

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perusahaan maupun instansi-instansi semakin berorientasi pada pelanggan dan perubahan berskala besar. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diwujudkan, oleh karena itu banyak instansi-instansi semakin berorientasi pada hal tersebut dan melakukan perubahan untuk dapat mempertahankan pelanggan dan menjadikannya sebagai *Customer Base*. Perubahan besar akan selalu berkaitan dengan penentuan strategi. Salah satu strategi yang dapat di tempuh ialah dengan membentuk sumber daya manusia yang mampu bekerja secara bersama-sama, sehingga dapat membentuk suatu kelompok kerja yang solid dan memiliki etos kerja yang tinggi, sehingga akan membentuk sikap perilaku individu sesuai dengan visi dan misi perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Menurut Frank Jefkins<sup>1</sup>, humas merupakan semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 2003:10). Dengan demikian, humas merupakan bentuk komunikasi untuk menciptakan pengertian publik, terhadap individu atau organisasi, dengan tujuan untuk memperoleh dukungan publik atas seluruh aktivitas atau kegiatan yang dilakukan individu atau organisasi tersebut. Makin baik hubungan antara perusahaan dengan publiknya, maka selayaknya makin baik pula citra perusahaan.

Keberadaan Humas dalam sebuah instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara instansi dengan publiknya. Peranan Humas bagi sebuah rumah sakit sangatlah penting dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Selain sebagai ujung tombak dalam program atau kegiatan yang dilakukan rumah sakit, baik itu kegiatan yang bersifat institusional maupun kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan yang mampu mendekatkan hubungan

---

<sup>1</sup> Jefkins, Frank & Daniel Yadin, *Public Relations*. (Jakarta: PT. Erlangga, 2003), 10

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik antara rumah sakit dengan publiknya. Selain itu humas rumah sakit juga berperan penting dalam penjelasan terkait dengan kejadian-kejadian luar yang dialami rumah sakit bersangkutan.

Humas adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau mungkin adanya hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum antara mereka, untuk mengkorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas mencapai kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.<sup>2</sup>

Menurut Onong,<sup>3</sup> humas bertindak sebagai komunikator dalam kegiatan komunikasi pada organisasi lembaga atau perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*two way traffic reciprocal komunikasi*).

Persaingan dan perubahan yang begitu cepat terjadi saat ini menuntut upaya-upaya terobosan instansi secara proaktif mengkonsolidasikan diri dalam rangka penguatan keunggulan bersaing. Untuk dapat unggul bersaing dan tetap bertahan, maka instansi atau perusahaan harus adaptif dan lebih fleksibel. Hal ini seringkali menuntut instansi untuk melakukan perubahan dalam instansi itu sendiri. Perubahan tidak akan berjalan baik apabila tidak adanya niat baik dari orang-orang yang ada dalam organisasi, baik itu pada tingkat pimpinan maupun para karyawan.

Disinilah peran humas sangat diperlukan untuk menciptakan *image* maupun identitas perusahaan yang positif, karena humas merupakan salah satu bagian terpenting dalam suatu manajemen perusahaan, merupakan suatu unit yang bertanggung jawab dalam upaya pengelolaan yang menyangkut aspek-aspek hubungan *eksternal* maupun *internal* perusahaan. Hal ini dikarenakan humas memiliki fungsi dan peran untuk menyelenggarakan komunikasi dua arah

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat, Suatu Study Komunikologis*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya), 21

<sup>3</sup> *Ibid*, 24

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

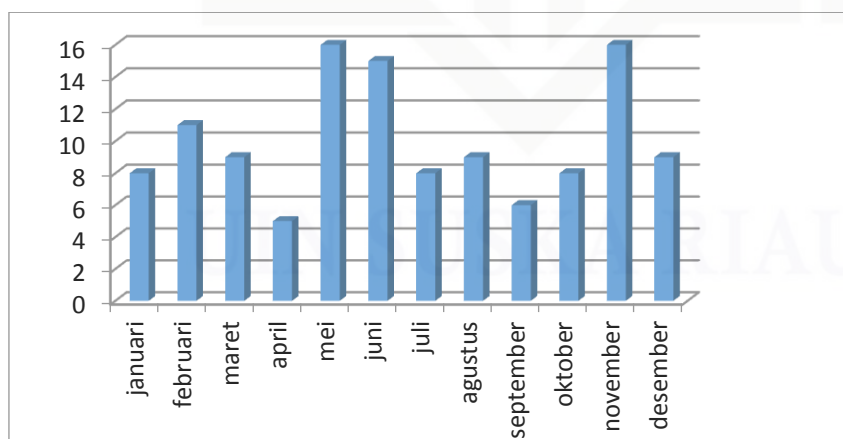
secara timbal balik antar perusahaan dan publiknya. Artinya peran humas turut menentukan sukses tidaknya visi, misi, dan tujuan bersama dari perusahaan tersebut.<sup>4</sup>

Publik *ekternal* Rumah Sakit Jiwa Tampan Pekanbaru adalah pelanggan (*customer*). Melakukan hubungan dengan *customer* bisa dilakukan dengan kegiatan *customer relation* dari organisasi atau perusahaan kepada *customer*. Kegiatan ini dilakukan untuk meminimalisir terjadinya keluhan pelanggan terhadap perusahaan.

Rumah Sakit Jiwa Tampan Provinsi Riau beroperasi tanggal 5 Juli 1984, sejak tahun 2002 Rumah Sakit Jiwa Tampan ditetapkan sebagai Rumah Sakit Tampan daerah tipe A. Di bawah pemerintah daerah Provinsi Riau nomor 18 tahun 2002 tanggal 10 Desember 2002

Sebagai instansi yang bergerak di bidang jasa kesehatan masyarakat, tentu ada keluhan yang berkaitan dengan pelayanan jasa yang diberikan instansi. Hal ini dapat dilihat secara sepintas isu yang berkembang di masyarakat masih ditemukan adanya keluhan dari masyarakat terhadap pelayanan Rumah Sakit Jiwa Tampan Pekanbaru, berikut grafik keluhan pelanggan Rumah Sakit Jiwa Tampan.

**Grafik 1.1 Keluhan Pelanggan 2016**



Sumber : Dokumentasi Keluhan Pelanggan RSJ Tampan 2016

<sup>4</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 186

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam menjalankan tugasnya tersebut, humas membutuhkan strategi sebagai pedoman operasional maupun teknis. Strategi komunikasi meliputi hal dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang efektif. Perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang efektif akan menghasilkan komunikasi yang baik. Namun, akan muncul permasalahan jika organisasi tidak dapat mengimplementasi ketiga tahapan tersebut (perencanaan, pelaksanaan, evaluasi) kedalam unsur komunikasi (sumber, pesan, saluran atau media, penerima dan efek). Informasi yang disampaikan sebagai umpan balik (*feedback*) atas respon negatif pelanggan akan tidak terorganisir dengan baik jika tidak dilakukan penanganan yang efektif. Organisasi akan terancam kehilangan pelanggan dan calon konsumen baru.<sup>5</sup>

Penanganan keluhan pelanggan adalah salah satu contoh komunikasi antara organisasi bisnis dan pelanggan, baik itu kritik, masukan, saran atau keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Organisasi bisnis dituntut untuk memberikan jawaban atas keluhan pelanggan baik secara tertulis maupun secara langsung menghubungi pelanggan. Hal tersebut guna menanggulangi kesalahpahaman (*missunderstanding*) dalam penerimaan informasi yang akan berdampak pada ketidaknyamanan diantara kedua belah pihak.

Pasien dan keluarga dapat menyampaikan keluhan tentang pelayanan kesehatan yang diberikan Rumah Sakit Jiwa Tampan melalui telepon, kotak saran, pesan singkat maupun datang langsung. Merespon keluhan pelanggan tersebut merupakan bentuk tanggung jawab humas karena salah satu tujuan akhir aktivitas humas adalah untuk memberikan kepuasan terhadap pihak yang berkepentingan termasuk masyarakat umum.

Berdasarkan fenomena diatas, dapat diketahui bahwa humas sangat berperan penting dalam terciptanya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini lah yang melatar belakangi penulis untuk menarik judul **“Strategi Humas dalam Mengatasi keluhan pelanggan di Rumah Sakit Jiwa Tampan Pekanbaru”**.

<sup>5</sup> Shabrina Ayulia Rusyan, “*Strategi komunikasi dalam penanganan keluhan pelanggan di PT Nasmoco Bahtera Motor*”

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Penegasan Istilah

Untuk lebih memahami istilah-istilah yang berkaitan dengan penelitian ini, maka berikut ini dijelaskan pengertian beberapa istilah antara lain:

### 1. Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.<sup>6</sup>

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pola atau kiat-kiat *customer relations* dalam merespon keluhan pelanggan yang dilakukan oleh humas dalam menjalankan fungsinya

### 2. Hubungan Masyarakat (Humas)

Humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan komunikasi.<sup>7</sup>

### 3. Keluhan

Menurut *Lovelock & Wright* (2002),<sup>8</sup> keluhan adalah suatu bentuk ekspresi formal tentang ketidaksukaan atau ketidakpuasan terhadap beberapa aspek yang diterima seseorang

Keluhan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ekspresi ketidaksukaan atau ketidakpuasan yang di ungkapkan oleh pasien Rumah Sakit Jiwa Tampan Pekanbaru atas pelayanan kesehatan yang diberikan oleh pihak rumah sakit.

<sup>6</sup> <http://id.m.wikipedia.org/wiki/strategi> (diakses 1 Januari 2017)

<sup>7</sup> Widjaja, *pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rieneka Cipta, 2008. 61

<sup>8</sup> *Lovelock & Wright, "Pengertian Komplain atau Keluhan"*, Dalam <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-komplain-atau-keluhan/>, (diakses pada tanggal 10 januari 2017, pukul 11.10 Wib)

#### 4. Pelanggan

Greenberg,<sup>9</sup> Pelanggan adalah seorang individu atau kelompok yang membeli produk fisik atau jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, tempat, pelayanan dan sebagainya berdasarkan keputusan merek sendiri.

#### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas maka peneliti dapat merumuaskan masalah: **Bagaimana Strategi Humas Rumah Sakit Jiwa Tampan dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan?**

#### D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

##### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas Rumah Sakit Jiwa Tampan dalam mengatasi keluhan pelanggan.

##### 2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

###### a. Secara Teoritis (Keilmuan)

1. Penelitian ini diharapkan dilakukan sebagai wahana untuk menambah dan mengembangkan pengetahuan tentang Ilmu Komunikasi spesifik strategi humas dalam menangani keluhan pelanggan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap para pembaca dalam menambah wawasan juga di harapkan memberi sumbangsih penilaian bagi Rumah Sakit Jiwa Tampan.

###### b. Secara Praktis

1. Penelitian ini berguna sebagai bukti penulis dalam menyelesaikan studi keilmuan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

<sup>9</sup> Grenberg, "Pengertian-Pelanggan Menurut Para Ahli", Dalam <http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-pelanggan-menurut-para-ahli/> , (diakses pada tanggal 10 Januari 2017, pukul 13.05 Wib).

2. Sebagai aplikasi dari teori-teori yang penulis peroleh diperkuliahan dan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembaca dalam menelaah serta memahami penelitian, maka penulis menyusun laporan penelitian ini dalam tiga bab :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Pada bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang jenis pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, serta teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, seperti sejarah, visi dan misi dan struktur organisasi.

### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasannya.

### **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**