

Strategi Humas dalam Peningkatan Mutu Pelayanan RS. Islam Siti Khadijah Palembang

Intan Muharni

Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Email: intanmuharni@radenfatah.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan strategi humas di RS. Islam Siti Khadijah Palembang. Dipilihnya RS. Islam Siti Khadijah, karena instansi ini merupakan rumah sakit dengan akreditasi paripurna dan sudah bertaraf nasional. Maka dari itu, skripsi yang dibuat oleh penulis dengan judul “Strategi Humas Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Di RS. Islam Siti Khadijah Palembang” ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi humas dalam peningkatan mutu pelayanan. Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup suatu instansi. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh terabaikan. Suatu pelayanan dikatakan baik oleh pasien, ditentukan oleh kenyataan apakah jasa yang diberikan bisa memenuhi kebutuhan pasien. Kepuasan dimulai dari penerimaan terhadap pasien dari pertama kali datang, sampai pasien meninggalkan rumah sakit. Humas merupakan manajemen yang unik, membantu dan memelihara jalur komunikasi. Menciptakan sebuah standar pelayanan merupakan kinerja humas. Maka jelas bahwa objek penelitiannya adalah pelaksanaan kinerja humas di RS. Islam Siti Khadijah Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara kepada pihak humas, dokumentasi kegiatan, dan observasi. Analisis data menggunakan analisis data kualitatif, yaitu menggambarkan jelas dan lengkap. Berdasarkan indikator- indikator penilaian yang ada, maka, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas di RS. Islam Siti Khadijah secara keseluruhan sudah sesuai dengan teori humas.

Kata Kunci: Strategi, Humas, Peningkatan, Mutu, Pelayanan

Di zaman globalisasi ini, masyarakat dihadapkan dengan berbagai macam fasilitas yang ada di instansi. Sehingga banyak sekali instansi-instansi yang bersaing untuk menarik perhatian masyarakat agar menyukai fasilitas-fasilitas yang ada di instansi. Berbagai macam kemudahan bahkan terobosan baru yang di rancang oleh pihak instansi agar instansi tersebut menjadi instansi terbaik dimata masyarakat.

Salah satu cara yang dilakukan oleh instansi agar menjadi instansi terbaik adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan. Ketika masyarakat mendatangi suatu perusahaan, hal pertama yang mereka lihat adalah standar pelayanan yang terdapat di suatu instansi. Oleh karena itu, pelayanan janganlah dianggap tidak penting karena etalase dari suatu instansi ialah mutu pelayanan di instansi itu sendiri.

RS. Islam Siti Khadijah sebagai Rumah Sakit Kelas B yang mengusung Motto “Bekerja Sebagai Ibadah, Ridho Dalam Pelayanan”, berusaha mencapai visi dan misi yang kami emban demi tercapainya mutu pelayanan prima, professional dan Islam.

Suatu pelayanan dikatakan baik oleh pasien, ditentukan oleh kenyataan apakah jasa yang diberikan bisa memenuhi kebutuhan pasien, ditentukan oleh kenyataan apakah jasa yang diberikan bisa memenuhi kebutuhan pasien, dengan menggunakan persepsi pasien tentang pelayanan yang diterima (memuaskan atau mengecewakan, juga termasuk lamanya waktu pelayanan). Kepuasan dimulai dari penerimaan terhadap pasien dari pertama kali datang, sampai pasien meninggalkan rumah sakit.

Humas itu sendiri yaitu berfungsi sebagai manajemen yang unik, yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerjasama antara organisasi dan publiknya, melibatkan manajemen dan isu, membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini publik, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi untuk alat utamanya [1]. Humas juga disebut sebagai manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya [2].

Standar pelayanan di RS. Islam Siti Khadijah sudah bagus dan prima. Karyawan/ti selalu menerapkan 3S (Senyum, Salam, Sapa). Pelayanan RS. Islam Siti Khadijah juga tidak seperti rumah sakit pada umumnya. Hal ini dikarenakan RS. Islam Siti Khadijah telah menjadi rumah sakit yang berakreditasi paripurna, dan telah terakreditasi versi 2012. Rumah sakit ini termasuk besar. Rumah sakit ini tersedia 193 tempat tidur inap, lebih banyak dibanding setiap rumah sakit di Sumatera Selatan yang tersedia rata-rata 70 tempat tidur inap. Dengan 97 dokter, rumah sakit ini tersedia lebih banyak dibanding rata-rata rumah sakit di Sumatera Selatan. Pelayanan inap termasuk kelas tinggi 20 dan 193 tempat tidur di rumah sakit ini berkelas VIP keatas. Fasilitas yang ada di rumah sakit ini mayoritas kamar kelas III. Dari 193 tempat tidur inap di rumah sakit ini, 94 termasuk di kamar kelas III. Rumah sakit ini tersedia tersedia tempat tidur di semua kelas kamar, dari kelas I sampai kelas VVIP.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Kualitatif adalah penelitian yang bersifat penjelasan atau informasi yang diperoleh baik dari literatur yang berkaitan maupun objek penelitian. Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: wawancara (*interview*), pengamatan (*observasi*), dan dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan dari proses penelitian dan selanjutnya akan dianalisis dengan metode analisis deskriptif kualitatif.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Strategi humas yang *smart* bisa menjadi perangkat ampuh bagi suatu instansi untuk menghadapi krisis. Sebab pada dasarnya yang dihadapi setiap instansi yang tengah

dilanda krisis adalah persoalan bagaimana meraih dukungan dan pemahaman masyarakat yang notabene adalah konsumen mereka. Ini semua tidak bisa diraih dengan memasang iklan *full color* di koran satu halaman penuh, atau dengan *blocking time* program di televisi.

Strategi humas dalam peningkatan mutu pelayanan RS. Islam Siti Khadijah ada bermacam-macam, seperti mengadakan pertemuan, promosi kesehatan, dan sosialisasi bpjs. Peneliti menggunakan teori *Shel Holtz* dalam menentukan strategi. Adapun pendekatan-pendekatan yang harus dilakukan dalam teori *Shel Holtz* adalah sebagai berikut:

- a. Mengadakan pertemuan antar pihak manajemen

Pertemuan antar pihak manajemen adalah pertemuan yang dilakukan oleh semua unit/instalasi (termasuk unit/instalasi humas) untuk membahas kegiatan-kegiatan di RS. Islam Siti Khadijah.



Gambar 1 Pertemuan antar pihak manajemen

Sumber: *Tabloid RS. Islam Siti Khadijah*

Pertemuan antar pihak manajemen yang dilakukan oleh RS. Islam Siti Khadijah untuk membahas mengenai jasa dokter untuk pasien bpjs dan promosi rumah sakit. Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu staff humas di RS. Islam Siti Khadijah Palembang, yaitu: “Humas, Marketing dan MoU melakukan pertemuan secara rutin. Topik yang kami bahas mengenai marketing, BPJS dan promosi rumah sakit. Selain itu kami membahas tentang kepuasan pasien”.

Maka promosi merupakan wadah yang efektif untuk menginformasikan adanya layanan kesehatan yang ada di rumah sakit tersebut kepada masyarakat. Serta menghadapi persaingan di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2015, rumah sakit diharapkan dapat melakukan inovasi dengan menampilkan ikon terbaik yang dimiliki, baik itu dari segi pelayanan kesehatan maupun standarisasi. Dengan adanya inovasi dan kreasi yang ditampilkan, maka rumah sakit dapat berkompetisi mengingat persaingan di bidang layanan kesehatan akan semakin meningkat di era MEA 2015.

Karena begitu pentingnya rumah sakit berpromosi, Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI) membuat buku pedoman Etika Promosi Rumah Sakit yang telah disetujui pada Rapat Kerja Nasional Majelis Kode Etik Rumah Sakit Indonesia (MAKERSI) di Semarang tanggal 23 Juli 2005. Yang mana isi dari buku pedoman tersebut diantaranya adalah:

- 1) Berisi pengertian bahwasanya rumah sakit tidak perlu merasa tabu untuk berpromosi, bahkan rumah sakit perlu membentuk yang namanya Hospital

Marketing, yakni dengan cara menyebarluaskan informasi tentang jasa pelayanan yang ada di rumah sakit, sehingga masyarakat dapat memahami pelayanan dan apa saja yang di dapatkannya.

- 2) Promosi diperkuat dengan adanya dasar hukum, seperti UU No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, KODERSI 2001 Bab IV, Pasal 23 dan Keputusan Raker MAKERSI pada tanggal 23 Juli 2005 di Semarang, Etika Pariwara Indonesia yang disusun oleh Dewan Periklanan Indonesia, September 2007. Permenkes No.1787/Menkes/Per/XII/2010 “Tentang iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan” dan terakhir Pedoman Etika Promosi Rumah Sakit, PERSI tahun 2011
- 3) Promosi haruslah memiliki azas yang jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku. Promosi juga tidak bertujuan menyinggung perasaan dan merendahkan martabat Negara, agama, tata susila, adat, budaya, suku dan golongan, karena itu promosi harus didasarkan dengan rasa tanggung jawab dan persaingan yang sehat. Seperti layanan yang ditawarkan haruslah profesional dan bermutu, tarif layanan yang ditawarkan haruslah wajar dan dapat dipertanggungjawabkan serta rasa aman dan nyaman bagi pengguna jasa.
- 4) Pihak penyelenggara promosi rumah sakit, bisa dilakukan oleh rumah sakit sendiri, pihak periklanan atau promosi dan pihak- pihak lain yang dapat menyampaikan informasi dalam bentuk wawancara oleh media cetak yang dapat memberikan penjelasan dan edukasi secara jelas dan berpengalaman.

Etika berpromosi dapat selalu berubah dan berkembang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, oleh karena itu promosi rumah sakit harus disesuaikan dengan kebutuhan jasa layanan.

Jasa dokter adalah jenis pelayanan yang diberikan untuk memenuhi kesehatan masyarakat. Jasa dokter bagi para dokter RS. Islam Siti Khadijah Palembang harus disosialisasikan dengan benar dan transparan agar masyarakat mengetahui mengenai sosialisasi jasa dokter, terlebih masyarakat yang mengikuti program BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial).

Kepuasan pasien dalam menjalani perawatan kesehatan adalah tujuan dari setiap rumah sakit tak terkecuali RS. Islam Siti Khadijah Palembang. Untuk itu seluruh karyawan-karyawati mendapat pelatihan rutin yang dilakukan secara bergilir untuk setiap unit. *Service Excellence* atau pelayanan prima tak bisa dilakukan oleh perorangan saja, tetapi lebih pada bentuk kerjasama.

Untuk itu pelatihan *service excellence* ini akan terus diberikan, seperti pada pelatihan *service excellence* kali ini yang diikuti oleh Tim Perawat dan Farmasi, yang diberikan adalah materi bagaimana cara mengidentifikasi pasien dengan benar, tujuannya untuk mengurangi atau mengantisipasi kejadian yang tidak diharapkan. Sehingga terciptanya budaya keselamatan pasien di Rumah Sakit Islam Siti Khadijah. Seluruh petugas di rumah sakit seperti dokter, perawat, petugas Farmasi, petugas Radiologi, Administrasi dan lainnya bertanggung jawab melakukan

identifikasi pasien dengan benar. Untuk itu dibutuhkan komunikasi yang efektif dengan cara memberikan informasi yang jelas dan benar begitu juga sebaliknya bagi petugas yang menerima informasi. Hal ini meminimalisir kemungkinan buruk yang terjadi saat perawatan pasien [3].

Humas, Marketing, dan MoU juga mempunyai tugas sebagai marketing humas. Peran marketing humas dalam upaya mencapai tujuan organisasi, secara garis besarnya yaitu:

- 1) Menumbuhkembangkan kesadaran konsumen terhadap produk yang diluncurkan
- 2) Membangun kepercayaan konsumen terhadap citra perusahaan atau manfaat (*benefict*) atas produk yang ditawarkan/digunakan.
- 3) Mendorong antusiasme melalui suatu artikel sponsor (advertorial) tentang kegunaan dan manfaat suatu produk
- 4) Menekan biaya promosi biaya komersil, baik di media elektronik maupun media cetak dan sebagainya demi tercapainya efisiensi biaya
- 5) Komitmen untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen, termasuk biaya mengatasi keluhan-keluhan dan lain sebagainya demi tercapainya kepuasan pihak pelanggan.
- 6) Membantu dalam mengkampanyekan produk-produk baru sekaligus merencanakan perubahan posisi produk yang lama.
- 7) Mengkomunikasikan terus-menerus melalui media humas tentang aktivitas dan program kerja yang berkaitan dengan kepedulian sosial, agar tercapai publikasi yang positif dimata masyarakat/publik.
- 8) Membina dan mempertahankan citra perusahaan atau produk barang dan jasa, baik dari segi kuantitas maupun kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.
- 9) Berupaya secara proaktif dalam menghadapi suatu kejadian negatif yang mungkin akan muncul dimasa mendatang.” [4]

Dari beberapa peran marketing humas dalam upaya mencapai tujuan organisasi, yang terdapat pada poin h, cukup mendapat perhatian khusus. Hal ini ditandai dengan adanya upaya instansi atau pihak rumah sakit dalam peningkatan mutu pelayanan. Dalam peningkatan mutu pelayanan, RS. Islam Siti Khadijah Palembang dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan pelayanan prima (*service excellent*) untuk memenuhi harapan seluruh masyarakat pengguna jasa kesehatan rumah sakit. Untuk itu diperlukan kesiapan rumah sakit. Dalam peningkatan mutu pelayanan juga harus mempersiapkan sistem pelayanan yang sesuai dengan prosedur standar pelayanan rumah sakit, yang dilakukan melalui akreditasi rumah sakit oleh KARS (Komisi Akreditasi Rumah Sakit).



Gambar 2. Spanduk Akreditasi Rumah Sakit Siti Khadijah

- a. Mengadakan *open house* untuk menginformasikan program program perusahaan

Open House merupakan suatu metode mempersilahkan masyarakat yang berminat untuk meninjau serta mengobservasi kegiatan dan hasil kerja yang diadakan pada waktu yang telah terjadwal. *Open house* yang dilakukan oleh RS. Islam Siti Khadijah Palembang untuk menginformasikan program-program kepada pemerintah kota, atau instansi lain yang terkait dengan peningkatan mutu rumah sakit. *Open House* yang dilakukan oleh RS. Islam Siti Khadijah seperti kunjungan.



Gambar 3. Kunjungan H. Alex Noerdin
Ke RS. Islam Siti Khadijah Palembang
Sumber: Tabloid RS. Islam Siti Khadja Palembang

Dalam rangka mewujudkan program kesehatan, untuk itu STIK Siti Khadijah menggelar acara bakti sosial di Panti Sosial di Bina Daksa Budi Perkasa Palembang.



Gambar 4. Bakti Sosial di Panti Sosial Bina Daksa Palembang

Dok: *Tabloid RS. Islam Siti Khadijah Palembang*

Gambar 5. Kegiatan Bakti Sosial

Sumber: *Tabloid RS. Islam Siti Khadijah Palembang*

“Tujuan kita melakukan kegiatan ini adalah merealisasikan ilmu yang kita dapat di bangku kuliah kepada masyarakat, serta meningkatkan keterampilan dan mempromosikan kampus kita kepada masyarakat.” [5]

- b. Mengirim *Press Release* tentang investasi perusahaan sebagai informasi komunitas (lokal) dan dampaknya terhadap sosial ekonomi mereka

Press Release (siaran pers) adalah salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh unit/instalasi humas RS. Islam Siti Khadijah untuk menyebarkan berita/informasi. *Press Release* yang dilakukan oleh RS. Islam Siti Khadijah ketika terdapat suatu kasus yang menimpa RS. Islam Siti Khadijah. Sebagaimana hasil wawancara kepada salah satu staff humas di RS. Islam Siti Khadijah Palembang, yaitu: “Bagian Humas, Marketing, dan MoU bekerjasama dengan Koran Sripo dan Sumeks untuk mengirimkan *Press Release*, bila terdapat kasus yang perlu kami klarifikasi saja, tidak untuk investasi Rumah Sakit”.

- c. Membuat *website* (situs web) perusahaan untuk membentuk citra positif di mata publiknya

Website RS. Islam Siti Khadijah merupakan situs web rumah sakit untuk mengetahui informasi mengenai jenis pelayanan dan fasilitas. Sebagaimana hasil wawancara kepada salah satu staff humas di RS. Islam Siti Khadijah Palembang, yaitu: “Situs Website Rumah Sakit kami yaitu www.rsi-sitikhadijah.com. Fungsinya sebagai informasi kepada masyarakat mengenai jenis pelayanan dan fasilitas yang ada dirumah sakit, agar masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi”. [6]

Website digunakan untuk mempublikasi berbagai informasi tentang organisasi kepada publik, baik itu profil berita, *press release*, dan informasi lainnya agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk pengunjung.



Gambar 10 Website Resmi RS. Islam Siti Khadijah Palembang

Sumber: www.rsi-sitikhadijah.com

Selain itu, masyarakat juga bisa mengirimkan kritik dan saran melalui *e-mail* RS. Islam Siti Khadijah Palembang yaitu rsitikhadijah_plg@yahoo.co.id.

d. Berpartisipasi dalam kelompok diskusi tertentu dan membicarakan tentang BPJS Kesehatan

Berpartisipasi dalam kelompok diskusi tertentu adalah ikut serta atau bergabung dengan kelompok diskusi untuk membicarakan tentang BPJS Kesehatan. Kegiatan ini dilakukan untuk mengoptimalkan hubungan kemitraan dengan *stakeholder* terkait. Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu staff humas RS. Islam Siti Khadijah Palembang, yaitu: “Humas, Marketing, dan MOU mengadakan kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan hubungan kemitraan dan kepercayaan antara BPJS Kesehatan dan *stakeholder* terkait.” [6]



Gambar 11 Forum diskusi bersama beberapa *Stakeholder* Rumah Sakit

Sumber: www.rsi-sitikhadijah.com

Berdasarkan teori diatas maka unit/instalasi humas di RS. Islam Siti Khadijah menggunakan pendekatan *Shel Holtz* dalam peningkatan mutu pelayanan. Pendekatan yang dilakukan oleh unit/Instalasi Humas RS. Islam Siti

Khadijah cenderung melakukan pertemuan, agar mendapatkan solusi terbaik (*win-win solution*) dari pertemuan tersebut.

Kesimpulan

Strategi humas yang digunakan humas RS. Islam Siti Khadijah dalam peningkatan mutu pelayanan sudah sesuai dengan strategi *PR on the net*, yaitu: mengadakan *open house* untuk menginformasikan program-program perusahaan seperti kunjungan dan bakti sosial, mengirim *press release* ke Koran Sumeks dan Sripo jika terdapat kasus, membuat *website* (situs web) perusahaan untuk membentuk citra positif di mata publiknya. Tantangan humas dalam peningkatan mutu pelayanan yaitu *softskill/word of mouth* (kemampuan berkomunikasi) dan tingkat pendidikan, kelas sosial, demografi dari khalayak yang berbeda-beda. Hambatan humas dalam peningkatan mutu pelayanan yaitu masih kurangnya RS. Islam Siti Khadijah menempatkan unit/instalasi humas dan kurangnya pengenalan media massa kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- [1] R. F. Harlow, "Building a public relations definition," *Public relations review* 2, vol. 4, pp. 34-42, 1976.
- [2] J. Grunig and T. Hunt, *Managing Public Relations* CL, California: Holt, Rinehart and Winston, 1984.
- [3] T. Penyusun, "Tabloid RS. Islam Siti Khadijah Palembang," RS. Islam Siti Khadijah Palembang), Palembang, 2016.
- [4] R. Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, Edisi Revisi. Jakarta, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- [5] Arif, Interviewee, *Bakti Sosial*. [Interview]. 2016.
- [6] Rosmini, Interviewee, *BPJS Kesehatan*. [Interview]. 2016.