

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Setelah data disajikan pada bab III selanjutnya data akan di analisis untuk mengetahui bagaimana strategi Humas dalam meningkatkan citra perusahaan di PT Askes (Persero) Cabang Utama Pekanbaru. Sebagaimana yang telah penulis paparkan dalam bab I penelitian ini, analisa yang penulis gunakan adalah dengan metode deskriptif kualitatif yaitu analisa data dengan menggunakan kalimat sesuai dengan data di lapangan.

#### **A. Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di PT Askes (Persero) Cabang Utama Pekanbaru**

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2003: 32).

Untuk mempermudah pelaksanaan kerja Humas, Humas PT Askes menggunakan strategi peningkatan kualitas komunikasi untuk meningkatkan citra perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan pada bab 3 sebelumnya perusahaan melakukan peningkatan kualitas komunikator melalui pelatihan-pelatihan guna memaksimalkan kemampuan pegawainya. Pelatihan ini menjadikan para pegawai terampil dalam memberikan pelayanan kepada peserta.

PT Askes selaku sumber dalam komunikasi terus melakukan peningkatan kualitas komunikator dalam rangka peningkatan sumber daya manusia. Hal tersebut perlu dilakukan mengingat komunikator sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Untuk itu komunikator harus pandai dalam berkomunikasi dan juga kaya ide.

Adapun pesan yang disampaikan Humas berupa informasi mengenai arah dan kebijakan perusahaan. Pesan dikemas sedemikian rupa sesuai dengan jenis pesannya. Model penyusunan pesan persuasif memiliki tujuan mengubah persepsi khalayak dimana setiap pesan yang dibuat oleh sumber yaitu Humas PT Askes terhadap penerima atau peserta askes diinginkan adanya perubahan. Perubahan yang dimaksud disini adalah peserta mengetahui haknya sebagai konsumen. Sedangkan pesan instruksional penggunaannya berbeda dari pesan persuasive karena penyampaiannya lebih formal, antara atasan dan bawahan.

Kegiatan Humas tidak bisa dilepaskan dari media, karena media dapat menunjang dalam menyebarkan segala bentuk informasi. Dalam hal penyampaian informasi ini Humas PT Askes menggunakan beberapa media yakni media massa dan media nonmassa. Media ini digunakan karena dapat menjangkau khalayak luas. Penggunaan media ini disesuaikan pula dengan sarannya. media massa yang menggunakan alat komunikasi seperti televisi, radio dan surat kabar ditujukan bagi khalayak yang tersebar. Penggunaan media non massa ditujukan untuk sasaran kelompok/instansi dan individu.

Untuk komunikasi individu sendiri pesan disampaikan melalui booklet yang diberikan langsung pada peserta yang datang. Leaflet dan buletin dibagikan oleh Humas PT Askes kepada instansi. Pembinaan yang diberikan juga turut membantu Kerja Humas dalam penyampaian pesan. Upaya tersebut dilakukan Humas PT. Askes sebagai strategi dalam meningkatkan citra perusahaan. Meskipun program dan strategi yang dilakukan sederhana tetapi dirasa sangat efektif bagi perusahaan.

Citra perusahaan dimata publik dapat terlihat dari pendapat publik atau pola pikir komunal pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Dengan demikian, satu hal yang perlu dipahami berkaitan dengan proses terbentuknya citra perusahaan adalah adanya persepsi (yang berkembang dalam benak publik) terhadap realitas (yang muncul dalam media) (Wasesa, 2005:13).

Dalam suatu kegiatan komunikasi, diharapkan adanya perubahan sikap pada orang lain. Perubahan sikap merupakan proses sosialisasi dimana seseorang akan bereaksi apabila rangsangan atau stimulus yang diberikan oleh komunikator dapat diterima oleh komunikan.

Hal ini sesuai dengan teori S-O-R yang penulis paparkan sebelumnya. S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus – Organism – Response dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: Stimuli disini berupa program-program yang dilakukan oleh Humas PT Askes mampu menarik perhatian, pengertian dan penerimaan peserta (organism) sehingga terjadi perubahan sikap yang dalam penelitian ini berupa citra positif (respon).

Adapun program-program yang telah dijalankan antara lain program kerja sama dengan dokter keluarga, balai pengobatan, serta rumah sakit swasta, program medical check up gratis, penggantian kartu lama ke kartu barcode, program *mobile customer service*,. Program tersebut dapat menarik perhatian dan diterima peserta hal ini terbukti dengan banyaknya peserta yang mengurus kartu baru dan meningkatnya jumlah peserta terdaftar didokter keluarga disebabkan makin tersosialisasinya pelayanan dokter keluarga dan didukung oleh pelayanan didokter keluarga yang lebih baik.

Program inovatif lainnya yang dilakukan oleh Humas PT Askes adalah program promotif preventif yaitu pengelolaan penyakit kronis seperti diabetes melitus, hipertensi, deteksi dini kanker rahim (*serviks*). Dalam program pengelolaan penyakit kronis ini peserta dikumpulkan dan dikelola dengan memberikan edukasi berupa penyuluhan secara rutin. Selain pengelolaan penyakit kronis juga diadakan senam sehat bersama Askes yang dilakukan setiap bulannya baik tingkat Provinsi maupun kabupaten/kota.

Dalam proses komunikasi, harus diperhatikan bagaimana cara merubah sikap. Sikap seseorang dapat berubah apabila stimuli atau rangsangan yang diberikan benar - benar efektif. Menurut teori S-O-R ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi tertentu terhadap stimuli khusus. Jadi program-program yang dilakukan oleh Humas PT Askes (Persero) Cabang Utama Pekanbaru adalah stimuli khusus yang diberikan kepada publik eksternal yaitu peserta Askes sebagai komunikannya. Humas PT. Askes sebagai komunikator mengharapkan dan

memperkirakan suatu respon yang khusus dari komunikannya yaitu berupa timbulnya perhatian, pengertian dan penerimaan sehingga sehingga citra positif perusahaan dikalangan Pengguna Askes secara otomatis dapat terbentuk dan meningkat.

## **B. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Meningkatkan Citra Perusahaan**

Dengan kecanggihan informasi dan teknologi sekarang ini membuat peserta lebih mudah untuk mengakses informasi kapanpun dan dimanapun. Selain itu dibukanya loket Askes center di tiap rumah sakit telah memberikan kemudahan bagi peserta dalam memperoleh informasi. Sarana dan prasarana seperti computer dan printer yang telah memadai turut mendukung kelancaran dalam meningkatkan pelayanan kepada peserta. Disamping itu dalam melaksanakan tugasnya Humas didukung dengan para staf yang saling bekerja sama.

Dalam bekerja sama dengan pihak penyedia pelayanan seperti rumah sakit, dokter keluarga ataupun optik, peserta belum mendapat pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan. Hal ini menjadi kendala yang masih dihadapi karena menyangkut dengan pemberi pelayanan kesehatan yang belum optimal. Untuk itu perlu dilakukan pembinaan kemitraan secara berkala pada pemberi pelayanan kesehatan yang bekerja sama untuk memaksimalkan pelayanan kepada peserta.

Disamping itu kendala yang dihadapi adalah dokter keluarga yang bekerja sama dengan PT Askes tidak membuat resep obat yang tertera di formularium yang telah ditetapkan. Hal ini membuat peserta komplain karena harus membayar yang seharusnya gratis.