

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS
RS PKU MUHAMMADIYAH SURAKARTA DALAM EDUKASI
KOMUNIKASI EFEKTIF PADA KARYAWAN**

RIASTYO AGARI

Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial, Humaniora Dan Seni Universitas Sahid
Surakarta

ABSTRAK

Rumah sakit bisa dibilang berhasil bukan hanya karena kelengkapan fasilitas yang dimiliki, melainkan juga sikap dan layanan sumber daya manusia merupakan unsur yang sangat berpengaruh terhadap pelayanan yang dihasilkan dan dipersepsikan pasien. Kota Solo memiliki beberapa instansi yang bergerak di bidang kesehatan, salah satunya yaitu RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Banyaknya keluhan pelanggan mengenai antrian pendaftaran yang memakan waktu lama, lambatnya penanganan dokter dan perawat, serta ada beberapa keluhan tentang kurang ramahnya petugas informasi. RS PKU Muhammadiyah Surakarta diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanann bagi pasien dan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi humas yang dilakukan oleh humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta dalam edukasi komunikasi efektif pada karyawan.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber datanya meliputi data primer yang diperoleh melalui proses wawancara dan data sekunder yang berasal dari dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Metode penarikan sampel bersifat *purposive sampling* dimana teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Responden dalam penelitian ini adalah manajer humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta, kemudian teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan reduksi data, pengumpulan data dan penyajian data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara garis besar empat strategi sudah berhasil dan sesuai dengan harapan humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta, namun masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki. Peningkatan seperti kemampuan para karyawan dalam menjaga konsistensi strategi yang sudah diberikan humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Peningkatan sumber daya manusia yang professional melalui DIKLAT dengan adanya edukasi komunikasi efektif yang ditunjukkan untuk pegawai, tenaga medis, dan juga perawat dikatakan cukup baik. Pelayanan keluhan dan informasi pasien dan pelanggan cukup memuaskan, hal ini bisa dibuktikan dengan membuka berbagai macam sarana seperti pemasangan nomor *whatsapp* di area-area umum dan juga melalui media internet atau media sosial.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Humas.

PENDAHULUAN

Kesehatan dalam kehidupan manusia merupakan satu hal yang sangat dibutuhkan. Rumah sakit (RS) berperan penting dalam memenuhi segala jenis pelayanan kesehatan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna, yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan unit gawat darurat (UU No.44 tahun 2009). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa rumah sakit berfungsi sebagai pemberi pelayanan. Jenis pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan medik, pelayanan penunjang medik, pelayanan perawatan, pelayanan rehabilitasi, pencegahan dan peningkatan kesehatan, sebagai tempat pendidikan maupun tempat pelatihan medik dan para medik.

Rumah sakit bisa dibilang berhasil bukan hanya karena kelengkapan fasilitas yang dimiliki, melainkan juga sikap dan layanan sumber daya manusia merupakan unsur yang sangat berpengaruh terhadap pelayanan yang dihasilkan dan dipersepsikan pasien. Bila unsur tersebut diabaikan maka dalam waktu yang sebentar saja, rumah sakit akan kehilangan banyak pasien dan dijauhi oleh calon pasien.

Pelayanan publik atau bisa dibilang pelayanan masyarakat merupakan serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan (Moenir, A.S, 2008:27). Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya terbagi atas dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi serta layanan administratif yang diberikan orang lain selaku anggota organisasi (organisasi massa atau organisasi negara).

Kota Solo memiliki beberapa instansi yang bergerak di bidang kesehatan, salah satunya yaitu RS PKU Muhammadiyah

Surakarta. Untuk memenuhi dan meningkatkan kualitas RS PKU Muhammadiyah Surakarta memberikan pelayanan informasi yang berkualitas sesuai standar prosedur yang berlaku, pelayanan pelanggan yang paripurna dan Islami yang berorientasi pelanggan kemudian mengutamakan hak-hak pasien di rumah sakit.

Seiring berkembangnya jaman, sangat banyak perusahaan melakukan persaingan dalam mendapatkan simpati, perhatian, dan kepercayaan dari masyarakat khususnya dalam hal keuntungan. Di mana perusahaan tersebut terdiri dari perusahaan yang menghasilkan produk maupun perusahaan yang berada dibidang jasa. Dalam struktur organisasi RS PKU Muhammadiyah Surakarta, yang berfungsi membuat strategi untuk mendapatkan simpati dan kepercayaan masyarakat adalah divisi hubungan masyarakat (humas).

Menurut *International Public Relation Association*, humas adalah sebuah fungsi manajemen yang berencana dan berkelanjutan, organisasi induk dan lembaga swasta atau publik yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian, simpati, dukungan dari pihak-pihak terkait atau yang memiliki hubungan dengan penelitian opini publik diantara mereka. Persepsi menurut Ruslan (1995:8-9) mengatakan humas atau *public relations* adalah suatu proses yang kontinyu dari usaha manajemen untuk memperoleh kemauan baik dan pengertian dari pelangganya, konsumen, pegawainya, dan publik umumnya.

Sebagai seorang praktisi humas dalam menjalankan tugasnya sangat penting memiliki strategi. Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi

di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat. (Arifin, 1984).

Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan. Bahwa dalam strategi komunikasi pemasaran, target utamanya adalah pertama, bagaimana membuat orang sadar bahwa dia memerlukan suatu produk, jasa atau nilai dan apabila perhatian sudah terbangun, maka target terpentingnya adalah agar orang loyal untuk membeli produk, jasa atau nilai itu. (Bungin, 2015:62).

Proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentransformasikan pesan di antara kedua belah pihak ketika menjalankan strategi komunikasi. Kedua pihak memiliki kepentingan didalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat didalam proses komunikasi. (Bungin, 2015:62).

Permasalahan yang dihadapi RS PKU Muhammadiyah Surakarta berdasarkan isian formulir kuesioner kepuasan pelanggan adalah permasalahan yang bersifat administratif antara lain antrian pendaftaran pelanggan baru yang memakan waktu lama, lambatnya penanganan dokter dan perawat sehingga pasien merasa terabaikan serta ada beberapa keluhan pasien tentang kurang ramahnya petugas informasi. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka penting bagi RS PKU Muhammadiyah Surakarta untuk memenuhi dan atau menemukan berbagai pengaduan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi komunikasi yang

digunakan oleh RS PKU Muhammadiyah Surakarta dalam menjaga kepuasan pelanggan. RS PKU Muhammadiyah tentunya menghadapi berbagai macam hambatan serta kendala dalam penerapan strategi komunikasi tersebut.

Strategi seorang praktisi humas dalam menciptakan alur komunikasi yang efektif dengan pelanggan sangat penting. Kegiatan komunikasi efektif sebagai salah satu bentuk strategi yang digunakan agar seluruh kegiatan dalam hal pelayanan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Oleh karena itu interaksi dan komunikasi harus dijalankan dengan sebaik-baiknya.

Kualitas pelayanan dari seluruh staff perusahaan sangat berpengaruh dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Inovasi dan identitas perusahaan merupakan nilai tambah dalam menghadapi persaingan yang ada. Maka dari itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk perusahaan khususnya sumber daya manusianya dalam menenuhi segala keinginan, harapan, dan kebutuhan masyarakat.

Untuk menganalisis permasalahan tersebut, metode yang paling tepat untuk digunakan adalah metode deskriptif menurut Bogdan dan Taylor dalam Lexy J. Moleong (2010:3). yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena sosial tertentu. Dengan model analisa interaktif dari Miles dan Huberman (Sutopo, 2002:96).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengambil judul penelitian "Strategi Komunikasi Humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta Dalam Edukasi Komunikasi Efektif Pada Karyawan" guna mengetahui bagaimana membangun pola komunikasi yang baik antara staff medis

dan non medis dengan pasien dalam lingkup rumah sakit, khususnya RS PKU Muhammadiyah Surakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Strategi Komunikasi

Seiring berjalannya waktu konsep mengenai strategi terus berkembang, sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dan adanya perbedaan mengenai konsep strategi. Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat tercapai (Stephanie, 2002).

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. (Hamel dan Prahalad, 1995). Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, Onong Uchjana 2003).

Sedangkan menurut (Quinn, 1999:10) mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan utuh. Ketika strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan serta mampu menjadi suatu bentuk yang unik.

Berdasarkan definisi strategi yang telah dijabarkan sebelumnya, strategi adalah

perencanaan yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama dan manajemen untuk mencapai tujuan jangka panjang yang bersifat senantiasa meningkat dan terus menerus.

2. Public Relations

Humas atau *Public Relations* pada saat ini banyak dipraktekkan di berbagai organisasi dalam rangka menunjang organisasi untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Pelaksanaan *Public Relations* dalam organisasi atau perusahaan dititikberatkan pada keterampilan membina hubungan antar manusia di dalam organisasi untuk mengatasi timbulnya masalah. *Public relations* membantu masyarakat untuk menentukan keputusan dan menjalankan fungsi secara lebih efektif dengan memberikan kontribusi pemahaman bersama di antara kelompok dan institusi.

Public Relations adalah salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan menciptakan kerja sama dan hubungan yang harmonis antara suatu lembaga atau perusahaan dengan publik, baik publik internal maupun eksternal. *Public Relations* didefinisikan sebagai manajemen komunikasi antara suatu organisasi dan publiknya. Secara detail, *Public Relations* didefinisikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi dengan orang-orang yang berkepentingan guna mendapatkan perhatian mereka dengan menggunakan cara-cara yang menguntungkan. Dengan demikian, kedudukan *Public Relations* dalam suatu lembaga atau perusahaan adalah sebagai suatu organisasi yang berfungsi sebagai metode untuk membangun kepercayaan publik (Uba, 2009: 8)

3. Komunikasi Efektif

Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi

sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Komunikasi efektif dipandang sebagai suatu hal yang penting dan kompleks karena ragam dinamika kehidupan (bisnis, politik, misalnya) yang terjadi biasanya menghadirkan situasi kritis yang perlu penanganan secara tepat, munculnya kecenderungan untuk tergantung pada teknologi komunikasi, serta beragam kepentingan yang ikut muncul (Soller, Lesgold, Linton dan Goodman, 1999:1-8).

Stephen Covey menekankan konsep saling ketergantungan (*interdependency*) untuk menjelaskan hubungan antar manusia. Unsur yang paling penting dalam komunikasi bukan sekadar pada apa yang kita tulis atau kita katakan, tetapi lebih pada karakter kita dan bagaimana kita menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Jadi syarat utama dalam komunikasi efektif adalah karakter yang kokoh yang dibangun dari pondasi integritas pribadi yang kuat.

Dasar pemikiran yang disampaikan Covey (1997:21) adalah sederhana. Covey meyakini bahwa ada prinsip-prinsip dasar bagi kehidupan yang efektif. Orang hanya dapat mengalami kesuksesan nyata dan kebahagiaan terus menerus selama mereka belajar dan memadukan prinsip-prinsip tersebut pada karakter dasar mereka. Covey menamakan prinsip ini sebagai “etika karakter” yang didasarkan pada hukum-hukum alam dalam dimensi hidup manusia yang memang nyata, tidak berubah, tidak terbantahkan keberadaannya seperti adanya gravitasi dalam dunia fisika. Covey memandang pernyataan tersebut sebagai suatu “realitas objektif”.

4. Analisis SWOT

SWOT adalah akronim dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari

lingkungan perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan yang bersifat kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan realitas yang cermat terhadap fenomena yang terjadi kemudian digunakan untuk memecahkan masalah-masalah berdasarkan fakta yang nampak. Peneliti menggunakan metode deskriptif menurut Bogdan dan Taylor dalam Lexy J. Moleong (2010:3) yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena sosial tertentu. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, data-data yang telah terkumpul selain dipaparkan juga dianalisa sesuai dengan apa yang ditemui di lapangan. Data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki arti lebih dari pada sekadar angka atau frekuensi. Sifat penelitian semacam ini mampu memperlihatkan secara langsung hubungan transaksi antara peneliti dengan yang diteliti kemudian memudahkan pencarian kedalaman makna. (H.B. Sutopo, 2002:35).

Pengumpulan data dalam penelitian ini akan menggunakan beberapa metode yaitu: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi data. Triangulasi data merupakan persoalan penting didalam upaya pengumpulan data dikonteks penelitian kualitatif. Milles dan Huberman (2009: 86), menjelaskan bahwa analisis kualitatif dilakukan melalui tiga tahapan,

yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana strategi humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta dalam menjaga kepuasan pelanggan dengan melakukan wawancara kepada pihak-pihak terkait yaitu manajer humas rumah sakit, beberapa karyawan seperti divisi informasi, asisten apoteker, dan divisi edukasi obat. Wawancara melibatkan 4 (empat) responden yaitu Ibu Betty Andriani selaku manajer humas rumah sakit, Bapak Mawardi selaku divisi informasi, Ibu. Masya Marlina selaku divisi asisten apoteker, serta Ibu Nurlina Purwanti selaku divisi edukasi obat rumah sakit.

Wawancara yang dilakukan dengan manajer humas rumah sakit terkait dengan sejauh mana peran humas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dalam upaya mencari fakta dan data tentang pelayanan rumah sakit, perencanaan program setelah menemukan data dan fakta tersebut, pelaksanaan komunikasi dengan berbagai pihak setelah mendapatkan data dan fakta serta melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah diprogramkan. Hasil penelitian juga menggali sejauh mana faktor yang mendukung dan menghambat, kendala, kesulitan serta upaya dalam mengatasi kendala dalam program humas memberikan perubahan jangka panjang. Wawancara kepada divisi humas dilakukan untuk mengetahui dampak program edukasi komunikasi efektif kepada karyawan.

Sebagaimana pendapat Cutlip and Center yang dikutip oleh Abdurrachaman (2001) menyatakan bahwa dalam melaksanakan komunikasi efektif harus dilaksanakan melalui empat tahap yaitu:

1. *Fact-finding*, yaitu mencari atau mengumpulkan fakta/data sebelum seseorang melakukan kegiatan atau tindakan.
2. *Planning*, yaitu membuat perencanaan.
3. *Communicating*, yaitu setelah didapatkan rencana yang matang berdasarkan fakta dan data, kemudian dibicarakan untuk dilakukan tindakan.
4. *Evaluating*, yaitu melakukan penilaian yang telah dilakukan dari suatu kegiatan atau tindakan yang telah dilaksanakan.

Jadi syarat utama dalam komunikasi efektif sebagaimana pendapat Cutlip and Center di atas adalah bagaimana divisi humas dapat mengumpulkan data sebanyak-banyaknya sebelum melakukan tindakan, kemudian merencanakan kegiatan yang dilanjutkan dengan melakukan komunikasi dengan berbagai pihak dan melakukan evaluasi dari berbagai perencanaan program yang telah dilaksanakan.

Berdasarkan hal tersebut, maka divisi humas Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta juga menerapkan komunikasi yang efektif kepada berbagai pihak terutama pelanggan atau pasien yang berobat ke rumah sakit juga didasarkan pada keempat tahapan di atas, sebagaimana dijabarkan di bawah ini.

a. *Fact-finding*

Fact-finding adalah suatu cara yang dipakai bidang humas untuk mengumpulkan fakta/data yang berasal dari pengguna rumah sakit seperti pasien secara khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Program ini dilakukan sebagai tahap awal sebelum bidang humas melakukan tindakan atau kegiatan program kehumasan. Hal ini sebagaimana pernyataan dari Ibu Betty Andriani selaku manajer humas berikut ini.

Kemudahan inikan berfungsi sebagai ujung tombak rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Jadi, kita dituntut untuk benar-benar mengetahui permasalahan rumah sakit terutama dari pihak luar, seperti pasien sebagai customer kita maupun masyarakat luas. Cara yang kita tempuh untuk mengetahui bagaimana kepuasan pasien itu ya...kita menugaskan karyawan kita di bidang kehumasan ini untuk bertanya kepada pasien...apa kekurangan kita, sebaiknya kita bagaimana dan apa yang perlu kita benahi. Selain itu, kita juga membuka secara luas masukan-masukan dari pasien maupun masyarakat luas melalui berbagai media baik cetak maupun elektronik

Hasil wawancara dengan Ibu Betty Andriani menunjukkan bahwa sebelum membuat rancangan program kehumasan, maka dilakukan pengumpulan data dengan pasien maupun masyarakat dengan bertanya berbagai hal tentang rumah sakit. Selain melakukan wawancara langsung, juga memberikan keluasan kepada pasien maupun masyarakat untuk memberikan masukan-masukan kepada rumah sakit melalui berbagai media cetak maupun elektronik. Terlebih saat ini adalah era digitalisasi yang seluruh informasi maupun berbagai keluhan dari masyarakat terkait dengan pelayanan rumah sakit, juga dapat diakses secara langsung sampai ke pemerintah provinsi. Hal ini dikarenakan adanya jaringan secara luas bahwa berbagai keluhan yang disampaikan oleh masyarakat, secara otomatis juga akan sampai kepada dinas kesehatan provinsi. Dengan kondisi ini, maka pelayanan yang diberikan rumah sakit harus dilaksanakan secara maksimal

sebagai wujud tindakan kesehatan bagi masyarakat luas.

b. Planning

Planning dalam pengertian yang sempit adalah membuat perencanaan. Secara luas planning dapat diartikan sebagai upaya sebuah institusi seperti rumah sakit dalam membuat perencanaan program untuk menjamin peningkatan pelayanan kepada pasien maupun masyarakat luas. Perencanaan yang dilakukan oleh bidang humas RSUD Muhammadiyah Surakarta didasarkan dari persoalan-persoalan yang muncul dan menghambat ketercapaian program. Hal ini sebagaimana pernyataan dari Ibu Betty Andriani selaku manajer humas berikut ini.

Perencanaan itu bisa kita lakukan baik perencanaan dalam jangka panjang, menengah atau jangka pendek. Jangka panjang seperti bagaimana kita membuat program untuk memperluas rumah sakit ini dan alhamdulillah ini sudah berjaan, bagaimana kita memperluas tempat parkir juga. Ini kita lakukan karena animo masyarakat untuk berobat ke RSUD Muhammadiyah Surakarta ini semakin tinggi dari tahun ke tahun. Untuk jangka menengah bagaimana agar kesejahteraan karyawan juga semakin baik, karena semakin besar rumah sakit secara otomatis akan semakin banyak pasien dan ini juga secara otomatis akan meningkatkan kinerja karyawan. Sedangkan jangka pendek, biasanya itu terkait dengan kebijakan-kebijakan yang bersifat temporal. Ini biasanya dari pasien mengeluh ke perawat atau petugas lain dan sampai ke kita, seperti perawat dianggap kurang ramah, yaa...kita

memanggil perawat tersebut untuk kemudian kita lakukan pembinaan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa perencanaan program yang dilaksanakan oleh bidang humas rumah sakit dilaksanakan dalam tiga program yaitu jangka panjang, menengah dan pendek. Jangka panjang adalah dengan melakukan perluasan rumah sakit karena semakin meningkatkan animo masyarakat datang ke RSUD PKU Muhammadiyah Surakarta dari tahun ke tahun. Sedangkan untuk jangka menengah adalah bagaimana rumah sakit dapat memberikan peningkatan kesejahteraan kepada karyawan, karena semakin banyak pasien yang datang ke RSUD PKU Muhammadiyah Surakarta, secara otomatis kinerja karyawan akan bertambah. Untuk program jangka pendek ini didasarkan pada hasil wawancara dengan pasien akan keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pasien. Keluhan-keluhan yang dirasakan dan diterima oleh karyawan atau perawat ini disampaikan kepada pimpinan dan melahirkan kebijakan-kebijakan. Sebagai contoh dari kasus program jangka pendek ini adalah apabila ditemukan keluhan dari pasien tentang kekurangrahan karyawan atau perawat dalam melayani pasien, maka perawat atau karyawan tersebut dipanggil untuk kemudian dilakukan pembinaan oleh bidang humas.

c. Communicating

Communicating adalah melakukan komunikasi dengan berbagai pihak setelah melakukan pengumpulan data baik dari pasien, masyarakat termasuk juga dari karyawan rumah sakit. Hal ini dilakukan karena dalam pembuatan program, juga mengacu kepada kebutuhan jangka pendek, menengah dan jangka panjang. Berbagai persoalan ini perlu dikomunikasi dengan berbagai pihak untuk menemukan titik temu

dan kebijakan yang baik. Komunikasi efektif yang dilakukan sebagai wujud peran humas rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan maupun pasien. Hal ini sebagaimana pernyataan dari Ibu Betty Andriani selaku manajer humas berikut ini.

Terkait dengan peran humas itu sendiri, sesungguhnya tidak hanya dari satu bidang humas saja bagaimana perannya kepada pelanggan, namun demikian terkait tugas humas itu sendiri melakukan pembinaan kepada karyawan bagaimana agar karyawan itu mampu bersikap kepada pelanggan atau pasien. Kalau dari sisi pelayanan yang islami, mereka kita didik dan dibiasakan mengucapkan salam kepada pelanggan atau pasien seperti mengucapkan "Assalamualaikum" ketika bertemu dengan pasien, hal ini juga sesuai ajaran agama Islam dan mengacu budaya Islam itu sendiri seperti mengucapkan Bismillah ketika memulai pekerjaannya.

Hasil wawancara dengan Ibu Betty terkait dengan program-program Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta dalam memberikan pelayanan yang Islami sebagaimana wawancara diatas dilakukan dengan merujuk pada ajaran Islam. Pembinaan kehumasan yang dilakukan dalam memberikan pelayanan yang Islami yang pertama adalah dengan selalu mengucapkan salam kepada pasien. Hal ini selalu dilakukan oleh perawat ataupun dokter ketika melakukan kontrol maupun tugas-tugas medis lainnya kepada pasien atau keluarga pasien. Langkah pembinaan kedua adalah dengan selalu menerapkan suatu ajaran Islam yaitu memulai pekerjaan

dengan mengucapkan Bismillah sebagai sikap seorang muslim.

d. Evaluating

Evaluating atau evaluasi adalah melakukan penilaian yang telah dilakukan dari suatu kegiatan maupun tindakan. Evaluasi ini terkait dengan berbagai macam kendala-kendala yang dialami oleh rumah sakit umumnya dan bagian humas pada khususnya dalam melakukan pelayanan kesehatan kepada pasien maupun masyarakat secara luas. Persoalan komunikasi antara pasien dengan perawat maupun karyawan dan juga secara intern antara karyawan dengan sistem manajemen di rumah sakit merupakan persoalan yang sering muncul di RSU PKU Muhammadiyah Surakarta. Persoalan komunikasi ini menurut Ibu Betty menjadi persoalan yang sering muncul di rumah sakit meskipun juga ada persoalan lain. Dalam menjalankan strategi komunikasi efektif sebagaimana yang dirasakan oleh Ibu Betty terdapat kendala-kendala.

Kendala yang dirasakan ya sebagaimana tadi yang saya katakan bahwa pasien mempunyai latar belakang pendidikan, usia dan dan budaya yang berbeda-beda. Tentunya kita juga menyesuaikan kondisi pasien ini dengan latar belakangnya. Sekarang tidak bisa kita memiliki prinsip "yang penting saya seperti ini, terserah kamu" ini prinsip yang sudah tidak bisa dipakai lagi. Sekali lagi bahwa persoalan komunikasi ini menjadi persoalan tersendiri dan yang paling banyak dikeluhkan oleh pasien.

Hasil wawancara dengan Ibu Betty menunjukkan bahwa kendala utama yang dirasakan dalam melaksanakan program edukasi komunikasi yang efektif adalah adanya perbedaan latar belakang pasien, pendidikan serta budaya. Menghadapi

kendala yang demikian, maka dalam melakukan komunikasi disesuaikan dengan kemampuan pasien, dan bukan kemampuan perawat. Hal ini dilakukan untuk mengurangi persoalan komunikasi dengan pasien maupun pelanggan.

Strategi Komunikasi Humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta Melalui Edukasi Komunikasi Efektif Pada Karyawan dengan analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan sebagai kerangka untuk membantu rumah sakit dalam melakukan edukasi komunikasi kepada karyawan secara keseluruhan, atau sebagai dasar untuk penentuan strategi-strategi atas produk atau jasanya. *Strengths and Weaknesses* merupakan kondisi-kondisi internal yang dapat dikendalikan oleh rumah sakit. Adapun *Opportunities* dan *Threats* merupakan kondisi-kondisi eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh rumah sakit.

Analisa internal mencakup evaluasi terhadap beberapa faktor utama pada RS Muhammadiyah Surakarta yang terkait dengan Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) tersebut, seperti aspek strategi edukasi termasuk juga aspek pelayanan kepada pasien. Sebaliknya, analisa eksternal mengkaji faktor-faktor di luar RS Muhammadiyah Surakarta yang berpengaruh terhadap Peluang (*Opportunities*) dan Tantangan (*Threats*) yang dihadapi RS Muhammadiyah Surakarta, seperti kondisi sosial, ekonomi dan budaya masyarakat, kondisi makro ekonomi, aspek geografis, dan sebagainya.

1. Kekuatan (*Strengths*)

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan (*Strengths*) dengan adanya strategi komunikasi yang dijalankan humas pada RS PKU Muhammadiyah Surakarta mempunyai kekuatan antara lain:

- a. Adanya perubahan karakter pada karyawan medis maupun non medis setelah mengikuti edukasi komunikasi efektif yang telah diselenggarakan humas RS PKU Muhammadiyah setiap tahunnya.
- b. Tenaga paramedis, perawat maupun bidan berpendidikan minimal D-III. Tingkat pendidikan ini lebih mudah untuk dilakukan pembinaan dan pendidikan secara berkelanjutan terutama pembinaan komunikasi kepada pasien.
- c. Kepuasan pelanggan meningkat. Karena sebagian besar karyawan menerapkan strategi komunikasi efektif kepada pelanggan dan pasien, seperti pelayanan lebih efektif dan lebih terstruktur.

Berdasarkan kekuatan yang dimiliki oleh RS PKU Muhammadiyah Surakarta dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan oleh rumah sakit dapat dilaksanakan oleh seluruh karyawan. Hal ini karena didukung oleh tingkat pendidikan dan usia produktif dari karyawan tersebut.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Selain memiliki kekuatan, RS PKU Muhammadiyah Surakarta juga memiliki kelemahan dilihat dari analisis SWOT, antara lain:

- a. Kemampuan komunikasi dari seluruh pegawai rumah sakit masih relatif kurang.

Kelemahan ini berdampak pada cara berkomunikasi baik antar sesama karyawan maupun dalam melayani pasien kurang baik. Dampak yang sering terjadi adalah seringkali pasien komplain karena merasa tidak dilayani dengan baik. Pembinaan kepada karyawan terkait dengan komunikasi yang baik kepada

pasien mutlak diperlukan guna menjawab persoalan tentang komunikasi.

- b. Disiplin waktu para dokter dan perawat maupun karyawan perlu ditingkatkan.

Kedisiplinan dalam bekerja mutlak diperlukan agar situasi kerja tetap terjaga. Terlebih pada rumah sakit dengan pasien yang cukup banyak seperti di RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Edukasi terkait dengan kedisiplinan baik bagi dokter maupun karyawan hingga saat ini terus dilakukan untuk mengurangi ketidak disiplin seluruh karyawan rumah sakit.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peningkatan derajat kesehatan dilakukan melalui peningkatan kualitas dan kelayakan pelayanan kesehatan yang merata dan terjangkau pada seluruh lapisan masyarakat. Tentunya hal ini membutuhkan penyediaan sarana pelayanan kesehatan sebagai fasilitasnya. Hal ini juga menjadi peluang bagi ketersediaan pelayanan rumah sakit yang lebih baik. Diantara beberapa peluang yang ada pada RS PKU Muhammadiyah Surakarta, antara lain:

- a. Dapat bekerjasama antar divisi pada RS PKU Muhammadiyah Surakarta

Dengan menerapkan sistem edukasi pada semua karyawan, maka masing-masing divisi dapat bekerjasama dengan baik dan lebih terstruktur. Edukasi sebagaimana hasil wawancara dengan humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta terus dilakukan sebagai upaya untuk mensinergikan antar divisi.

- b. Mendapat dukungan penuh dari pemerintah
RS PKU Muhammadiyah Surakarta saat ini mendapatkan banyak dukungan baik dari pemerintah Kota Surakarta maupun pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Dengan dukungan ini juga menjadi peluang semakin berkembang rumah sakit tersebut.

4. Tantangan (*Threats*)

Pemeliharaan mutu rumah sakit dan pemberian pelayanan prima serta profesional merupakan syarat mutlak tumbuhnya kepercayaan dalam masyarakat yang merupakan element penting bagi pertumbuhan dan perkembangan sebuah rumah sakit. Kualitas layanan dalam segala aspeknya, menjadi pekerjaan yang harus selalu dituntaskan.

Konsekwensinya, keunggulan suatu layanan rumah sakit tidak hanya ditentukan hanya pada keunggulan komparatif saja, akan tetapi juga harus diarahkan pada keunggulan kompetitif. Hal ini tentunya berdampak kepada tantangan yang cukup banyak dari berbagai persoalan. Diantara tantangan dalam strategi komunikasi untuk meningkatkan pelayanan dengan memberikan edukasi bagi seluruh karyawan pada RS PKU Muhammadiyah Surakarta, antara lain:

- a. Adanya jarak komunikasi antar divisi.

Persoalan ini dipicu karena beberapa karyawan dapat melaksanakan sistem baru yaitu strategi komunikasi efektif, dan beberapa karyawan tidak menerapkan sistem tersebut dengan alasan belum terbiasa.

- b. Berdirinya rumah sakit khusus di sekitar

Saat ini banyak sekali berdiri rumah sakit khusus di Kota Surakarta. Kemunculan rumah sakit khusus ini merupakan tantangan tersendiri bagi RS PKU Muhammadiyah Surakarta dalam melayani pasien. Berbagai persoalan inilah yang menjadikan edukasi kepada seluruh karyawan dianggap sebagai suatu hal yang cukup penting.

Kendala dalam Melaksanakan Program Edukasi Komunikasi Efektif.

Hambatan Humas di RS PKU Muhammadiyah Surakarta sendiri hampir tidak ada, karena humas bekerja secara tim, baik dalam melakukan pendekatan secara persuasif dan edukatif dengan media dan sosialisasi ataupun dengan pendekatan kerjasama secara internal dan eksternal. Berdasarkan penelitian di lapangan humas dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada pasien, dengan melakukan pembinaan kepada karyawan.

Pembinaan dilakukan untuk meningkatkan mutu pelayanan, dan ini sebagai upaya untuk mengurangi komplain dari pasien. Hasil dari pembinaan yang dilakukan divisi humas kepada seluruh karyawan adalah adanya edukasi komunikasi efektif guna meningkatkan pelayanan kepada masyarakat serta ditunjukkan dengan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat yang datang ke rumah sakit. Namun demikian kendala umum yang sering terjadi adalah dalam pelayanan kepada masyarakat dengan berbagai latar belakang serta pendidikan dan pengalaman yang berbeda, terkadang program pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit sudah dianggap sesuai dengan prosedur kepuasan, namun belum

sepenuhnya hal itu dianggap sebagai sesuatu yang memuaskan oleh pasien.

Solusi

Secara prinsip selama ini upaya untuk mengatasi kendala baik secara internal maupun eksternal adalah dengan melakukan pembinaan-pembinaan kepada karyawan untuk meningkatkan kemampuan dalam melayani pasien. Karena kendala yang ada secara internal adalah kemampuan tenaga keperawatan maupun karyawan yang perlu dilakukan pembinaan-pembinaan. Kinerja rumah sakit yang telah memiliki jalur dalam penanganan pasien, menjadikan upaya dalam mengatasi kendala justru bagaimana humas dapat memberikan pendidikan dan pembinaan yang baik kepada seluruh karyawan maupun staff di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta.

PENUTUP **Kesimpulan**

1. Humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta dalam menerapkan strategi dalam upaya menjaga kepuasan pasien dengan melaksanakan empat tahapan yaitu *fact-finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating*. *Fact-finding* dalam bentuk mengumpulkan data dengan melakukan wawancara kepada pasien pada saat melakukan pelayanan kesehatan atau ketika pasien dan keluarga melakukan komplain atas pelayanan yang diberikan oleh perawat maupun karyawan lainnya. *Planning* yaitu dengan membuat rencana baik jangka panjang, menengah maupun jangka pendek dalam memberikan pelayanan yang prima kepada pasien. Demikian juga dalam memperhatikan

kesejahteraan karyawan juga menjadi program yang selalu diperhatikan oleh RSU PKU Muhammadiyah Surakarta. *Communicating* adalah mengkomunikasi berbagai masukan dari pasien maupun masyarakat. Dengan demikian dapat terjawab berbagai keluhan serta masukan-masukan dari berbagai pihak. *Evaluating* adalah memberikan evaluasi kinerja yang telah dilaksanakan oleh rumah sakit secara berkala sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi di rumah sakit.

2. Humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta dalam menerapkan strategi untuk menjaga kepuasan pasien dilakukan dengan cara mendengarkan keluhan pasien dan membuka berbagai macam sarana untuk menyampaikan informasi dari masyarakat untuk pihak rumah sakit dengan memasang nomor WA (*whatsapp*) bagian humas di area-area umum dan juga melalui media internet atau media sosial lainnya dan juga dapat dilakukan dengan datang langsung ke rumah sakit.
3. Hambatan Humas di RS PKU Muhammadiyah Surakarta hampir tidak ada, karena rumah sakit memiliki prosedural dalam menangani pasien. Kendala yang sering ada adalah kemampuan para karyawan dalam melayani pasien yang perlu setiap waktu ditingkatkan.
4. Dalam mengatasi kendala terkait dengan kemampuan karyawan, maka dilakukan pembinaan dan edukasi karakter melalui DIKLAT (pendidikan dan pelatihan) secara rutin dan selalu melakukan cek kemampuan karyawan dalam melayani pasien melalui brosur edaran kepuasan pelanggan setiap bulannya.
5. Ketika penulis menganalisis dengan analisis SWOT sangat terlihat jelas

perbedaan yang terjadi. Dari segi kekuatan (*strengths*) Ada perubahan pegawai setelah mengikuti kegiatan edukasi komunikasi efektif yang diselenggarakan humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Untuk segi kelemahan (*weakness*) karyawan RS PKU Muhammadiyah Surakarta tidak selalu menerapkan strategi yang sudah diberikan humas RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Dalam segi peluang (*opportunities*) komunikasi antar divisi jadi lebih terstruktur dan kinerja karyawan lebih efektif. Terakhir dari segi tantangan (*threats*) karena banyak berdiri rumah sakit baru di kota solo, competitor dapat menerapkan strategi yang sama dan menjadikan jarak atau perselisihan antar karyawan yang setuju dengan perubahan sistem baru dan yang tidak setuju dengan perubahan sistem yang baru.

Saran

Berdasarkan pengamatan secara langsung dilakukan peneliti di RS PKU Muhammadiyah Surakarta, maka peneliti mengemukakan saran-saran sebagai berikut agar dapat berguna di masa yang akan datang:

1. Praktisi Humas seharusnya ada di bawah Direktur langsung, agar supaya perannya bisa lebih maksimal dan dapat turut berperan dalam membuat kebijakan dan keputusan bagi rumah sakit.
2. Harus ditambahkan dan diperbanyak edukasi komunikasi terhadap karyawan medis maupun non medis.
3. Kurangnya jumlah karyawan muda yang ada pada bagian Humas dan Informasi di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta, perlu adanya regenerasi karyawan

khususnya di divisi Informasi, karena sangat penting untuk menunjukkan *image* segar, cekatan dan cerah di bagian Informasi.

Pelayanan kepada pasien yang ramah, sopan, dan santun bukan hanya menjadi tanggung jawab bagian Humas, maupun Informasi saja, tetapi semua karyawan, medis maupun non medis. Untuk itu para karyawan perlu adanya pelatihan pelayanan kepada pasien ataupun pelanggan. Sehingga mengerti arti pentingnya kosumen bagi perusahaan dan bersedia melayani dengan ramah dan santun.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. 1984. *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Bungin, B. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Depok: RajagrafindoPustaka.
- Cameron, Q. a. 1999. *Diagnosing andchanging organizational culture*. Addison Wesley.
- Danandjadja. 2011. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu Iriantara.
- Deddy, M. 2002. *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hamel, C. P. 1995. *Kompetisi Masa Depan*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Irham, F. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Iriantara, Y. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia.
- Jefkins, F. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto. 2003. *Analisa dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.

- Johnson, D. P. 2001. *Extremely Effective Communications*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kaelan. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: PARADIGMA.
- Lasswell, H. D. 2009. *Structure and Function of Communication in Society*. Wilbur Schramm.
- Moenir. 2008. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Oemi, A. 2001. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Onong Uchjana, E. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Polak, M. 1962. *Suatu Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Balai Buku Ikhtiar.
- Prahalad, H. d. 1995. *Management*. New Delhi: Tata McGeaw Hill.
- R, D. F. 2005. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosady, R. 1995. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rosady, R. 2010. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Rajawali Press.
- Rumanti, M. 1995. *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ruslan, R. 2002. *Manajemen Hums dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sinambela, L. P. 2008. *Reformasi Pelayanan Publik Teori*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Soller, A. L. 1999. *Modeling Effective Communications in an Intelligent*. Menlo Park: The AAI Press.
- Stephanie, K. M. 2002. *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Stephen R. Covey. 1997. *Tujuh Kebiasaan Manusia yang Sangat Efektif*, (Terj.) Budijanto, dengan judul asli *The 7 Habits of Highly Effective People*. Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sutopo, H. 2002. *Pengantar Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Taylor, B. d. 1975. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.