

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Humas (Hubungan Masyarakat) merupakan suatu proses upaya menjaga reputasi, citra, dan cara berkomunikasi lembaga dengan masyarakat secara baik masyarakat internal maupun eksternal dalam konteks keseluruhan. Diharapkan perlunya pemberdayaan masyarakat dan masukan dari masyarakat dapat dijadikan sebagai alat analisis lingkungan dalam mengoptimalkan strategi yang tepat untuk meningkatkan citra lembaga guna menjaga eksistensi lembaga dan keharmonisan dengan publiknya.

Semua orang dalam hubungannya dengan lingkungannya (teman, keluarga, kolega, saudara, mitra, dll.). Selain itu, sistem rumah sakit harus berhubungan dengan lingkungannya. Komunikasi yang baik sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas hubungan ini. Humas (Hubungan Masyarakat) adalah praktik atau bidang humas yang berfokus pada peningkatan kualitas komunikasi. Setiap asosiasi, terutama klinik yang merupakan asosiasi berbasis administrasi, dari awal hingga akhir, melalui berbagai struktur dan tahapan kegiatan yang harus digabungkan dan dikoordinasikan untuk mencapai kualitas terbaik. Istilah "aktivitas

PR(*Public Relations*)" mengacu pada perekat yang menyatukan semua fase upaya dan aktivitas.

Kegiatan komunikasi dan hubungan masyarakat tidak dapat dipisahkan. Umumnya, periklanan diadakan untuk membantu produksi gambaran positif organisasi menurut masyarakat umum. Keterampilan komunikasi interpersonal yang baik sangat penting bagi seorang humas. Ada dua jenis komunikasi: komunikasi nonverbal, seperti gerak tubuh, suara, musik, sentuhan, dan warna, serta komunikasi verbal (lisan dan tulisan). Dalam praktiknya, dukungan pernyataan berasal dari komunikasi verbal dan nonverbal.

Peningkatan kinerja organisasi merupakan fokus utama dari komunikasi PR. Ini adalah pekerjaan humas internal yang membutuhkan arus informasi yang optimal baik secara vertikal maupun horizontal dalam dua arah. Organisasi eksternal menjadi sasaran tugas humas berikut ini. Faktanya, mau tidak mau, pembangunan masyarakat harus selalu dikembangkan dan ditanggapi dengan serius.

Setiap bisnis atau agensi sangat bergantung pada hubungan masyarakat, bidang yang berhubungan langsung dengan publik. Jefkins, sebagaimana dilaporkan pada tahun (2015:3), semua komunikasi internal dan eksternal yang terencana antara suatu organisasi dengan seluruh khalayaknya dengan tujuan mencapai tujuan tertentu berdasarkan saling pengertian yang dikenal dengan istilah hubungan masyarakat. Oleh karena itu, Humas adalah suatu cara berkomunikasi dengan publik untuk

membangun pemahaman publik terhadap individu atau organisasi dengan maksud mendapatkan dukungan publik untuk semua aktivitas mereka. Citra perusahaan seharusnya semakin baik jika berinteraksi dengan masyarakat secara lebih positif.

Keberadaan hubungan masyarakat dalam suatu organisasi atau lembaga merupakan suatu keharusan dan merupakan indikasi bahwa humas mempunyai peranan penting dalam sistem manajemen yang ada pada suatu lembaga atau organisasi. Keberadaannya mampu menyatukan aspek sosial dan kepentingan masyarakat, serta selalu berusaha menghadirkan sesuatu yang bernilai positif di masyarakat. Ini merupakan indikasi proses pembentukan citra positif dan negatif. Keberadaan humas dalam suatu perusahaan juga memiliki peranan penting dalam menjaga citra perusahaan agar tetap baik di mata publik. Karena citra merupakan sesuatu yang ingin dicapai bagi dunia kehumasan. Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang atau perusahaan terhadap publik, mengembangkan rencana, dan melaksanakan program komunikasi untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.

Dalam bidang kehumasan, citra merupakan tujuan utama, di samping reputasi dan prestasi. Meskipun pemahaman citra itu sendiri bersifat abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, namun seseorang dapat merasakan wujudnya dari hasil penilaian baik atau buruk. seperti penerimaan dan reaksi, baik positif maupun negatif, khususnya dari

masyarakat umum (*audiens* yang dituju) dan masyarakat secara keseluruhan. Sebaliknya, citra sebagaimana didefinisikan oleh Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto adalah persepsi yang dibentuk seseorang berdasarkan pemahamannya terhadap fakta atau realitas. Sikap seseorang terhadap suatu objek dapat digunakan untuk menentukan persepsinya terhadap objek tersebut.

Humas membantu organisasi rumah sakit dalam meningkatkan citra publik rumah sakit. Pemasaran jasa rumah sakit akan sangat diuntungkan dengan citra rumah sakit yang positif. Rumah sakit tidak dapat bertahan tanpa dukungan publik karena lebih mudah untuk berhasil sebagai sebuah organisasi. Karena perannya sebagai media penghubung antara sebuah organisasi dengan khalayak sarannya, maka humas sering disebut sebagai ujung tombak organisasi.

Bagian penting dari struktur kelembagaan rumah sakit adalah hubungan masyarakat, yang membantu membangun, memelihara, dan meningkatkan citra positif rumah sakit. Dalam jangka panjang, perusahaan akan mampu bertahan dan unggul dalam pertarungan bisnis secara konsisten (Iriantara, 2014:63) jika mampu membangun citra yang positif dan kuat. Sejak berganti nama, RSUD(Rumah Sakit Umum) Sumberglagah bekerja keras membangun dan mempertahankan citra positif ini dalam jangka panjang.

Untuk mencapai tujuan, strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan pengelolaan (*management*). Namun, strategi

harus menunjukkan bagaimana taktik operasional untuk mencapai tujuan ini. Itu tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arah. Menurut definisi JL Thompson dalam Oliver (2007: 2) strategi sebagai sarana untuk mencapai suatu tujuan; tujuannya adalah tujuan dan sasaran organisasi, serta strategi kompetitif untuk setiap aktivitas.

Sementara itu, strategi bersaing secara langsung digerakkan oleh strategi fungsional. Bennett dalam Oliver (2007:2) menggambarkan sistem sebagai “landasan yang diputuskan oleh suatu asosiasi untuk diteruskan dalam mencapai tujuan utamanya”. Proses mengalokasikan sumber daya untuk mengimplementasikan kebijakan dan rencana untuk mencapai tujuan organisasi, menetapkan tujuan organisasi, dan mengembangkan kebijakan dan rencana untuk mencapai tujuan tersebut dikenal sebagai manajemen strategis. Untuk mencapai tujuan organisasi, manajemen strategis menggabungkan aktivitas berbagai bagian fungsional bisnis.

Diperlukan strategi PR yang tepat untuk memperbaiki citra negatif yang sudah terbentuk. Dalam keadaan normal, seorang PR profesional harus memiliki keterampilan manajerial dan teknis selain kemampuan untuk mengantisipasi, menghadapi, dan mengelola krisis kepercayaan dan penurunan citra. 247). Pemulihan citra positif masyarakat terkait dengan kepercayaan perusahaan menjadi tantangan berat lainnya. Citra perusahaan dipulihkan berkat hubungan masyarakat.

Tidak mudah mengubah Rumah Sakit Kusta menjadi Rumah Sakit Kusta yang kini menerima semua kelompok masyarakat dengan segala

keluhan penyakit, mengubah stigma dan phobia masyarakat terhadap citra rumah sakit. Masyarakat sebelumnya menganggap rumah sakit itu jorok, tidak terawat, dan didominasi oleh pasien kusta yang menular dan berbahaya. Oleh karenanya sekarang perubahan dengan hubungan masyarakat penting untuk memberikan citra baik. Agar masyarakat mau menerima perubahan yang dilakukan sehingga dapat lebih mudah untuk mengembangkan hubungan masyarakat melalui strategi perubahan yang ditetapkan.

Tujuan Rumah Sakit Umum Sumberglagahh adalah menjadi penyedia layanan masyarakat, pendidikan SDM kesehatan, dan layanan bidang medis yang terpercaya. Dulu pasien kusta dirawat di RSUSumberglagahh. Pada tahun 2017 Klinik Penyakit Sumberglagahh telah mendapatkan izin fungsional sebagai Klinik Gawat Darurat Umum Tipe C sesuai Surat Izin Fungsional Klinik Medis Nomor 440/3022/KES.2/416-115.3/2017 tanggal 11 Oktober 2017 yang diberikan oleh Badan Usaha dan Administrasi Kantor. Kabupaten Mojokerto, pintu terpadu. Klinik Spesialis Penyakit Dalam, Klinik Spesialis Mata, Klinik Spesialis Bedah, Klinik Spesialis Urologi, Klinik Spesialis Ortopedi, Klinik Spesialis Obstetri, Klinik Spesialis Rehabilitasi Medik, dan Klinik Spesialis Gigi telah memberikan pelayanan klinis spesialis sampai dengan tahun 2018 sampai dengan tahun seterusnya.

Tentunya RSUSumberglagahh dan RSK (Rumah Sakit Kusta) di Indonesia bekerja sama untuk menghilangkan persepsi negatif tentang kusta

ini. Akibatnya, penting untuk dicatat bahwa rumah sakit harus menumbuhkan citra publik yang positif. Tujuan humas, juga dieja "humas" dalam bahasa Indonesia, adalah untuk membangun dan memelihara citra publik yang positif bagi suatu perusahaan, organisasi, atau entitas lainnya. Menciptakan pemahaman melalui pengetahuan adalah inti dari PR, dan diharapkan kegiatan ini akan menghasilkan perubahan yang signifikan (Jefkins, 2015:2). Dari gambaran tersebut, kita dapat melihat bahwa periklanan merupakan suatu gerakan yang lebih luas daripada publikasi atau pajangan.

Klinik Penyakit Sumberglagah merupakan klinik darurat penyakit utama di wilayah Mojokerto. Hal ini disebabkan kusta tidak tersebar luas di mana-mana. Rumah sakit kusta ini harus mampu melayani masyarakat secara menyeluruh dan efektif sebagai unit pelayanan publik. Rumah Sakit Kusta Sumberglagah adalah salah satu dari banyak instansi rumah sakit di Mojoerto yang menempatkan bidang humas ke dalam strukturnya. Sebagai satu-satunya rumah sakit khusus di bidang kusta di wilayah Mojokerto, humas ini dibentuk dengan tujuan untuk merancang program-program (PR Plan) instansi kedepannya agar dapat tetap bertahan. Humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan instansi dengan penanaman citra positif kepada publik yang lebih baik dan dapat memperdalam kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan yang dilakukan Rumah Sakit Sumberglagah dan sehingga kedepannya memiliki citra yang sangat baik untuk dipercaya masyarakat dalam melakukan pengobatan.

Jika rumah sakit tersebut memisahkan pembuatan citra dari perawatan, kepercayaan publik akan tumbuh. Akibatnya, humas harus mengetahui segala sesuatu yang terjadi di masyarakat, termasuk keluhan masyarakat tentang layanan yang diberikan oleh bisnis, masalah produk, dan acara yang berlangsung di dekatnya, sehingga bisnis dapat merencanakan program untuk membantu masyarakat sebagai tanda kepedulian terhadap masyarakat.

Humas dilaksanakan di lingkungan eksternal RSK Sumberglagah untuk menjalin hubungan yang sehat, selaras, dan harmonis guna meninggalkan kesan yang menyenangkan dan menimbulkan opini publik yang baik bagi kelangsungan RSK Sumberglagah untuk kedepannya dalam menjalankan organisasi rumah sakit ini. Rumah Sakit Kusta Sumberglagah awalnya didirikan semata-mata untuk melayani pasien kusta, namun setelah direksi dan kebijakan berganti, rumah sakit tersebut akhirnya dibuka untuk masyarakat umum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat wilayah sekitar. Akibat perubahan struktur, regulasi, dan perencanaan strategis yang akan terjadi dengan ketersediaan pelayanan publik, dipandang perlu untuk membangun dan meningkatkan citra.

Mengingat masyarakat memiliki ketakutan yang sangat besar terhadap penyakit kusta. sehingga yang berkunjung ke rumah sakit ini hanya orang yang mengalami kusta. Padahal, rumah sakit ini memiliki banyak potensi. baik sumber daya manusia maupun fasilitas. Selain itu, ada banyak dokter terampil yang tersedia. Kami berharap ada asimilasi akibat



perubahan nama ini. Dalam pengertian ini, pasien yang datang bukan hanya penderita kusta lagi, tetapi juga pasien umum. Kami berpikir bahwa nama Rumah Sakit Kusta sedikit meleset. karena masyarakat umum memiliki kesan bahwa rumah sakit ini hanya merawat penderita kusta. Akibatnya, warga menjadi takut (*phobia*) memasuki lokasi ini.

Salah satu upaya yang dilakukan Klinik Penyakit adalah mengubah nama pendirian menjadi Klinik Darurat Sumberglagah dengan intinya menjadi Klinik Darurat Umum Sumberglagah. Namun, upaya ini tidak diragukan lagi tidak cukup untuk meningkatkan citra publik lembaga tersebut. Hubungan masyarakat diperlukan dalam pengaturan ini. Penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang peran, strategi, dan aktivitas tim humas RS Sumberglagah dalam membentuk cara pandang masyarakat guna meningkatkan citra institusi. Maka dari itu, penulis menetapkan judul penelitian: **“Strategi Humas Rumah Sakit Sumberglagah Dalam Meningkatkan Citra Rumah Sakit Kusta Sumberglagah Menjadi Rumah Sakit Umum”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diungkapkan di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra Rumah Sakit Kusta Sumberglagah Menjadi Rumah Sakit Umum.
2. Apa pengaruh dari strategi humas dalam meningkatkan citra pada masyarakat bagi Rumah Sakit Sumberglagah.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Rumah Sakit Kusta Sumber Glaga Menjadi Rumah Sakit Umum dan pengaruh dari meningkatnya citra pada masyarakat bagi Rumah Sakit Sumberglagah.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Secara Teoritis**

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi yang menjelaskan keberlakuan teori- teori komunikasi mengenai peranan humas dalam rumah sakit. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan atau acuan bagi penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

#### **1.4.2. Secara Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Rumah Sakit Sumberglagah sebagai bahan masukan dalam mengevaluasi kegiatan serta menyusun kebijaksanaan untuk membangun citra instansi ke depannya.

#### **1.4.3 Secara Sosial**

Dari hasil penelitian ini masyarakat dapat mengetahui tentang Rumah Sakit Sumberglagah dari rumah sakit khusus kusta menjadi rumah sakit umum.