Al Maun dan The Golden Hadist Muhammadiyah, Memberikan Pelayanan Yang Berkualitas, Ramah, Amanah, Visioner, dan Optimal, Meningkatkan Kualitas dan Mensejahterakan Civitas Hospitalia, Mewujudkan Rumah Sakit dengan Akreditasi Paripurna dan Unggul dalam Bidang Traumatologi dan Obseterti Ginekolog.

## c. MOTO

- B = Berkualitas
- R= Rumah
- A= Amanah
- V= Visioner
- O= Optimis.

## d. Struktur RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga



Gambar 4.2 Struktur RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga



## **B. Strategi *Public Relation* dalam Meningkatkan Image Kualitas pelayanan Kepada Pasien di RSUD PKU Muhammadiyah.**

*Public relation* yang ada di RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga adalah dengan selalu menjaga hubungan yang baik antar manusia, hubungan ini meliputi hubungan dengan Internal dan Eksternal. Dalam melakukan hubungan dengan internal pihak *Public Relation* memberikan arahan kepada para karyawan dan staf yang lainnya untuk memberikan arahan perihal memberikan pelayanan yang baik kepada pasien. selain itu *public relation* RSUD PKU Muhammadiyah juga menjalin hubungan dengan pihak pihak eksternal yaitu dengan pihak Masyarakat dan instansi yang berada di sekitar RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga.

Seperti di jelaskan oleh Firsan Nova fungsi utama dari *public relation* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik secara internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian menambah motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat atau opini publik yang menguntungkan lembaga organisasi.<sup>42</sup>

Dalam hal ini RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga melakukan hubungan baik secara internal dengan memberikan arahan dan memperkuat hubungan yang baik, RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga, memberikan kegiatan guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien yaitu dengan mengadakan *servive excellent*, yaitu suatu pelayanan yang terbaik dan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan secara lebih. Berarti secara konsisten memberikan pelayanan yang memenuhi bahkan melampaui harapan pasien. Retno Setianingsih selaku Kepala Unit *Public Relation* dan Marketing menjelaskan :

“karena *public relation* di RSUD PKU Muhammadiyah ini saya masih pegang sendiri, sebisa mungkin saya memalsimalkan bagaimana memberikan arahan secara internal dulu kepada para staf yang bekerja di PKU, yang paling menonjol adalah dengan

---

<sup>42</sup> Firsan Nova, “*Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*” (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 49



memberikan pelatihan *service excellent* ini tujuannya adalah agar para staf yang tugas mampu memberikan pelayanan yang baik, seperti bagaimana menerima pasien, bagaimana memberikan arahan dalam berobat, dan lainnya. Kegiatan ini biasanya kami lakukan 2 bulan sekali”<sup>43</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Ida selaku bidan jaga di RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga :

“sering sekali pihak humas memberikan arahan kepada kita yaa, sering mengadakan seperti IHT *servive excellent*, seperti mencontohkan dan memperagakan bagaimana melayani pasien, mulai dari pintu depna dampai dengan pelayanan, bagaimana handling complen, hal ini di lakukan biasanya 2 bulan sekali “<sup>44</sup>

IHT atau *in house training* merupakan sebuah rangkaian guna mengembangkan keahlian dibidang medis, dan bagaimana menerapkan dilapangan, dalam IHT ini agar sebuah bantuan agar karyawan bisa tanggap dalam keadaan darurat di rumah sakit, yang bisa terjadi dimanapun dan kapanpun. Pelatihan ini merupakan bekal penting yang harus di miliki dalam pentingnya pelayanan dan mampu menambahkan *soft skill* seluruh karyawan RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga.

RSU PKU Muhammadiyah juga mengadakan kegiatan yang dilaksanakan khusus untuk karyawan yang bekerja di RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga yang di lakukan secara rutin setiap minggu ke 1 dan minggu ke 3.

“disini juga kita adakan kegiatan rutin setiap minggu ke 1 dan ke 3 dengan terbagi menjadi dua organisasi yang ada di PKU yaitu Nasyiatul Aisyiyah dan pemuda, dalam kegiatan ini untuk laki laki dan Perempuan dipisah, kegiatan ini dilakukan untuk memperkuat hubungan antara sesama tenaga karyawan si ya”<sup>45</sup>

Sementara itu, dalam hal memelihara hubungan yang baik dengan Masyarakat luar dan beberapa instansi hal ini memiliki tujuan agar RSU

<sup>43</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

<sup>44</sup> Wawancara dengan Ida. (Bidan Jaga Pelayanan RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.16

<sup>45</sup> Wawancara dengan Suprpto. (Kepala Seksi SDI & AIK RSUPKUM), 19 Oktober 2023, pukul 10.54

PKU Muhammadiyah bisa dikenal oleh banyak khalayak dan mampu menebarkan kebaikan kepada Masyarakat yang berada disekitar RSU PKU Muhammadiyah.

“ kami selalu belajar dan terus belajar untuk terus mengembangkan RSU PKU Muhammadiyah ini , banyak hal yang kami lakukan untuk melakukan hubungan baik dengan eksternal, untuk kegiatan eksternal ini memiliki beberapa macam kegiatan yang pertama dalam pendekatan kepada Masyarakat, kita juga sering mengadakan *event* seputar kegiatan Kesehatan, pihak rumah sakit juga melakukan pendekatan dengan FKTP rujukan pasien puskesmas, dengan kepala desa, perangkat desa, dengan share ni, kepada karang taruna, polres,dengan media perss pwi.”<sup>46</sup>

Dalam hal ini, RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga sangat menerima setiap kritik dan saran yang diberikan Masyarakat, selalu merespon dengan tanggap apabila ada keluhan yang dialami oleh pasien dalam hal pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit yang kurang memuaskan, Masyarakat atau pasien merupakan aset yang berharga karena apa bila pasien merasa puas, hal ini memiliki dampak positif untuk rumah sakit dan akan terus menggunakan jasa pilihan di rumah sakit PKU, dalam upaya guna memperbaiki kesempurnaan dari kepuasan yang di dapat oleh pasien, pihak rumah sakit harus mengadakan strategi. Seperti yang di jelaskan oleh kepala *public relation* ibu Retno :

“ jadi ketika di media sosial missal ya, di rawat di PKU kok gini ya kok gini ya , hal in ikan mempengaruhi image dari PKU sendiri ya, kita selaku divisi yang harus menjadi garda terdepan untuk PKU langsung telusuri kita ada IT bisa cek telepon, media sosialnya atau sesuatu yang bisa dijadikan jembatan untuk berkomunikasi, *public relation* harus langsung memberikan respon cepat terhadap keluhan yang masuk, di konfirmasi perihal kejadian, dan langsung di tindak lanjuti untuk melakukan pertemuan untuk negosiasi dengan pelaku agar bisa di selesaikan dengan baik.”<sup>47</sup>

Hal ini dikonfirmasi oleh Suprpto selaku Kepala seksi SDI dalam menanggapi masalah yang terjadi di RSU PKU Muhammadiyah :

<sup>46</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

<sup>47</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

“kalo ada Masalah seperti itu di selesaikan dengan cepat dengan mendatangi korban yang melaporkan, dan menuju kesasaran memberikan penjelasan yang jelas atas kesalah pahamanya.”<sup>48</sup>

Adapun beberapa strategi yang di lakukan oleh pihak *public relation* dari RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga dalam meningkatkan *image* kualitas pelayanan kepada pasien. Strategi *Public Relation* yang dilakukan oleh RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga, dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan kepada pasien adalah :

#### 1. *Publications* (Publikasi)

Media menjadi salah satu yang digunakan menyelenggaran publikasi atau memperluas informasi dari kegiatan yang dilakukan oleh instansi, hal ini guna memberikan informasi kepada khaalayak. Dengan ini unit *public relation* RSU PKU Muhammadiyah dalam memberikan informasi mengenai domisili rumah sakit, fasilitas-fasilitas yang dimiliki rumah sakit, mengenalkan dokter yang dimiliki oleh rumah sakit dan jam kerjanya. kegiatan yang dilakukan oleh rumah sakit, atau layanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit untuk mempermudah Masyarakat dalam memantau informasi terupdate, publikasi yang disampaikan harapanya mampu memberikan citra yang baik terhadap sebuah instansi

“Dalam melakukan publikasi biasanya seputar informasi, *event* atau promo, menginfokan dokter yang dimiliki rumah sakit, fasilitas layanan yang di berikan oleh rumah sakit kegiatan ini guna mengetahui siapa sasaranya, tujuanya sebenarnya untuk menggiring opini yang baik, dalam penyampaina publikasi menggunakan media sosial berupa ig, fb, dan berbagai macam grup yaa, soalnya ini berpengaruh pada siapa sasaran kita”<sup>49</sup>

Hal ini bisa dibuktikan dengan adanya beberapa akun media yang dimiliki oleh RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga antara lain :

---

<sup>48</sup> Wawancara dengan Suprpto. (Kepala Seksi SDI & AIK RSUPKUM), 19 Oktober 2023, pukul 10.54

<sup>49</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. Public Relation dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46





Gambar 4.3 Akun media sosial Facebook 1



Gambar 4.4 Akun Media Sosial Youtube 1





Gambar 4.5 Akun Media Sosial Instagram 1

Dalam hal pemilihan media sosial yang digunakan untuk publikasi pihak *public relation* RSU PKU Muhammadiyah telah mempelajari dan melakukan survei desa yang berada disekitar RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga.

“sebelum kita memberikan edukasi melalu media sosial kami tim *public relation* ya melihat kira kira di sekitar sini masyarakatnya menggunakan media apa yang digunakan sehari-hari, apalagi media sekarang makin berkembang ya, kita sebagai *public relation* harus mengikuti juga kalo tidak nanti kita tertinggal dan tidak bisa berkembang dong”<sup>50</sup>

Pemanfaatan beberapa media sosial bertujuan untuk membantu pihak rumah sakit memberikan informasi kepada khalayak, media sosial menjadi wadah yang efektif untuk memperluas penyebaran informasi. Dalam publikasi menjadi penting agar yang sudah direncanakan dapat disiarkan kepada khalayak untuk mencapai tujuan melalui media.

<sup>50</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

Dalam melakukan publikasi menggunakan beberapa media sosial, RSUD PKU Muhammadiyah dalam melakukan publikasi pemberitaan melalui *press release*, *news letter*, *bulletin*, menjadi seorang *Public Relations* harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas yang dilakukan oleh unit *Public relation* di RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga melakukan kerja sama dengan beberapa stasiun tv atau radio lokal untuk penyampaian berita, dalam momen-momen penting. Dalam hal ini tujuannya adalah agar RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga dalam penyampaian berita lebih luas, dan lebih mudah tersampaikan kepada Masyarakat.

Beberapa media yang ikut bekerjasama dalam penyampaian berita seperti: serayunews, pwm jateng, Tribun Banyumas, Suara Muhammadiyah, Republika Online, Radar Banyumas, RRI.

“kita melakukan Kerja sama , dengan media cetak radar banyumas dan elektronik tv atau radio RRI , biasanya yang diberitakan momen2 yang penting seperti peresmian PKU, sosialisai atau yang unik pernikahan pasien di rs, sebentar lagi kita akan bekerja sama dengan mnc peduli.”<sup>51</sup>

Diperjelas oleh pak Suprpto kepala seksi SDI PKU bahwa Masyarakat sekitar Purbalingga tidak hanya anak muda saja, tapi juga banyak Masyarakat yang sudah berlanjut, lebih senang mendengarkan radio.

“yaa kita bekerjasama dengan media dan melakukan sosialisasi menggunakan radio misalnya, untuk para pendengan radio tentang layanan RSUPKU Muhammadiyah”<sup>52</sup>

Hal ini sudah menjadi cara yang cukup kondusif dan memberikan efek yang bisa dilihat dari setiap bulannya, bahwasanya pasien yang melakukan pengobatan di PKU mengalami peningkatan, harapnya

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

<sup>52</sup> Wawancara dengan Suprpto. (Kepala Seksi SDI & AIK RSUPKUM), 19 Oktober 2023, pukul 10.54

PKU bisa menjadi garda terdepan bagi Masyarakat perihal pengobatan.



Gambar 4.6 Berita RRI



Gambar 4.7berita media

Menjalin dan mempertahankan hubungan yang baik dengan media menjadi hal yang sangat penting bagi seorang *public relation* RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga, karna media menjadi sarana publikasi dimana segala informasi tentang instansi disalurkan, media juga menjadi sarana untuk membangun reputasi , di zaman sekarang media menjadi acuan bagi *public relation* RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga guna melakukan gerakan dan tindakan. Melalui media reputasi instasi dibangun, support dan jaringan bagi instansi menjadi terbangun. Ketika menjalin hubungan dengan media lain terjalin dengan

baik, dengan begitu kepercayaan publik terhadap instansi juga akan semakin dapat dipercaya.

## 2. *Event* (acara)

Merancang sebuah *event* yang bertujuan untuk memperkenalkan produk & layanan perusahaan, mendekati diri ke publik dan lebih jauh lagi dapat memengaruhi opini publik. Seperti yang dilakukan oleh unit *Public relation* RSUD Muhammadiyah Purbalingga sering melakukan beberapa *event* guna memperkenalkan produk atau layanan yang diberikan RSUD seperti harus memiliki wawasan yang luas agar mampu membuat sebuah *event* dengan tujuan memperkenalkan produk atau layanan yang diberikan oleh instansi, dalam hal ini mampu menggiring opini publik terhadap instansi.

RSUD Muhammadiyah Purbalingga melakukan beberapa *event* atau seputar sosialisasi berupa workshop, hal ini dilakukan untuk pendekatan internal maupun eksternal, diantaranya seperti kegiatan workshop kebencanaan mdmc purbalingga yang bekerja sama dengan RSUD Muhammadiyah Purbalingga, melaksanakan seminar penanganan kegawat daruratan pada pasien trauma bagi Masyarakat awam, seminar *smart with leader*, dan sosialisasi program TB dan TBC.

“*Event* yang biasanya dilakukan oleh RSUD Muhammadiyah seperti berupa sosialisasi kegiatan seperti workshop, seperti penanganan kegawat daruratan, workshop mdcm juga, *smart with leader*, masih banyak lagi”<sup>53</sup>

Dalam hal ini dijelaskan oleh Retno selaku Kepala unit *public relation* menjelaskan bahwasanya *event* yang dilakukan oleh pihak rumah sakit selalu berhubungan dengan Kesehatan, dan untuk perkembangan kualitas dari rumah sakit.

“Kegiatan yang kami lakukan tentang Kesehatan, hal ini untuk menambahkan kualitas rumah sakit. *Event* ini biasanya lebih ke

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan Suprpto. (Kepala Seksi SDI & AIK RSUD Muhammadiyah Purbalingga), 19 Oktober 2023, pukul 10.54



peningkatan kualitas pelayanan dengan mengadakan pelatihan kepada perawat, bidan, untuk memberikan wawasan yang lebih luas.”<sup>54</sup>



Gambar 4.8 Kegiatan Smart with leader



Gambar 4.9 kegiatan even sosialisasi

<sup>54</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

Pengadaan *event* oleh *Public relation* RSUD Muhammadiyah Purbalingga bertujuan untuk menambahkan *value* dan eksistensi di khalayak bisa menjadipakan informasi lebih rinci dengan mengadakan sebuah kegiatan. Dan menambah pengetahuan terhadap pihak internal agar mampu terus berkembang dan mampu memberikan layanan yang berkualitas.

### 3. *Community Involvement* (hubungan dengan khalayak)

Terdapat dua fungsi *public relation* yaitu memberikan sesuatu kepada publik atau menarik perhatian terhadap publik sehingga diharapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif, dari yang tidak tahu menjadi tahu setelah tahu menjadi suka dan kemudian diharapkan mampu menimbulkan *image*. Yang dilakukan oleh RSUD Muhammadiyah Purbalingga dalam hal membangun citra yang baik dihadapan masyarakat melakukan banyak hal, antara lain dengan mengadakan jumat berkah, melakukan silaturahmi dengan sedulur ambulan relawan Purbalingga, seperti bekerjasama dengan Lazismu dalam pemberian bantuan terhadap beberapa Masyarakat yang kurang mampu, ikut serta dalam pengamanan pos mudik lebaran di sekitar wilayah Purbalingga, ikut serta dalam penyerahan hewan kurban ke pihak rumah sakit, hal ini tujuannya agar pihak RSUD Muhammadiyah lebih banyak dikenal khalayak dan memiliki citra yang baik dihadapan masyarakat, seperti yang di jelaskan oleh Retno Setianingsih selaku kepala unit *public relation* dan marketing.

“kami banyak kok bersosialisasi dengan khalayak, tujuannya agar pku ini dicintai oleh banyak orang dan image kualitasnya bagus, seperti dengan lazismu Purbalingga, jumat berkah yang setiap minggunya ada, ikut andil dalam posko mudik setiap tahunnya, alhamdulillahnya setiap lebaran haji kita membagi-bagikan kurban juga ke beberapa tempat.”<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46



Gambar 4.10 Penyerah hewan Qurban

Menurut Ida selaku bidan jaga menjelaskan bahwasanya pihak unit *public relation* ini selalu mengikutsertakan semua pihak dalam hal mengsosialisasikan beberapa program guna membangun citra yang baik dengan khalayak seperti ikut serta dalam posko jaga keamanan mudik lebaran. RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga mendapat kepercayaan dari Pemerintah Purbalingga untuk ikut andil dalam pengamannya kesehatan mudik lebaran, hal ini dilakukan setiap tahunnya untuk kegiatan mudik lebaran, hal ini diterima dengan baik oleh pihak rumah sakit, selain ikut membantu sesama manusia, juga salah satu cara untuk mengenalkan RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga kepada Masyarakat.

“biasanya kita itu setiap tahunnya si jaga posko kesehatan mudik lebaran, di sekitar Purbalingga, dan bergantian dengan yang lainnya juga”<sup>56</sup>

<sup>56</sup> Wawancara dengan Ida. (Bidan Jaga Pelayanan RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.16





Gambar 4.11 Jaga Posko Kesehatan mudik Lebaran

Keterlibatan tugas sehari-hari seorang *Public Relations* adalah dengan melakukan sosialisasi dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi/lembaga yang diwakilinya. Dalam hal ini RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga melakukan beberapa kerja sama dengan beberapa pihak guna membangun citra yang baik dan melakukan perkembangan dalam hal promosi dan dapat mempermudah dalam melakukan beberapa hal kepentingan, RSU PKU Muhammadiyah melakukan kerjasama dengan BNN (badan narkotika nasional) Purbalingga, bersama dengan Polres Purbalingga.

“baru baru ini kita baru saja melakukan Kerjasama dengan pihak BBN ya sekitar bulan agustus kemren ini, beberapa bulan sebelumnya juga dengan pihak Polres Purbalingga, harapannya semoga dengan adanya jalinan kerjasama ini mampu memberikan



dampak positif dan menjalin silaturahmi dengan pihak pihak lainnya juga.”<sup>57</sup>



Gambar 4.12 Kerjasama dengan BNN



Gambar 4.13 Kerja sama dengan Polres

<sup>57</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

#### 4. *Lobbying and Negotiation* (Teknik lobi dan negosiasi)

Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang *Public Relations*, hal ini bertujuan agar semua rencana, ide atau gagasan kegiatan dari instansi yang berpengaruh dan kemudian timbulah situasi yang saling menguntungkan. Hal ini dibuktikan Pada tahun 2021 seperti yang sudah dijelaskan dibab 1 bahwasanya RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga menerima complain perihal pelayannya yang kurang baik dari pasien rawat inap, hal ini sampai menyebar keberbagai media sosial salah satunya *facebook* pihak korban mengupload video yang kurang mengenakan yang membuat citra instansi rumah sakit menjadi kurang baik.masalah seperti ini sampai diberitakan oleh pihak serayu TV



Gambar 4.14 Berita Serayu TV

Dengan adanya kejadian seperti ini pihak unit *Public relation* langsung merespon adanya kejadian tersebut, dan melakukan negosiasi dengan pihak pihak yang memiliki kepentingan dalam hal ini, seperti pihak rumah sakit, keluarga pasien dan mengundang pihak penengan yaitu kepala desa, negosiasi yang dilakukan sempat menemukan titik buntu, dikarenakan pihak keluarga meminta ganti rugi full dari biaya operasi hingga rawat jalan obat, namun hal tersebut kurang disetujui oleh pihak rumah sakit, pihak rumah sakit

membebaskan biaya kontrol dan obat selama masih masa pemulihan, setelah dilakukannya negosiasi bersama-sama, akhirnya pihak keluarga dan rumah sakit sepakat dan masalah tersebut sudah selesai. *Public relation* menjadi garda terdepan dalam hal mengatasi masalah yang terjadi internal maupun eksternal.

Dalam wawancaranya Retno Setianingsih selaku kepala unit *public relation* dan marketing menjelaskan bahwasanya :

“kami ini selalu menjadi garda terdepan dalam setiap masalah yang dihadapi oleh rumah sakit, seperti masalah yang diberitakan oleh serayu tv benar adanya, alhamdulillah masalah terselesaikan dengan kepala dingin dan semua pihak berlapang dada menerimanya.”<sup>58</sup>

Dan kemudian diperjelas lagi oleh Suprato selaku kepala SDI menjaelaskan bahwasanya apabila terjadi masalah perihal pelayanan yang diberikan maka pihak rumah sakit akan dengan cepat menyelesaikan masalah tersebut, dan memberikan penjelasan perihal kesalahan pahamannya tersebut.

“kalo ada Masalah yang memberakn pasien, atau kurangnya layanan yang diberikan rumah sakit kami selesaikan dengan cepat dengan mendatangi korban yang melaporkan, dan menuju kesasaran memberikan penjelasan yang jelas atas kesalahan pahamannya.melakukan negosiasi agar tidak terjadi masalah yang keberlanjutan selagi masalah tersebut maish bisa diatasi oleh pihak rumah sakit”

##### 5. *Social Responsibility*

Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas *Public Relations* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Unit *public relation* menerapkan sosial *responsibility* dilihat dari bagaimana pihak rumah masih dalam memberikan pelayanan kepada pasien, pihak rumah sakit selalu berpegang teguh dengan prinsip yang mungkin hanya ada di RSUD Muhammadiyah yaitu

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation dan Marketing RSUPKUM*), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

“melayani pasien dengan sepenuh hati, dan menganggap kita semua umat muslim adalah saudara”.

RSU PKU Muhammadiyah memiliki beberapa layanan yang diberikan guna mempermudah pasien dalam melakukan perawatan di PKU antara lain :

a. Layanan 24 Jam

Layanan antar jemput ambulance gratis bagi pasien rawat inap RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga yang siap menjemput kapan saja 24 jam, dan menyediakan layanan 24 jam berupa IGD. Laboratorium. Radiologi, Farmasi.

“kami rumah sakit selalu berusaha memberikan layanan yang terbaik bagi pasien, seperti kami menyediakan layanan yang 24 jam berupa ambulance, farmasi, radiologi, laboratorim, guna memudahkan pasien”.<sup>59</sup>



Gambar 4.15 Layanan 24 Jam

b. Layanan antar obat

Layanan antar obat memberikan kemudahan bagi pasien sehingga tidak perlu mengantre setelah pemeriksaan dokter, karena obat akan diantar kerumah pasien. Layanan antar obat RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga berlaku untuk pasien

<sup>59</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. Public Relation dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46



rawat jalan poliklinik sore, hanya dengan membayar Rp.10.000,- pasien sudah bisa menerima obat tanpa harus mengantri, hal kami bekerja sama dengan pihak PT.Pos Indonesia.

“ kami memiliki layanan sijuq yang artinya siap jujur salah satu layanna yang derikan dengan bekerjasam dengan pihak PT.Pos Indonesia ini hanya dengan membayar Rp.10.000,- saja pasien biasa menerima obat, layanan seperti ini kami lakukan ya agar pasien tidak mengantri lama, dsn bisa langsung sampai”.<sup>60</sup>



Gambar 4.16 Layanan antar obat

### c. Layanan Aplikasi JKN

Di dalam mobile JKN terdapat beberap fitur yang bisa diakses seperti riwayat pelayanan, dan skrining dan terdapat menu umum yang berisi fitur informasi JKN, lokasi, pengaduan dan pengaturan aplikasi dan merupakan aplikasi pendaftaran online antrian bpjs Kesehatan, tujuanya agar mempermudah orang dalam menerima layanan dari RSU PKU

<sup>60</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. Public Relation dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

Muhammadiyah Purbalingga. Aplikasi mobile JKN ini cukup mudah untuk di aplikasikan cukup dengan download di app store atau play store, dan dalam melakukan akses di dalamnya cukup mempermudah pengguna.

“kami ada layanan untuk antri melalui mobile JKN ini. Untuk mempermudah pasien kalo mau mendaftar tidak harus antri dan bisa dilakukan pendaftaran di rumah, casa aksesnya juga mudah, menurut saya ini sudah sangat fleksibel”.<sup>61</sup>

Dan kemudian di pertegas dengan pernyataan keluarga pasien bahwasanya pelayanan pendaftaran mobile JKN ini mempermudah pasien dan keluarga pasien agar tidak harus mengantri lagi dan hal ini sangat membantu bagi para pasien yang melakukan pemeriksaan di RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga.

“saya biasanya kalo ndaftar buat periksa pake aplikasi mobile JKN soalnya lebih mudah dan tidak perlu antri lagi”.<sup>62</sup>



Gambar 4.17 Layanan pendaftaran online

<sup>61</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

<sup>62</sup> Wawancara dengan Yuliati. (Keluarga Pasien Anak), 19 Oktober 2023, Pukul 11.00

d. Pelayanan *Home Care*

Pelayanan *Home Care* merupakan fasilitas pelayanan Kesehatan yang dilakukan oleh tenaga medis di rumah pasien, namun dengan pengawasan langsung dari dokter.

Pelayanan *home care* Adiguna merupakan nama dari *home care* RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga. Melalui *home care* pasien yang membutuhkan pelayanan kesehatan namun terkendala untuk kerumah sakit dapat menjalani perawatan dari rumah dengan bantuan tenaga medis profesional.

“kami ada layanan *home care* yang merupakan layanan kesehatan yang untuk pasien dengan mendatangkan dokter ke rumah pasien”.



Gambar 4.18 Layanan *home care*

- e. Melalui akun media sosialnya seperti instagram, tidak hanya memberikan informasi seputar layanan kesehatan saja, yang membuat unik dari rumah sakit yaitu memberikan beberapa renungan kepada kita agar lebih dekat lagi dengan Allah SWT. Informasi yang diberikan seperti bagaimna kita untuk bersyukur dan bersabar, kewajiban membalas salam.



Gambar 4.19 informasi islam

### C. Tiga Langkah Strategi *Public Relation* dalam mengatasi masalah

Untuk menciptakan *image* yang positif terhadap RSUD Muhammadiyah Purbalingga dihadapan khalayaknya, lebih tepatnya untuk meningkatkan pelayanan kepada pasien yang diberikan rumah sakit, RSUD Muhammadiyah menggunakan tiga strategi sebagai berikut:

#### 1) *Public relation* RSUD Muhammadiyah Purbalingga Mengidentifikasi Masalah

Dalam mengidentifikasi masalah harus mencakup penyelidikan dan pemantauan, opini, sikap dan perilaku mereka yang peduli dan terpengaruh oleh tindakan dan kebijakan instansi, dalam langkah ini memberikan landasan bagi langkah selanjutnya dalam proses pemecahan masalah. Strategi yang dilakukan *public relation* RSUD Muhammadiyah Purbalingga dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien adalah dengan menentukan secara umum masalah yang sering terjadi di rumah sakit, seperti 1). Antrian yang terlalu lama, 2). Masalah parkir 3). Layanan yang belum bisa dilayani di RSUD Muhammadiyah Purbalingga, seperti CT Scan,



Pengambilan darah, Pengambilan dahak. Seperti yang dijelaskan oleh Retno selaku kepala unit *Public relation*.

“masih ada beberapa masalah yang terjadi untuk memberikan pelayanan yang baik seperti, antrian di pendaftaran, masalah parkir, masalah beberapa pelayanan yang belum bisa dilayani di PKU.”<sup>63</sup>

Dalam hal ini RSUD Muhammadiyah selalu mengedepankan kenyamanan pasien dengan begitu setiap ada keluhan yang membuat ketidaknyamanan pasien maka akan langsung dilakukan tindakan sesegera mungkin. Seperti yang dijelaskan oleh Suprato selaku kepala unit SDI.

“kami selalu mendiskusikan masalah yang ada dirumah sakit tujuannya untuk memberikan kenyamanan pasien, apa bila ada hal yang diluar kendali kita seperti layanan yang belum ada ya kami harus bertindak mencari solusinya.”

Yang kedua masalah parkir, keluhan parkir yang kurang kondusif, RSUD Muhammadiyah mengganti peraturan parkir dengan palang parkir otomatis.

- 2) *Public Relation* RSUD Muhammadiyah Purbalingga melakukan penyusunan program, Tindakan dan Berkomunikasi.

Informasi yang sudah terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang publik program, tujuan, strategi. Dalam penentuan langkah pertama menjadi faktor kebijakan dan program instansi. Setelah menentukan masalah yang terjadi di RSUD Muhammadiyah Purbalingga, maka *public relation* Menyusun program, melakukan tindakan dan berkomunikasi untuk mengatasi masalah yang terjadi. *Public relation* RSUD Muhammadiyah Purbalingga, 1). masalah antrian, rumah sakit memiliki langkah-langkah dalam mengatasi masalah antrian, seperti yang dijelaskan oleh Retno .

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan *Marketing* RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

“terkait antrian yang panjang ya, kita sekarang sudah bisa menggunakan aplikasi untuk melakukan pendaftaran onlinenya, jadi bisa mendaftar dari hari-hari sebelumnya, dan ini merupakan strategi yang tepat untuk mengatasi hal tersebut.”<sup>64</sup>

Dalam hal mengatasi masalah antrian RSUD PKU Muhammadiyah telah melakukan inovasi baru untuk bagian pendaftaran melalui online yaitu Mobile JKN yang mempermudah pasien dalam mengatasi antrian yang terlalu panjang, dengan melakukan pendaftaran dihari-hari sebelumnya sebelum pemeriksaan.



Gambar 4.20 Apk Pendaftaran

Terdapat beberapa fitur yang bisa di akses melalui mobile JKN ini seperti, mempermudah pendaftaran online saat akan melakukan pemeriksaan, dapat melakukan pengubahan data, terdapat menu pembayaran tagihan, dan menu pelayanan berisi fitur Riwayat pelayanan, pendaftaran dan skrining , menu umumnya seperti fitur info JKN, Lokasi, pengaduan dan pengaturan aplikasi.

<sup>64</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation dan Marketing* RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

Dalam melakukan penyusunan program untuk mengatasi keluhan yang selanjutnya berupa 2). masalah parkir yang kurang kondusif RSU PKU Muhammadiyah mendiskusikan program guna mengatasi masalah tersebut dengan mengganti sistem parkir yang awalnya manual dengan tukang parkir sekarang sudah menggunakan plang parkir yang memudahkan pengunjung dan mampu menjamin keamanan dari kendaraan yang terparkir. Seperti yang dijelaskan oleh Retno selaku kepala unit public relation menjelaskan :

“masalah yang kedua dari keluhan pasien berupa parkir yang kurang kondusif dan kurang memadai, kami langsung mendiskusikan masalah keluhan pasien kemudian melakukan pembenahan dengan mengganti parkir plang otomatis, dan ini lebih memberikan keamanan kepada pengunjung “.

Langkah selanjutnya dalam mengatasi masalah yang terakhir 3). Layanan yang belum bisa dilayani di RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga, seperti CT Scan, Pengambilan darah, Pengambilan dahak. Dalam mengatasi masalah pelayanan yang belum bisa RSU PKU Muhammadiyah bekerja sama dengan beberapa pihak untuk bisa saling berkolaborasi mengatasi masalah layanan yang belum ada seperti dengan rumah sakit umum Daerah (RSUD) Dr.R.Goeteng Taroenadibrata rumah sakit yang telah memiliki beberapa layanan yang tidak dimiliki oleh RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga.

3) *Public relation* RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga mengevaluasi Program Kerja.

Langkah terakhir dari proses ini mencakup penilaian persiapan, pelaksanaan, dan hasil program. Saat program dilaksanakan, dibuat penyesuaian berdasarkan evaluasi umpan balik tentang bagaimana program berjalan atau tidak berjalan.

Strategi yang dilakukan oleh *public relation* selanjutnya adalah dengan mengevaluasi program kerja yang sudah terlaksanakan. Dalam hal ini *public relation* memantau sejauh mana target yang telah terlaksanakan,

dilihat dari beberapa persen ketercapaian, dan program yang tertunda. Disampaikan oleh kepala unit *Public relation* dan marketing Retno setianingsih.

“ kita selalu mengevaluasi setiap program yang telah terlaksanan, seperti berapa persen pencapaian dari target yang diinginkan, hal apa yang menjadi kendala, kita selalu memantau perkembangannya sihal ini menjadi laporan akhir tahun yang di pertanggung jawabkan.”<sup>65</sup>

Dalam melakukan evaluasi *public relation* RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga, telah menyediakan beberapa fasilitas-fasilitas untuk menampung keluhan-keluhan tersebut. Fasilitas yang di berikan berupa sms *center*, kotak saran, dan membebaskan keluhannya melalu media sosial dari sumah sakit.



Gambar 4.21 Kotak Saran

Dengan adanya fasilitas guna menampung keluhan pasien di rumah sakit tentunya sangat berpengaruh terhadap pelayanan yang akan diberikan kepada pasien. Fasilitas yang diberikan menjadi salah satu tolak

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. Public Relation dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46



ukur dari rumah sakit dalam pelayanan, apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan. Sehingga rumah sakit harus memiliki cara sendiri dalam menangani masalah dan mengelola fasilitas tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh suprpto selaku kepala unit SDI.

“fasilitas unutkan menampung keluhan pasien, sudah ada beberapa disudut rumah sakit, untuk , untuk sms center biasanya digunakana 24 jam untuk menerima keluhan pasien, dan harus langsung di tanggapi.”<sup>66</sup>

#### D. Idealnya Kualitas Pelayanan di RSUD Muhammadiyah Purbalingga

##### 1. *Tangible*

Disini penulis telah melakukan observasi langsung ke RSUD Muhammadiyah Purbalingga untuk melihat langsung kondisi fisik dari rumah sakit dan fasilitas layanan yang digunakan serta memperoleh dokumen dari rumah sakit berikut gambaranya:

##### a. Fasilitas Pelayanan Rawat Inap

Kelas I (Arofah)	Kelas II (Mina)	Kelas III (Shofa)
2 Tempat Tidur AC, TV Kamar mandi dalam Oksigen Sentral	3 Tempat Tidur AC, Kamar mandi dalam Oksigen Sentral	13 Tempat Tidur AC, Kamar mandi dalam Oksigen Sentral

##### b. Jumlah kunjungan pasien di RSUD Muhammadiyah Purbalingga

POLIKLINIK	TAHUN		
	2020	2021	2022

<sup>66</sup>Wawancara dengan Suprpto. (Kepala Seksi SDI & AIK RSUPKUM), 19 Oktober 2023, pukul 10.54

Anak	14	289	1894
Bedah	93	373	1298
Gigi	46	1357	809
Jantung	850	51	1456
Kandungan	1128	1886	2472
Orthopedi	0	624	2170
Dalam	850	5705	10673
Saraf	1128	2015	4055
THT	0	113	826
Urologi	311	492	507
Fisioterapi	18	116	162
Jumlah total	7169	13021	26322

## 2. Reliability

Guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien, RSUD Muhammadiyah Purbalingga, memberikan pelayanan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP), dari visi misi rumah sakit dan sesuai dengan moto BRAVO. Semua yang bekerja di rumah sakit baik dokter, perawat, bidan baik petugas non medis, semuanya harus selalu siap siaga dan cermat karena hal ini memiliki kaitanya dengan pelayanan kepada pasien, semua yang bekerja di RSUD Muhammadiyah Purbalingga harus mengesampingkan kepentingan pribadi pada saat memberikan pelayanan kepada pasien, hal ini bisa menjadi dampak negative jika petugas rumah sakit tidak siap siaga dan cermat. Seperti yang dijelaskan oleh ibu Retno Selaku kepala unit public relation dan marketing:

“semua yang bekerja sini harus memiliki jiwa tanggung jawab yang besar, dan harus selalu siap siaga dan cermat, masalah pribadi harus dikesampingkan dulu, kalo sedang kerja harus fokus melayani pasien”<sup>67</sup>

<sup>67</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. Public Relation dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

Dalam pengukuran kualitas pelayanan harus diperhatikan dimensi reliabilitu, yang secara singkat dapat disimpulkan bahwasanya sebafei kemampuan dalam memberikan pelayanan secara akura, tepat waktu, dan Amanah. dalam hal ini bisa dilihat bahwasanya kualitas pelayanan di RSUD PKU Muhammadiyah sudah memperhatikan dimensi reliabilitu yang terdiri dari indikator kecermatan, kemampuan dalam melakukan tugas, ahli yang bertugas memiliki kemampuan dalam melayani pelanggan, dan memiliki standar pelayanan yang sudah jelas.

### 3. *Responsiveness*

RSUD PKU Muhammadiyah memberikan layanan respon yang baik, cepat, tepat dan dalam penyampaian informasi secara jelas kepada pasien, Ketika petugas dalam memberikan layanan kepada pasien yang harus menunggu lama tanpa alasan yang jelas, hal ini bisa menimbulkan dampak negative terhadap instansi itu sendiri. RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga memiliki nomor layanan 24 jam kepada pasien yang ingin bertanya seputar layanan pengobatan dan yang lainnya. Dalam hal ini rumah sakit tidak membedakan layanan yang diberikan kepada pasien umum maupun BPJS, semua sudah sesuai dengan prosedur dan akan langsung ditindak lanjuti secara langsung oleh pihak yang bertanggung jawab. Seperti pernyataan dari bidan jaga pelayanan id :

“kami melayani semua pasien sama rata tidak membedakan yang umum atau bpjs, karena kami tugasnya melayani dengan sepenuh hati berusaha agar pasien tidak menunggu terlalu lama dalam menerima pelayanan oleh dokter.”<sup>68</sup>

Diperjelas oleh salah satu keluarga pasien ibu Yulianti menjelaskan

“saya berobat disini suka karena pelayanan yang sat set yaa, juga tidak membedakan mana yang umum dan bpjs, perawatnya ramah sekali.”<sup>69</sup>

<sup>68</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUD PKU Muhammadiyah), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

<sup>69</sup> Wawancara dengan Yulianti. (Keluarga Pasien Anak), 19 Oktober 2023, Pukul 11.00

Dapat disimpulkan bahwasanya dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien RSUD Muhammadiyah Purbalingga telah memperhatikan dimensi *responsiveness*, dalam hal ketanggapan dalam memberikan pelayanan yang baik, cepat, dan tepat dan dalam menyampaikan informasi secara jelas kepada pasien, karena keunggulan yang diberikan RSUD Muhammadiyah Purbalingga sesuai dengan moto yang selalu harus di perhatikan oleh setiap karyawan, dalam hal ini rumah sakit tidak membeda-bedakan dalam memberikan pelayanan antara pasien yang umum dengan bpjs, yang membedakan mungkin dari segi fasilitas yang diberikan dari setiap tipe kamar rawat inap.

#### 4. *Assurance*

RSUD Muhammadiyah Purbalingga, dalam pelayanannya selalu berupaya memberikan pelayanan tepat waktu, karena memang keunggulan dari rumah sakit adalah berkualitas, ramah, aman, visioner dan oprimis, melayani pasien dengan sepenuh hati.

RSUD Muhammadiyah memberikan layanan Kesehatan gratis kepada Masyarakat kurang mampu, biasanya hal ini dilakukan pada saat milad persyarikatan Muhammadiyah, layanan gratis berupa tensi darah, konsultasi Kesehatan, pemeriksaan Kesehatan dan farmasi. Asuransi yang disediakan layanan oleh rumah sakit berupa asuransi BPJS, BPJS ketenaga Kerjaan dan Jasa Raharja.

Seperti pernyataan Retno Setyaningsih selaku Kepala Unit *Public relation* dan marketing, menjelaskan :

“kita setiap tahunnya memberikan layanan gratis dalam rangka milad persyarikatan Muhammadiyah, lokasinya biasanya di desa sekitar RSUD Muhammadiyah saja, dan di sini juga adanya menyediakan asuransi layanan BPJS dan Jasa Raharja.”<sup>70</sup>

Dalam hal keamana kepada pasien RSUD Muhammadiyah menyediakan CCTV, petugas keamanan, dan pemberlakuan jam kunjung

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46



pasien, CCTV terdapat di setiap ruangan atau tempat yang ramai dikunjungi oleh pengunjung. Hal ini di jelaskan oleh Retno Setianingsih

“kami ada jam kunjung untuk pasien dan itupun dibatasi, pagi dari jam 11.00 sampai 13.00, sedangkan sore 16.00 sampai 19.00, demi keamanan kita juga memasang CCTV dan pintu masuk keluar berkunjung hanya dari pintu yang telah ditentukan, jumlah pengunjung yang masuk juga maksimal 3 orang, untuk Kesehatan kita juga melarang anak dibawah 12 tahun untuk memasuki area perawatan rumah sakit.”<sup>71</sup>

Dapat disimpulkan bahwasanya RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga memperhatikan dari sisi dimensi assurance, dapat diartikan bahwasanya dalam memberikan pengetahuan dan keramah tamahan petugas Rumah sakit dapat dipercaya dan diyakini dukungan keterjaminan biaya dalam pelayanan RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga melakukan kerja sama dengan beberapa Perusahaan asuransi, seperti BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan, dan Jasa Raharja.

##### 5. *Empathy*

Karyawan yang bekerja di RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga harus melayani dengan sepenuh hati, memiliki sikap yang ramah, tamah, sopan dan santun, dengan sabar harus selalu memberikan layannya yang diharapkan oleh pasien, selalu mendahulukan kepentingan pasien tanpa adanya diskriminatif. Seperti pernyataan kepala unit *Public relation* dan marketing Retno Setianingsih. :

“kami nggak membedakan, apa lagi diskriminatif kya missal warga Muhammadiyah dan bukan, kami ini rumah sakit yang melayani semua umat yang membutuhkan Kesehatan, paling yang menjadi pembeda itu dari segi fasilitas kamar saja, kan ini tergantung dari pihak keluarga maunya berada dikamar apa begitu”<sup>72</sup>

Hal ini diperjelas oleh keluarga pasien Yuliati:

“kayaknya enggak lah ya, sama aja nggak ada diskriminasi dalam hal pelayanan si ya.”<sup>73</sup>

<sup>71</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

<sup>72</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

<sup>73</sup> Wawancara dengan Yuliati. (Keluarga Pasien), 19 Oktober 2023, Pukul 11.00

Dapat disimpulkan bahwasanya RSUD Muhammadiyah Purbalingga juga memperhatikan dari dimensi *empathy* dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien, rumah sakit melakukan hubungan komunikasi yang baik, selalu berusaha memahami apa kebutuhan yang diharapkan oleh pasien, dalam hal ini seluruh petugas rumah sakit tidak membedakan atau adanya diskriminatif, semua berusaha memberilakan pelayanan yang terbaik, dengan memberikan sikap sopan, santun, ramah, tamah dan bertanggung jawab.

Dalam hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh penulis, bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan rumah sakit harus memperhatikan dimensi *empathy*, berupa mendahulukan penertingan kerjaan, melayani dengan sopan, santun, dan bertanggung jawab, memberikan pelayanan tanpa adanya diskriminatif.

#### **E. Hambatan Strategi *Public Relation* dalam Meningkatkan *Image* Kualitas Pelayanan Kepada Pasien di RSUD Muhammadiyah**

Strategi *Public relation* dalam hal meningkatkan *image* kualitas pelayanan kepada pasien masih belum berjalan dengan optimal karena masih terdapat hambatan yang dihadapi, kegiatan evaluasi sangat membantu dilakukan guna mengetahui hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan *public relation* yang dijalankan oleh RSUD Muhammadiyah Purbalingga, dengan hal ini harapannya adanya solusi guna mengatasi hambatan.

##### **1. Komunikasi**

Dalam penyampaian komunikasi yang terjadi di RSUD Muhammadiyah Purbalingga, baik internal maupun eksternal masih mengalami kesulitan. Dalam hal ini ini, dalam penyampaian komunikasi masih mejadi kesulitan, dikarenakan setiap orang memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menyampaikan komunikasi juga harus menyesuaikan dengan orang yang diajak berkomunikasi, hal ini menjadi salah satu

penghambat dalam perkembangan strategi *public relation*. Seperti yang disampaikan oleh kepala unit *Public Relation* dan Marketing Retno Setianingsih :

“biasanya kami masih sedikit susah dalam penyampaian komunikasi, soalnya setiap orang memiliki karakteristik yang berbeda beda jadi kami harus menyesuaikan, tak adanya mis komunikasi”<sup>74</sup>

## 2. Masalah antrian pendaftar

Dalam antrian pendaftaran, masih ada yang nyerobot untuk minta didahulukan dalam hal ini, membuat antrian yang lain menjadi berantakan, dan pelayanan yang di berikan kurang maksimal.

“kadang masih ada yang minta didahulukan padahal jelas jelas sudah ada antrianya, jadi kami kurang enak dengan yang sudah antri, namun kita semaksimal mungkin tetap memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur yang ada si.”<sup>75</sup>

## 3. Terdapat beberapa komplain perihal pelayanan Farmasinya, dalam pengambilan obat dianggap masih terlalu lama, membuat antrianya menjadi lama.

“komplain yang kemaren ini perihal farmasi, namun sudah bisa diatasi, perihal pemberian obat yang terlalu lama membuat antrian jadi sedikit terganggu.”<sup>76</sup>

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Suprpto. (Kepala Seksi SDI & AIK RSUPKUM), 19 Oktober 2023, pukul 10.54

<sup>75</sup> Wawancara dengan Ida. (Bidan Jaga Pelayanan RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.16

<sup>76</sup> Wawancara dengan Retno. (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM), 19 Oktober 2023, Pukul 11.46

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang “Strategi *Public Relation* dalam Meningkatkan *Image* Kualitas Pelayanan Kepada Pasien”, peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya :

*Public relation* RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga dalam Meningkatkan *Image* Kualitas Pelayanan kepada Pasien di mulai dengan hubungan Internal dan eksternal di sekitar instansi. Strategi *public relation* dalam meningkatkan *image* kualitas pelayanan dengan melakukan.:

- 1). *publikasi* untuk menyampaikan informasi kepada khalayak seputar layanan yang diberikan rumah sakit melalui media Instagram, FB, Youtube. Dalam penyampaian publikasi juga melibatkan media lain seperti RRI, Radarbanyumas, SuaraMuhammadiyah.
- 2). *Event* yang dilakukan oleh rumah sakit berupa *smart with leader*, kegiatan MDCM, sosialisasi Mentari TB dan regulasi penanganan TBC.
- 3). *community Involvement* menjalin hubungan baik dengan pihak lain dan melakukan kerja sama bersama BBN Purbalingga, Polres Purbalingga. Dan dalam menciptakan *image* yang baik dengan ikut andil dalam kegiatan Masyarakat seperti jaga posko Kesehatan mudik, ikut menyumbang hewan kurban, jumat berkah.
- 4). *Lobbying and Negotiation* melakukan negosiasi terkait adanya masalah yang terjadi baik dari internal maupun *eksternal*.
- 5). *Social Responsibility* memberikan layanan kepada pasien seperti ambulane 24 jam, sijug (siap jujur) layanna antar obat, layanan aplikasi mobile JKN, memberikan layanan *home care*.

Dalam strategi yang dilakukan oleh pihak *public relation* yang lebih memberikan efek terhadap perkembangan instansi adalah melakukan hubungan dengan khalayak.



Adapun hal yang dilakukan *public relation* RSUD Muhammadiyah dalam mengatasi masalah dengan, Mengidentifikasi masalah dengan menyelidiki dan pemantauan, melakukan penyusunan program seperti menindak lanjuti dari adanya masalah seperti diberikannya layanan mobile JKN untuk antrian yang terlalu lama, masalah parkir yang kurang kondusif dan sudah menggunakan parkir otomatis, terakhir layanan yang belum bisa diberikan oleh rumah sakit akan dialihkan ke rumah sakit yang lebih memadai, terakhir yaitu mengevaluasi program dengan melihat apakah sudah ada perkembangan setelah dilakukannya program tersebut.

Idealnya kualitas pelayanan di RSUD Muhammadiyah Purbalingga adalah, *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*.

Terdapat beberapa hambatan yang terjadi seperti kurangnya komunikasi yang membuat terhambat kegiatan, antrian yang kurang kondusif, dan pelayanan farmasi yang masih kurang maksimal.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi *Public Relation* RSUD Muhammadiyah Purbalingga, untuk terus meningkatkan kinerjanya terkait program-program yang akan dilaksanakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien, pihak media *public relation* meningkatkan *fast respon* atas keluhan yang diberikan oleh pengunjung, disarankan kedepannya RSUD Muhammadiyah Purbalingga untuk bisa melengkapi fasilitas yang belum dimiliki oleh rumah sakit, hal ini guna meningkatkan mutu dari layanan yang diberikan.
2. Diharapkan kepada *public relation* RSUD Muhammadiyah Purbalingga agar lebih melakukan peningkatan dalam melakukan promosi, dan penyebaran informasi di media sosial, dan melakukan perbaikan infrastruktur sarana dan prasarana rumah sakit.

3. Bagi peneliti selanjutnya harapanya penelitian ini mampu memberikan pandangan baru mengenai strategi *public relation*, memberikan referensi baru bagi penelitian selanjutnya dan mampu memberikan kelengkapan terhadap strategi *public relation*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad,(2020) *Manajemen Strategi*, ( Makassar: CV Nass Media Pustaka), h.3
- Amin Wahyudi,(2021) “Soal Tuntutan Ganti Rugi, RS PKU Muhammadiyah Bobotsari Menyayangkan Penyebaran Video Tanpa Izin”,SerayuNews, <https://serayunews.com/soal-tuntutan-ganti-rugi-rs-pku-muhammadiyah-bobotsari-menyayangkan-penyebaran-video-tanpa-izin/>.
- Amin, Wahyudi. 2021. *Soal Tuntutan Ganti Rugi, RS PKU Muhammadiyah Bobotsari Menyayangkan Penyebaran Video Tanpa Izin*, diakses pada 15 Desember 2021 dari <https://serayunews.com/soal-tuntutan-ganti-rugi-rs-pku-muhammadiyah-bobotsari-menyayangkan-penyebaran-video-tanpa-izin/>.
- Arikunto, S. “ *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*” (Jakarta: Rineka Cipta, 2016).
- Armayanti,Nelly&Dodi Pramana.(2021)
- Bimo Wahyu,(2017).*Peran Public Relation dalam Membangun current Image Rumah Sakit Islam Jakarta Cempaka Putih*.(Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2017), hal 7.
- Cinkwancu Sanggamele, Febi K Kolibu, Franckie R.R. Maramis. (2018). *Analisis Pengelolaan Rekam Medis di Rumah Sakit Umum Pancaran Kasih Manado*, Jurnal KESMAS, Vol 7 No. 4 h 2.
- D.F Kusnanti, Leliana I. (2018). *Efektivitas Program Employee Relations terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT.Adila Dinamika Mulltifinance* .Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika 18, no. 02
- Firsan Nova. (2011). *Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*” (Jakarta: Rajawali Press, ), 45.
- Fullchis Nurtjahjani dan Shinta Maharani Trivena. (2018) *Public Relations: Citra dan Praktek* (Malang: Polinema Press), 11
- Herlangga, Anggi.”*Strategi Public Relations Radio 96.7 Hitz Fm Dalam Membangun Citra Positif*,” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta 2016)
- Kussnanti D.P, Leliana I, “Efektifitas Program Employee Realtion Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT. Adira Dinamika Multifinance,” (Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika, 2018 ),
- Makmun, Armanto. (2018) *Peningkatan Kualitas Rumah Sakit di Makassar*, (Makassar: PT. Nas Media Indonesia). h. 4.
- Muharni, I. (2016). Oleh :*Humas, Strategi Peningkatan, Dalam Pelayanan, Mutu. Dakwah, Fakultas Komunikasi*,.
- Nelly Armayanti. Dodi Pramana, (2021). *Public Relation*” (Medan: Merdeka Kreasi), 7
- Nurtjahjani,Fullchis&Shinta Maharani Trivena. (2018) *Public relation citra dan praktek*,(Malang: Polimena Perss)h.15
- Pakaradena, A., Hafiar, H., & Nugraha, A. R,” *Proses public relations dalam program layar tancap untuk semua oleh SCTV. ProTVF*,” (Universitas

- Padjajaran 2018),  
*Public Relation*, (Medan: Merdeka Kreasi Group), h. 4.
- Putri, A. amana. (2018). *Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan kepada Pasien. Etheses.Iainponorogo.Ac.Id.*, 53(9), 1689–1699
- Ridmargus, wanys, *Strategi Public Relation PT.PLN(Persero) dalam Memperhatikan CitraPerusahaan”*
- Ridmargus, Wanys,”*Strategi Public Relation PT.PLN(Persero) dalam Memperhatikan CitraPerusahaan”*(UINSyarifHidayatullohJakarta2021)<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57532/1/RIDMARGUS%20WANYS-FDK.pdf>.
- Ropingin, El Ishaq “ *Public Relation: Teori dan Praktik*,” ( Malang: Intrans Publising, 2017)
- Rukajat,Ajar. (2018) *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta:CV.Budi Utami)h.2
- Ruslan, Rosady, “ *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*” ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017)
- Sandu Siyoto, and Ali Sodik, “*Dasar-Dasar Metode Penelitian*” (Yogyakarta: Literasi Media Publising, 2015).
- Saputra, Dimas Agus Buana Mulya. (2018) “*Manajemen Public Relations Unit Corporate Communications PT. GMF AeroAsia (Studi pada Tahap Fact Finding dan Planning dalam Pembuatan Majalah Internal PENITY,*” (universitasBrawijaya.),
- Sari,Andhita. (2017) *Dasar-dasar Public Relation Teori dan Praktik*, ( Yogyakarta: CV. budi Utami)h.7
- Sellang Kamaruddin, Jamaludin, Ahmad Mustanir. (2019) *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pembeli*, (Malang: Media Nusa Kreatif ), h.110.
- Selvina, Mariam, Londa. (2017) *Strategi Public Relation dalam Pemulihan Citra Perusahaan*, Jurnal Acta Diurna, Vol 6 No. 1
- Sinta Nuriyanti, Skripsi:*pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien badan penyelenggara jaminan sosial kesehatan di rumah sakit umum daerah kabupaten pangkep*,(Makasar: UMK,2020), Hal 12).
- Siyoto, S. & Sodik, A. 2015, *Dasar Metodologi Penelitian*, Literasi Media Publishing, Yogyakarta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G*, (Bandung:Alfabet)
- Suyono, Haryono. (2020) *Membangun Budaya Baru*,(Surabaya:Airlangga University Perss)
- Tara Nur Azizah Sulistiani, Lina Sinatra Wijaya. (2021) *Strategi Komunikasi Eksternal Public Relation Pemerintah Kota Salatiga di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal PIKMA 4, no. 1: 25-39
- Wahyudin. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi*



*Lapangan. Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 6(1), 1–6.*

Irene, Silviani. (2020) *Public Relation Sebagai Solusi Komunikasi Kritis*, (Surabaya: Soepindomedia Pustaka). H.26  
An-Nahl 90.

Al Imam Abu Zakira Yahya bin Syaraf An-Nawawi Op.Cit/hal 320

Sejarah           RSU           PKU           Muhammadiyah           Purbalingga

<https://rsupkupurbalingga.co.id/?page=sejarah#:~:text=Rumah%20Sakit%20Umum%20Pembina%20Kesehatan,Susanto%2C%20lalu%20pada%20tahun%201999%2D>

Armanto, Makmum (2018) *Peningkatan Kualitas Rumah Sakit di Kota Makasar* (Makasar:Nas Media Indonesia)hal2.

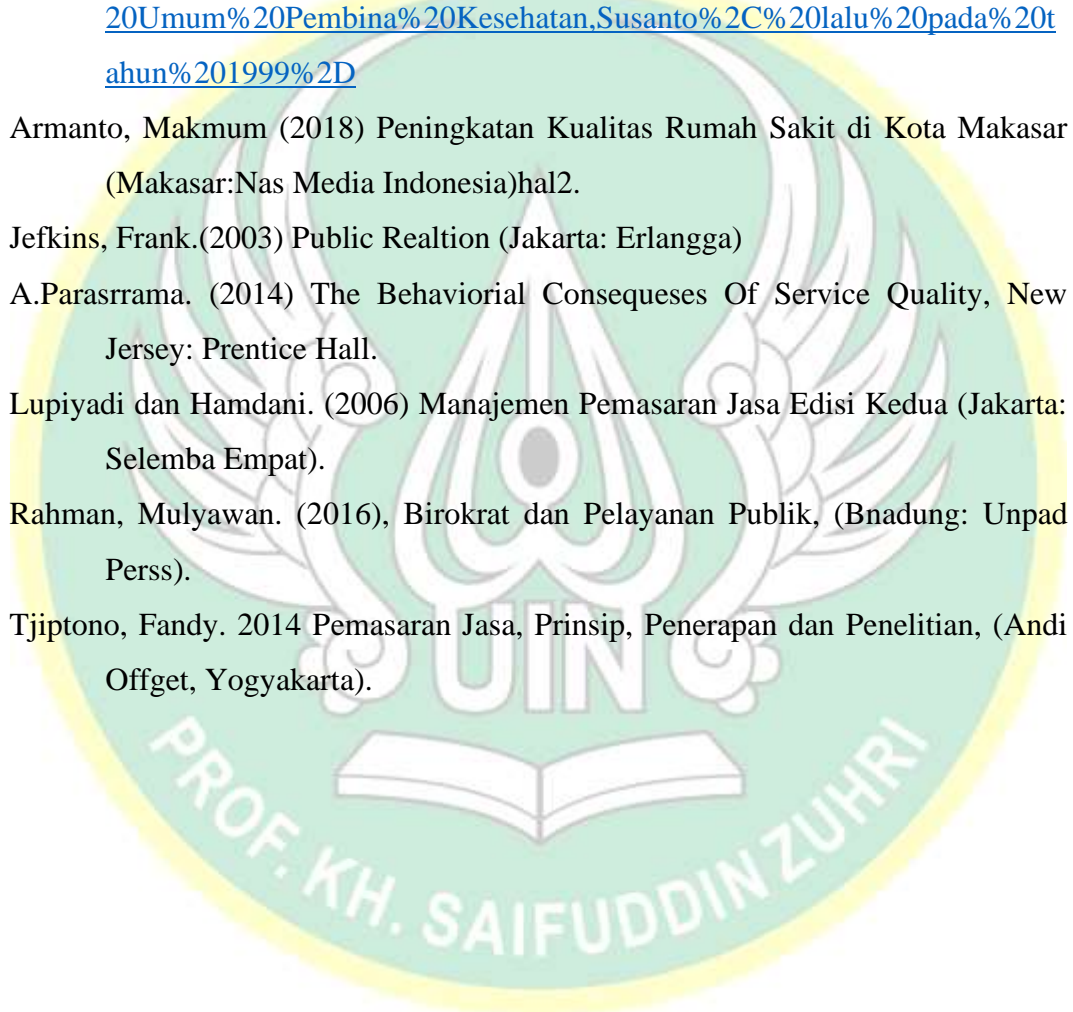
Jefkins, Frank.(2003) *Public Realtion* (Jakarta: Erlangga)

A.Parasrrama. (2014) *The Behaviorial Consequeses Of Service Quality*, New Jersey: Prentice Hall.

Lupiyadi dan Hamdani. (2006) *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua* (Jakarta: Selemba Empat).

Rahman, Mulyawan. (2016), *Birokrat dan Pelayanan Publik*, (Bnadung: Unpad Perss).

Tjiptono, Fandy. 2014 *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Andi Offget, Yogyakarta).



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

##### **A. Identitas Diri**

1. Nama : Dwi Lestari
2. NIM : 2017102066
3. Tempat, tanggal lahir : Purbalingga, 18 September 1999
4. Alamat : Bantarbarang 2/6 Kecamatan Rembang, Kabupaten Purbalingga
5. Nama Ayah : Sarwono Davit Saputro
6. Nama Ibu : Riyanti
7. Email : Lestarisaya123@gmail.com
8. Nomor HP : 081325000285

##### **B. Riwayat Pendidikan**

1. TK Pertiwi Bantarbarang
2. MI Ma'arif NU 01 Bantarbarang
3. MTs Ma'arif NU 03 Rembang
4. SMA Wahidiyah Kediri
5. Status satu Program Studi Kominikasi Penyiaran Islam Fakultas Dekwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

##### **C. Pengalaman Organisasi**

1. Anggota Drum Band MI Ma'arif NU 01 Bantarbarang
2. Anggota Drum Band MTs Ma'arif NU 03 Rembang
3. Anggota Organisasi PRAMUKA SMA Wahidiyah Kediri

## Lampiran 2

**PEDOMAN WAWANCARA**  
**PENELITIAN SKRIPSI DENGAN JUDUL**  
**STRATEGI *PUBLIC RELATION***  
**DALAM MENINGKATKAN *IMAGE* KUALITAS PELAYANAN**  
**KEPADA PASIEN DI RSUD PKU MUHAMMADIYAH**  
**PURBALINGGA**

**Peneliti : Dwi Lestari**

**A. Wawancara dengan Kepala Unit SDI RSUD PKU Muhammadiyah**

1. Bagaimana *public relation* RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga dalam menjalin hubungan baik dengan internal?
2. Bagaimana mengatasi masalah yang terjadi atau mengatasi keluhan pasien?
3. Bagaimana *public relation* RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga dalam menjaloi hubungan yang baik dengan eksternal ?
4. Fasilitas apa saja yang diberikan PKU kepada pasien ?
5. Bagaimana pandangan anda tentang strategi yang dilakukan oleh divisi *public relation* untuk image kualitas di RSUD PKU Muhammadiyah ?
6. Menurut anda adakah hambatan yang terjadi selama divisi *public relation* ini melakukan tugasnya ?
7. Apakah menurut anda yang dilakukan oleh divisi *public relation* ini dalam image kualitas sudah sesuai dengan standar yang ada?

**B. Wawancara Kepala Unit *Public relation*/ Humas**

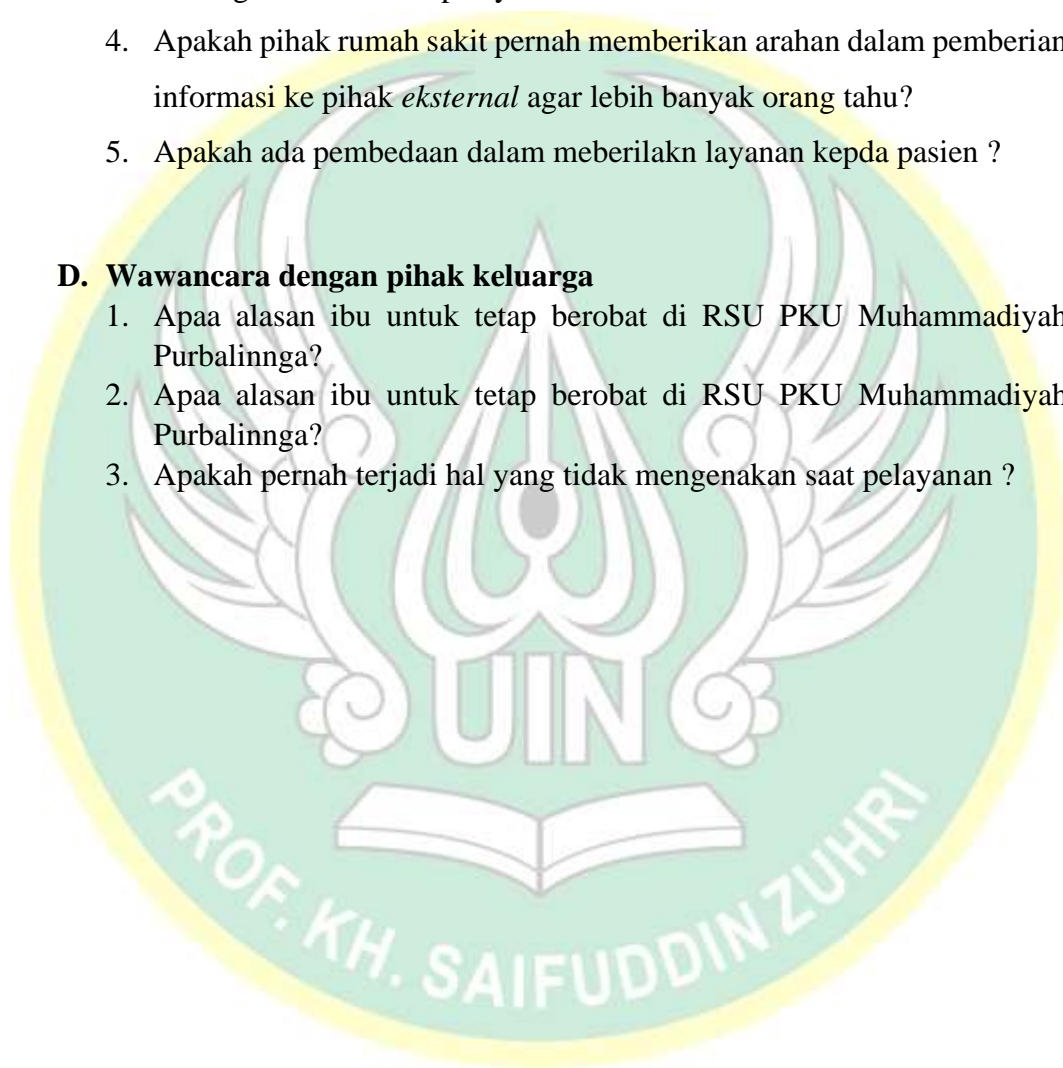
1. Bagaimana startegi *public relation* dalam menjalin hubungan yang baik dari *internal* maupun *eksternal* ?
2. Bagaimana pihak *Public relation* dalam menerima keluhan pasien?
3. Apa saja fasilitas yang dimiliki oleh rumah sakit untuk menunjang kualitas pelayanna kepada pasien ?
4. Apa saja langkah yang dilakukan *publuc relation* dalam meningkatkan image kualitasa pelayanna kepada pasien?
5. Bagaimana pihak *public relation* dalam memberikan arahan kepada perawat dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan ?

**C. Wawancara Bidan Jaga RSUD Muhammadiyah**

1. Bagaimana anda melihat peran perawat dalam meningkatkan citra RSUD Muhammadiyah
2. Apakah pihak *public relation* memberikah arahan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pasien?
3. Apakah ada strategi yang diberikan dari *public relation* ununtuk meningkakan kualitas pelayanan?
4. Apakah pihak rumah sakit pernah memberikan arahan dalam pemberian informasi ke pihak *eksternal* agar lebih banyak orang tahu?
5. Apakah ada pembedaan dalam meberilakn layanan kepda pasien ?

**D. Wawancara dengan pihak keluarga**

1. Apaa alasan ibu untuk tetap berobat di RSUD Muhammadiyah Purbalinnga?
2. Apaa alasan ibu untuk tetap berobat di RSUD Muhammadiyah Purbalinnga?
3. Apakah pernah terjadi hal yang tidak mengenakan saat pelayanan ?





## Lampiran 3

**PEDOMAN OBSERVASI**

**PENELITIAN SKRIPSI DENGAN JUDUL**

**STRATEGI *PUBLIC RELATION***  
**DALAM MENINGKATKAN *IMAGE* KUALITAS PELAYANAN**  
**KEPADA PASIEN DI RSU PKU MUHAMMADIYAH**  
**PURBALINGGA**

**Peneliti: Dwi Lestari**

NO	Aspek yang diamati	Deskripsi hasil Penelitian
1.	Strategi <i>public relation</i> dalam meningkatkan <i>Image</i> kualitas pelayanan kepada pasien di RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga	
2.	Strategi <i>public relation</i> dalam mengatasi masalah yang terjadi	
3.	Hambatan	

## Lampiran 4

### HASIL WAWANCARA

Nama Subjek : Suprpto, S.Kom – Kepala Seksi SDI & AIK  
 Hari, Tanggal Wawancara : Kamis, 19 Oktober 2023  
 Waktu Wawancara : 10.54  
 Tempat Wawancara : RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga

Tabel 2 Hasil Wawancara prapto

NO	Nama	Transkrip	Ide pokok
1.	Peneliti	Bagaimana <i>public relation</i> RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga dalam menjalin hubungan baik dengan internal?	
2.	Prapto	Kalau untuk menjalin hubungan dengan <i>internal</i> kita disini juga adakan kegiatan rutin setiap minggu ke 1 dan ke 3 dengan terbagi menjadi dua organisasi yang ada di PKU yaitu Nasyiatul Aisyiyah dan pemuda, dalam kegiatan ini untuk laki laki dan Perempuan dipisah, kegiatan ini dilakukan untuk memperkuat hubungan antara sesama tenaga karyawan si ya. Hal ini harus diikuti oleh semua karyawan yang ada di rsu pku ya, tanpa terkecuali . sebenarnya ya tujuannya juga bagus to untuk diri sendiri juga, biar lebih menjadi insan yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain	
3.	Peneliti	Bagaimana mengatasi masalah yang terjadi atau mengatasi keluhan pasien?	

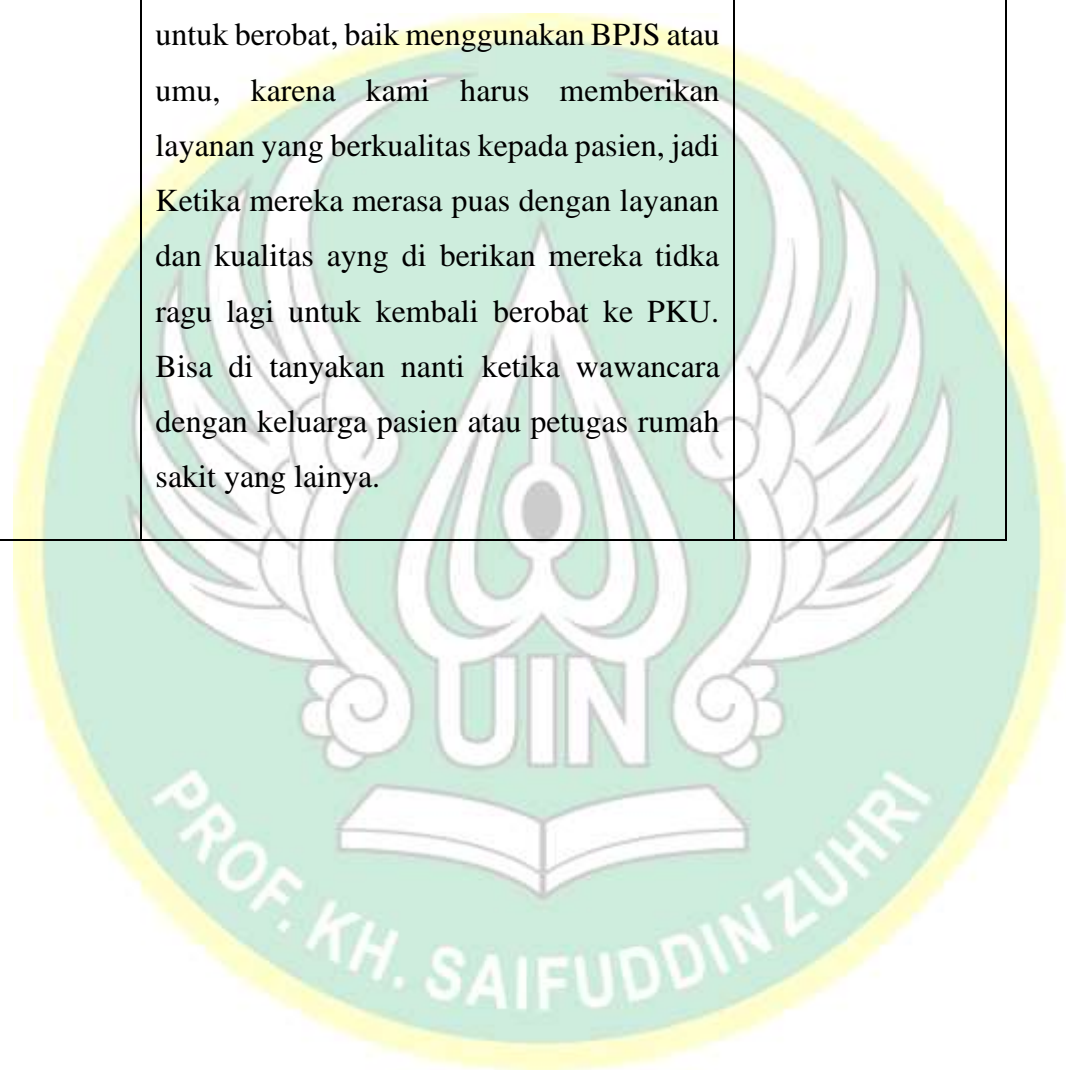
4.	prapto	kalo ada Masalah seperti itu di selesaikan dengan cepat dengan mendatangi korban yang melaporkan, dan menuju kesasaran memberikan penjelasan yang jelas atas kesalah pahamanya.	
5.	peneliti	Bagaimana <i>public relation</i> RSUD Muhammadiyah Purbalingga dalam menjalin hubungan yang baik dengan eksternal ?	
6.	prapto	<i>Event</i> yang biasanya di lakukan oleh RSUD Muhammadiyah seperti berupa sosialisasi kegiatan seperti worshop, seperti penanganan kegaawat daruratan, workshop mdcn juga, <i>smart with leader</i> , masih banyak lagi, dan yaa kita bekerjasama dengan media dan melakukan sosialisasi menggunakan radio misalnya , untuk para pendengan radio tentang layanan RSUD Muhammadiyah	
7.	Peneliti	Fasilitas apa saja yang diberikan RSUD kepada pasien ?	
8.	Prapto	Fasilitas layanan yang di berikan banyak mba seperti layanan ambulan 24 jam gratis buat pasien yang membutuhkan, kita tidak ada meminta biaya apapun, kita juga ada sujug artinya siap njujugna obat buat pasien yang mungkin tidak sempat untuk mengantri obat, maka kita ada layanannyaa. Ada layanan mobile JKN aplikasi buat pendaftaran pasien, adanya layanan <i>home</i>	

		<p><i>care</i> untuk pasien yang tidak bisa datang kerumah sakit langsung.</p> <p>fasilitas ununtuk menampung keluhan pasien, sudah ada beberapa disudut rumah sakit, untuk, untuk sms <i>center</i> biasanya digunakana 24 jam untuk menerima keluhan pasien, dan harus langsung di tanggap</p>	
9	Peneliti	<p>Bagaimana pandangan anda tentang strategi yang dilakukan oleh divisi <i>public relation</i> untuk <i>image</i> kkualtias di RSUD PKU Muhammadiyah ?</p>	
10.	prapto	<p>Kehumasan sudah berjalan dengan baik, bagaimana melakukan komunukasi dengan pihak lain, dengan <i>stake holder</i> yang berkaitan dengan rumah sakit, memiliki kerja sama dengan sekolah, kepolisian dan memiliki heam hending kempel untuk mengatasi permasalahan yang dari internal dan eksternal.</p>	
11.	peneliti	<p>Menurut anda adakah hambatan yang terjadi selama divisi <i>public relation</i> ini melakukan tugasnya ?</p>	



12.	prapto	<p>Hambatan sangat banyak y amba, wong menghadapi berbagai jenis manusia. Hambatan biasanya di komunikasi mba, karena antara komunikasi dengan satu dan yang lainya berbeda, agar tidak salah dalam penyampaianya, media semakin berkembang sehingga seorang humas harus menguasai media di digital juga.</p> <p>Tantangannya paling y amba, seperti harus low profil dari atas ke bawah atau ke semua arah, tapi harus menguasai komunikasi yang bagus, harus memiliki nilai plus, seorang humas sudah mengena di Masyarakat tidak hanya jam kerja aja, kapanpun harus terus bertanggung jawab</p>	
13.	peneliti	<p>Apakah menurut anda yang dilakukan oleh divisi <i>public relation</i> ini dalam <i>image</i> kualitas sudah sesuai dengan standar yang ada?</p>	
14.	Prapto	<p>Sampai saat ini sudah cukup memenuhi standar , bagaimana humas memberikan citra yang baik untuk eksternal, yang terus berjalan dan bagaimana memberikan sosialisasi dan melakukan branding pku, dengan adanya mitra mitra rumah sakit untuk saling bekerja sama agar Masyarakat khususnya pbg bisa terhandel dan terlayani dengan baik</p>	

15.	peneliti	Apak ada diskriminasi terhadap pasien missal menggunakan BPJS atau umum ?	
16.	prapto	Alhamdulillahnya kami selalu mengsetarakan semua pasien yang dating untuk berobat, baik menggunakan BPJS atau umu, karena kami harus memberikan layanan yang berkualitas kepada pasien, jadi Ketika mereka merasa puas dengan layanan dan kualitas ayng di berikan mereka tidka ragu lagi untuk kembali berobat ke PKU. Bisa di tanyakan nanti ketika wawancara dengan keluarga pasien atau petugas rumah sakit yang lainnya.	



### Hasil wawancara

Nama Subjek : Retno Setianingsih (Ka. *Public Relation* dan Marketing RSUPKUM)  
 Hari, Tanggal Wawancara : Kamis, 19 Oktober 2023  
 Waktu Wawancara : 11.46  
 Tempat Wawancara : RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga

No	Nama	Trabskrip	Ide pokok
1.	Peneliti	Assalamualaikum ibu, maaf mengganggu waktunya ?	
2.	Retno	Walaikumnsalam mba, tidak apa apa mba, kebetulan sudah jam jamnya istirahat juga, ada yang bisa saya bantu mba.	
3.	peneliti	Saya dwi lestari mahasiswa uinsaizu purwokerto sedang melakukan penelitian di rumah sakit rsu pku muhammadiyah purbalingga, izin mewawancarai ibu,boleh ?	
4.	Retno	Boleh banget mba, kalo sayaa bisa membantu dengan senang hati.	
5.	Peneliti	Bagaimana startegi <i>public relation</i> dalam menjalin hubungan yang baiuk dari internal maupun eksternal ?	
6.	Retno	Baik dalam membina hubungan yang baik menjadi hal yang sangat penting ya, dan kebetulan karena <i>public relation</i> di RSU PKU Muhammadiyah ini saya masih pegang sediri, sebisa mungkin saya memalsimalkan bagaimana memberikan arahan secara internal dulu kepada para staf yang bekerja di PKU, yang paling menonjol adalah dengan	

		<p>memberikan pelatihan <i>service excellent</i> ini tujuannya adalah agar para staf yang tugas mampu memberikan pelayanan yang baik, seperti bagaimana menerima pasien, bagaimana memberikan arahan dalam berobat, dan lainnya. Kegiatan ini biasanya kami lakukan 2 bulan sekali.</p> <p>Hubungan secara eksternal kita kami selalu belajar dan terus belajar untuk terus mengembangkan RSUD Muhammadiyah ini , banyak hal yang kami lakukan untuk melakukan hubungan baik dengan eksternal, untuk kegiatan eksternal ini memiliki beberapa macam kegiatan yang pertama dalam pendekatan kepada Masyarakat, kita juga sering mengadakan <i>event</i> seputar kegiatan Kesehatan, pihak rumah sakit juga melakukan pendekatan dengan FKTP rujukan pasien puskesmas, dengan kepala desa, perangkat desa, , dengan share ini, kepada karang taruna, Polres, dengan media pers pwi.</p> <p>“kita melakukan Kerja sama , dengan media cetak Radar banyumas dan elektronik tv atau radio RRI , biasanya yang diberitakan momen2 yang penting seperti peresmian RSUD, sosialisai atau yang unik pernikahan pasien di rs, sebentar lagi kita akan bekerja sama dengan mnc peduli.</p> <p><i>Event</i> yang biasanya di lakukan oleh RSUD Muhammadiyah seperti berupa sosialisasi kegiatan seperti workshop, seperti</p>	
--	--	---	--



		<p>penanganan kegaawat daruratan, workshop mdcn juga, smart with leader, masih banyak lagi</p> <p>kita setiap tahunya memberikan layanan gratis dalam rangka milad persyarikatan Muhammadiyah, lokasinya biasanya di desa sekitar RSU PKU Muhammadiyah saja, dan di sini juga adanya menyediakan asuransi layanan BPJS dan Jasa Raharja.</p> <p>kami banyak kok bersosialisasi dengan khalayak, tujuanya agar pku ini dicintai oleh banyak orang dan image kualitasnya bagus, seperti dengan lazismu Purbalingga, jumat berkah yang setiap minggunya ada, ikut andil dalam posko mudik setiap tahunya, alhamdulillahnya setiap lebaran haji kita membagi kurban juga ke beberapa tempa.</p> <p>baru baru ini kita baru aja melakukan Kerjasama dengan pihak BBN ya sekitar bulan agustus kemren ini, beberpa bulan sebelumnya juga dengan pihak Polres Purbalingga, harapanya semoga dengan adanya jalinan Kerjasama ini mampu memberikan dampak positif dan menjalin silaturahmi dengan pihak pihak lainya juga.</p> <p>Biasanya kita itu setiap tahunya si jaga posko Kesehatan mudik lebaran, di sekitar Purbalingga, dan bergantian dengan yang lainya juga.</p>	
--	--	--	--

7.	Peneliti	Bagaimana pihak <i>Public relation</i> dalam menerima keluhan pasien?	
8.	Retno	<p>jadi ketika di media sosial missal ya, di rawat di PKU kok gini ya kok gini ya, hal in ikan mempengaruhi image dari PKU sendiri ya, kita selaku divisi yang harus menjadi garda terdepan untuk PKU langsung telusuri kita ada IT bisa cek telepon, media sosialnya atau sesuatu yang bisa dijadikan jembatan untuk berkomunikasi, <i>public relation</i> harus langsung memberikan respon cepat terhadap keluhan yang masuk, di konfirmasi perihal kejadian, dan langsung di tindak lanjuti untuk melakukan pertemuan untuk negosiasi dengan pelaku agar bisa di selesaikan dengan baik.</p> <p>kami ini selalu menjadi garda terdepan dalam setiap masalah yang dihadapi oleh rumah sakit, seperti masalah yang diberitakan oleh serayu tv benar adanya, alhamdulillah masalah terselesaikan dengan kepala dingin dan semua pihak berlapang dada menerimanya.</p> <p>biasanya masalah masalah si seputar antri dalam pendaftaran atau menunggu dokternya, dan itu bukan dari <i>public relation</i> yang menangani.</p> <p>Bekerjasama dengan pihak rumah sakit, karena misla tempat kita ga ada CT Scan, pengambilan darah, dan pengambilan dahak, masih ada beberapa pemeriksaan yang kami sendiri belum memiliki fasilita-fasilitas</p>	

		tersebut , makanya kita biasanya mencari pihak ketiga agar pasien bisa cepat untuk dilayani.	
9.	Peneliti	Apa saja fasilitas yang dimiliki oleh rumah sakit untuk menunjang kualitas pelayannya kepada pasien ?	
10.	Retno	<p>Fasilitas layanan yang di berikan banyak mba seperti layanan ambulan 24 jam gratis buat pasien yang membutuhkan, kita tidak ada meminta biaya apapun, kita juga ada sujug artinya siap njujugna obat buat pasien yang mungkin tidak sempat untuk mengantri obat, maka kita ada layanannya. Ada layanan mobile JKN aplikasi buat pendaftaran pasien, adanya layanan <i>home care</i> untuk pasien yang tidak bisa datang kerumah sakit langsung.</p> <p>fasilitas ununtuk menampung keluhan pasien, sudah ada beberapa disudut rumah sakit, untuk, untuk sms <i>center</i> biasanya digunakana 24 jam untuk menerima keluhan pasien, dan harus langsung di tanggap.</p> <p>kami ada jam kunjung untuk pasien dan itupun dibatasi, pagi dari jam 11.00 sampai 13.00, sedangkan sore 16.00 sampai 19.00, demi keamanan kita juga memasang CCTV dan pintu masuk keluar berkunjung hanya dari pintu yang telah ditnetukan, jumlah pengunjung yang masuk juga maksimal 3 orang, untuk Kesehatan kita juga melarang anak dibawah 12 tahun untuk memasuki area perawatan rumah sakit.</p>	

11.	Peneliti	Apa saja langkah yang dilakukan <i>public relation</i> dalam meningkatkan <i>image</i> kualitas pelayanan kepada pasien?	
12.	Retno	<p>a. biasanya masalah masalah si seputar antri dalam pendaftaran atau menunggu dokternya, dan itu bukan dari public relation yang menangani.”</p> <p>b. masih ada beberapa pemeriksaan yang kami sendiri belum memiliki fasilitas-fasilitas tersebut , makanya kita biasanya mencari pihak ketiga agar pasien bisa cepat untuk dilayani</p> <p>c. fasilitas unutup menampung keluhan pasien, sudah ada beberapa disudut rumah sakit, untuk , untuk sms center biasanya digunakana 24 jam untuk menerima keluhan pasien, dan harus langsung di tanggapi.”</p> <p>d. Memecahkan masalah : terkait antrian yang Panjang ya, kita sekarang sudah bisa menggunakan aplikasi untuk melakukan pendaftaran onlinenya, jadi bis mendaftar dari hari-hari sebelumnya, dan ini merupakan strategi yang tepat untuk mengatasi hal tersebut.”</p> <p>e. Tindakan : kami mengkomunikasikan terhadap pihak pihak tertentu yang mengambil alih kendalanya, missal</p>	



		<p>terhadap pelayannya kurang baik, kita komunikasikan dengan pelayanan memberikan edukasi untuk memperbaikinya</p> <p>f. Evaluasi : kita selalu mengevaluasi setiap program yang telah terlaksanakan, seperti berapa persen pencapaian dari target yang diinginkan, hal apa yang menjadi kendala, kita selalu memantau perkembangannya sihal ini menjadi laporan akhir tahun yang di pertanggung jawabkan</p>	
13.	Peneliti	<p>Bagaimana pihak <i>public relation</i> dalam memberikan arahan kepada perawat dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan ?</p>	
14.	Retno	<p>Kita biasanya memberikan arahan seputar semua yang bekerja sini harus memiliki jiwa tanggung jawab yang besar, dan harus selalu siap siaga dan cermat, masalah pribadi harus dikesampingkan dulu, kalo sedang kerja harus fokus melayani pasien, kami melayani semua pasien sama rata tidak membedakan yang umum atau bpjs, karena kami tugasnya melayani dengan sepenuh hati berusaha agar pasien tidak menunggu terlalu lama dalam menerima pelayanan oleh dokter. “semua yang bekerja sini harus memiliki jiwa tanggung jawab yang besar, dan harus selalu siap siga dan cermat, masalah pribadi harus</p>	

	<p>dikesampingkan dulu, kalo sedang kerja harus fokus melayani pasien.</p> <p>“kami nggak membedakan, apa lagi diskriminatif kya missal warga Muhammadiyah dan bukan, kami ini rumah sakit yang melayani semua umat yang membutuhkan Kesehatan, paling yang menjadi pembeda itu dari segi fasilitas kamar saja, kan ini tergantung dari pihak keluarga maunya berada dikamar apa begitu”</p>	
--	--	--



### Hasil wawancara

Nama Subjek : Ida ( Bidan jaga pelayanan)  
 Hari, Tanggal Wawancara : Kamis, 19 Oktober 2023  
 Waktu Wawancara : 11.16  
 Tempat Wawancara : RSUD PKU Muhammadiyah Purbalingga

NO	Nama	Transkrip	Ide pokok
1.	Peneliti	Bagaimana anda melihat peran perawat dalam meningkatkan citra RSUD PKU Muhammadiyah	
2.	Ida	Peran yang luar bisa selama bekerja di rumah sakit dalam meningkatkan pelayannya harus siap mengesampingkan kepentingan pribadi demi pelayanan	
3.	Peneliti	Apakah pihak <i>public relation</i> memberikah arahan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pasien?	
4.	Ida	Sering, sudah beberapa kali mengadakan IHT Sersis ekselen, seperti mencontohkan bagaimana memberikan pelayanan yang baik kepada pasien, biasanya setiap sebulan sekali.  sering sekali pihak humas memberikan arahan kepda kita yaa, sering mengadakan seperti IHT <i>servive excellent</i> , seperti mencontohkan dan memperagakan bagaimana melayani pasien, mulai dari	

		pintu depan sampai dengan pelayanan, bagaimana <i>handling complen</i> , hal ini di lakukan biasanya 2 bulan sekali	
5.	Peneliti	Apakah ada strategi yang diberikan dari public relation ununtuk meningkatkan kualitas pelayanan?	
6.	Ida	Saranya sii yaa lbih banyak menjalin hubungan dengan pihak luar si yaa mba, kya kadang ada aja yang membuat kurang kondusif karena kurangnya komunikasi si y amba .	
7.	Peneliti	Apakah pihak rumah sakit pernah memberikan arahan dalam pemberian informasi ke pihak eksternal agar lebih banyak orang tahu, biasanya kita itu setiap tahunnya si jaga posko kesehatan mudik lebaran, di sekitar Purbalingga, dan bergantian dengan yang lainnya juga	
8.	Ida	Ada mba, kya layanan yang ada di rumah sakit selalu di buat oleh humas dna marketing untuk memposting di beberapa media seperti wa, ig dan lainnya, adanya dampak dari hal tersebut membantu seklai dalam meningkatkan lo mba	
9.	Peneliti	Apakah ada pembedaan dalam meberilakn layanan kepada pasien ?	



10.	Ida	kami melayani semua pasien sama rata tidak membedakan yang umum atau bpjs, karena kami tugasnya melayani dengan sepenuh hati berusaha agar pasien tidak menunggu terlalu lama dalam menerima pelayanan oleh dokter	
11.	peneliti	Ikut andil apakah anda dalam proses berbaur bersama Masyarakat atau instansi di sekitar purbalingga ?	
12.	Ida	Ya kami itu ada yang namanya jaga posko lebaran, itu di jadwal mba bergantian sam petugas dan rumah sakit yang lain, ini menjadi salah satu cara yang efektif yang dilakukan oleh PKU untuk membaur bersama Masyarakat, agar rumah sakit menjadi lebih banyak di kenal oleh Masyarakat Purbalingga.	

### Hasil wawancara

Nama Subjek : Yuliati (keluarga dari pasien)  
 Hari, Tanggal Wawancara : Kamis, 19 Oktober 2023  
 Waktu Wawancara : 11.00  
 Tempat Wawancara : RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga

NO	Nama	Transkrip	Ide pokok
1.	Peneliti	Assalamualaikum ibu, maaf mengganggu waktunya saya Dwi Lestari, sedang melakukan penelitian di RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga. izin untuk mewawancarai seputar kualitas pelayanna yang ibu rasakan boleh ?	
2.	Yuliati	Wasalaikumsalam, tidak apa apa mba. Pertanyaanya jangan yang suah ya mba hehehe.	
3.	Peneliti	Tidak ibu , seputar pelayanan saja , baik ibu izin bertanya sudah berapa kali keluarga ibu berobat di RSU PKU Muhammadiyah Purbalingga?	
4.	Yuliati	Saya sudah cukup sering mba, soalnya lebih deket dari rumah juga jadi kalo ada apa2 langsung kesini si.	
5.	Peneliti	Apaa alasan ibu untuk tetap berobat di RSU PKU Muhammadiyah Purbalinnga?	
6.	Yuliati	Ya karena lebih dekat dengan rumah juag si mba, sama pelayanan yang diberikan baik membuat saya nyaman	

		<p>kalo berobat disini, dengan pelayanan juga sat set ga yang menunggu terlalu lama.</p> <p>Dan saat melakukan penanganan tidak membeda bedakan yang umum atau pake bpjs, perawat pada ramah sekali.</p>	
7.	Peneliti	<p>Apaa alasan ibu untuk tetap berobat di RSUD PKU Muhammadiyah Purbalinnga?</p>	
8.	Yuliati	<p>kayaknya enggak lah ya, sama aja enggak ada diskriminasi dalam hal pelayanan si ya</p>	
9.	Peneliti	<p>Apakah pernah terjadi hal yang tidak mengenakan saat pelayannya ?</p>	
10	Yuliati	<p>Alahamdulillah tidak ada dan pelayanan semuanya memuaskan .</p>	

Lampiran 5

DOKUMENTASI



Gambar 1 wawancara Suprpto





**Gambar 2 Wawancara Retno**



**Gambar 3 Wawancara Retno**



**Gambar 4 Wawancara Ida**



**Gambar 5 Wawancara Yuliati**



**Gambar 6 Wawancara Yuliati**