

Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Primaya Hospital Evasari Jakarta

Lusia Ratna Rinci¹, Ratih Kurnia Hidayati², Sitinah³, Joshua Fernando^{*4}, Fitriana Sandi⁵

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular

Email: joshuafernandosaty@gmail.com

Abstrak

Komunikasi Kesehatan menjadi isu penting saat ini dalam meningkatkan pelayanan institusi kesehatan seperti Rumah Sakit. Peningkatan citra pelayanan kesehatan membutuhkan dukungan dari berbagai pihak. Bagi Rumah Sakit swasta peningkatan mutu pelayanan dibutuhkan untuk membangun citra institusi. Hubungan Masyarakat (Humas) mengambil peran untuk menjaga pelayanan distribusi informasi dari internal dan eksternal berjalan dengan baik.

Primaya Hospital Evasari merupakan salah satu Rumah Sakit yang ada di kawasan Jakarta Pusat. Tujuan penelitian ini ingin melihat bagaimana peran Humas dalam meningkatkan mutu pelayanan, dimana Primaya Hospital Evasari dikenal sebagai Rumah Sakit Ibu dan Anak, yang melakukan re-branding menjadi Rumah Sakit Umum.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep-konsep Peran Humas Rosady Ruslan dan konsep mutu pelayanan mengacu pada Parasurama. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif, dengan menggunakan teknik triangulasi, yang bertujuan untuk menjelaskan dengan sedalam-dalamnya di mana penelitian ini menggali kebenaran informasi melalui metode dan sumber perolehan data.

Temuan penelitian, Humas Primaya Hospital Evasari mempunyai peran penting dan mendorong keberhasilan dalam meningkatkan mutu pelayanan yang dalam hal menjadi *communicator*, membina *relationship*, dan membangun *corporate Image*. Sedangkan mutu pelayanan di Primaya Hospital Evasari mengalami peningkatan *tangible*, *responsive*, *Assurance* serta *Empaty*.

Kata Kunci: Komunikasi Kesehatan, Peran Humas, Mutu Pelayanan, Primaya Hospital Evasari

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini sangat meningkat dengan pesat. Manusia didorong untuk berusaha melakukan adaptasi melalui meningkatkan hubungan dengan orang lain. Pemenuhan kebutuhan manusia semakin terlihat ketika manusia merupakan makhluk sosial dimana ketika interaksi yang dilakukan identik dengan melayani satu sama lain. Sehingga pelayanan menjadi penting untuk semua institusi dalam menjaga citranya dihadapan khalayak (Syarah & Prastika, 2020).

Beberapa yang menjadi perhatian khusus dair masyarakat dalam melihat suatu kualitas layanan terlihat dari pelayanan yang diterima secara langsung. Sifat dimana masyarakat sering membandingkan kualitas pelayanan antara satu institusi dengan institusi yang lain. Institusipun didorong untuk memberikan pelayanan yang prima (Sitinah, 2019). Tujuan akhir dari pelayanan yang prima adalah terciptanya tingkat kepuasan oleh pelanggan sesuai dengan visi misi institusi layanan (Raturoma & Wijaya, 2019).

Terciptanya layanan yang prima dapat membentuk sebuah opini public yang baik mengenai citra institusi. Dampaj baik yang diterima institusi berupa kepercayaan dan loyalitas dari pengguna layanan (Christina et al., 2021).

Membangun hubungan yang efektif dan harmonis juga salah satu bentuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas yang dibangun bukan hanya untuk memuaskan pelanggan tetapi pihak-pihak eksternal yang berhubungan dengan institusi secara langsung. Oleh karena itu dibutuhkan suatu divisi dengan tujuan untuk membangun hubungan internal dan eksternal institusi dengan baik (Sitinah, 2020).

Hubungan Masyarakat (Humas) berfungsi untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan symbiosis mutualisme dengan berbagai pihak dan stakeholders yang ada (Rice & Giles, 2016). Proses dalam kompetisi ini yang menimbulkan persaingan antar institusi sebagai penyedia layanan jasa kesehatan untuk menangkap hari masyarakat agar instansi dalam berjalan dengan baik dan meningkatkan jumlah pelanggan (Krisna & Sudibyo, 2020).

Rumah Sakit merupakan salah satu layanan jasa yang terus menjaga kualitas pelayanan di bidang kesehatan (Yuliana, 2020).

Kualitas pelayanan kesehatan harus terus mengalami peningkatan karena masyarakat menaruh harapan untuk mendapatkan layanan yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan kesehatan. Sehingga komunikasi kesehatan menjadi bidang ilmu penting dalam menjaga relasi antara Rumah Sakit dan penerima layanan kesehatan (Sitinah, 2019).

Rumah Sakit dalam penerapan layanan sering mendapatkan pengaduan berupa keluhan dari masyarakat. Kelalaian dan kurangnya fasilitas yang memadai merupakan isu yang sering menurunkan citra pelayanan fasilitas kesehatan (Sitinah, 2020). Pasien merasa pelayanan yang diberikan kurang mumpuni yang berasal dari Sumber Daya Manusia (SDM) kesehatan (Hidayat, 2015).

Bbeberapa contoh kurangnya pelayanan kesehatan seperti prosedur administrasi yang masih berbelit, sehingga ketika pasien dalam keadaan gawat darurat sering tidak terlayani dengan baik. Cepat tanggap dari SDM kesehatan seperti dokter, perawat, dan tenaga kesehatan lainnya yang masih dirasa kurang dan penundaan prosedur dikarenakan kendala administrasi keuangan.

Permasalahan lainnya yang sering di temui di luar dari petugas kesehatan seperti petugas *customer service* yang kurang kurang informatif kepada pasien maupun pengunjung, layanan petugas keamanan terhadap pasien maupun

keluarganya yang ingin berkunjung, kebersihan ruang inap yang kurang terjaga, fasilitas kesehatan yang kurang lengkap; keamanan dan kenyamanan pasien dan keluarga selama menjalani proses perawatan kesehatan yang kurang terjamin, biaya perawatan yang terlalu mahal, serta terjadinya malpraktek.

Masyarakat akan menumbuhkan loyalitasnya jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dari pelayanan Rumah Sakit. Kepercayaan akan meningkat terhadap kualitas atau mutu pelayanan Rumah Sakit. Relasi antara institusi, masyarakat, dan stakeholderspun akan meningkat seiring pengelolaan informasi dan kualitas yang baik (Darmawan & Cahyani, 2019).

Keluhan yang datang dari masyarakat dapat menimbulkan dampak positif dan dampak negatif citra pelayanan Rumah Sakit. Dampak positif yang ditimbulkan dari keluhan tersebut dianggap sebagai masukan yang akan membawa peningkatan kualitas atau mutu pelayanan (Furqon et al., 2018).

Dampak negatif dari layanan yang tidak prima dan keluhan-keluhan tersebut tidak segera ditangani, maka akan menurunkan kredibilitas rumah sakit, karena saat ini penyebaran informasi bisa berkembang secara cepat sehingga informasi negative bisa tersebar dari satu pasien menuju pasien lain sehingga akan membuat *image* yang buruk bagi Rumah Sakit (Enggarratri, 2017). Dalam kenyataannya akhir-akhir ini masyarakat terutama penerima layanan Rumah Sakit semakin kritis terhadap kualitas atau mutu pelayanan yang mereka terima dan menjadi tantangan manajemen Rumah Sakit untuk mengelola hubungan tersebut. Rumah Sakit didorong untuk meningkatkan kualitas atau mutu pelayanan, baik mutu pelayanan fasilitas, maupun keramahan petugas, yang bertujuan agar mereka tidak kehilangan konsumen atau langganan mereka.

Salah satu Rumah Sakit yang ada di kawasan Jakarta Pusat adalah Primaya Hospital Evasari. Penelitian ini ingin melihat bagaimana peran Humas dalam meningkatkan mutu pelayanan, dimana dahulu Primaya Hospital Evasari dikenal sebagai Rumah Sakit Ibu dan Anak, sedangkan saat ini Primaya Hospital Evasaris sudah melakukan *re-branding* menjadi Rumah Sakit Umum.



Gambar 1 Primaya Hospital Evasari (Sumber: linksehat.com, 2022)

Primaya Hospital Evasari merupakan Rumah Sakit swasta yang cukup banyak mendapat perhatian dari masyarakat. Primaya Hospital Evasari telah menjadi salah satu alternatif pilihan masyarakat di daerah Jakarta Pusat meskipun banyak Rumah Sakit swasta lain di daerah ibukota Jakarta.

Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pasien yang menaruh kepercayaan untuk dapat dilayani sebagai fasilitas kesehatan (Irawan & Venus, 2016). Berkat kepercayaan dari masyarakat ini dan semakin meningkatnya pengguna jasa

rawat inap tersebut tentu saja Primaya Hospital Evasari didorong untuk semakin meningkatkan profesionalisme pelayanan kesehatan.

Dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat bagian unit kerja Humas Primaya Hospital Evasari Jakarta Pusat bekerja keras dalam memetakan rencana peran humas yang dapat menunjang tujuan Rumah Sakit. Humas yang bertugas sebagai pemberi informasi, menyatukan sikap atau tindakan suatu lembaga mengajak masyarakat untuk mengubah sikap kepada yang lebih baik. Salah satu cara yang dilakukan guna memenuhi kepuasan pelayanan kepada pasien adalah dengan menunjukkan keramahan (Sitinah, 2020). Dengan menunjukkan perhatian penuh, sikap ramah, dan tutur kata yang lemah lembut, diharapkan seorang petugas layanan kesehatan mampu bekerjasama dengan pasien dalam memberikan asuhan keperawatan (Martua & Rahma, 2017).

Dalam menjalankan fungsinya, Humas Primaya Hospital Evasari Jakarta Pusat berupaya memberikan pelayanan kepada pasien dengan mengutamakan kepuasan dan kenyamanan serta berusaha untuk memenuhi keinginan dan hasrat yang menjadi media pemenuhan kebutuhan bagi pasien.

Dalam hal ini, Humas Primaya Hospital Evasari mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan mutu pelayanan Primaya Hospital Evasari, agar masyarakat semakin percaya bahwa Primaya Hospital Evasari pasti memiliki pelayanan kesehatan yang berkualitas yang akan dapat mempertahankan *Customer Relations* (Hubungan Pelanggan) sehingga diharapkan dapat meningkatkan *profit* atau keuntungan Primaya Hospital Evasari. Primaya Hospital Evasari dinaungi oleh PT Evasari, Rumah Sakit ini berlokasi di Jl.Rawamangun No.47 Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta. Berdasarkan uraian yang telah teridentifikasi sebelumnya, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk melihat “Bagaimana peran Hubungan Masyarakat dalam meningkatkan mutu pelayanan Primaya Hospital Evasari Jakarta Pusat”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif (Sitinah & Sofiwati, 2021). Penelitian kualitatif pada hakekatnya adalah mengamati fenomena (orang, peristiwa, proses, gejala) dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka serta berusaha memahami tentang dunia mereka. Metode penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang membuat deskripsi secara sistematis, faktual, akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Sofiwati, 2019).

Pengambilan data primer menggunakan tehnik wawancara untuk memperoleh data secara mendalam (Sitinah et al., 2022). Pedoman wawancara dengan tujuan agar wawancara tidak menyimpang dari permasalahan. Pada wawancara yang dilakukan penulis mengadakan tanya jawab dengan narasumber secara langsung. Pertanyaan peneliti ditunjukkan kepada Humas Primaya Hospital Evasari, lalu narasumber bebas memberikan jawaban sesuai fakta yang diketahui serta memiliki ketertarikan dengan data yang dicari dalam penelitian. Teknik wawancara memungkinkan responden atau subyek yang diteliti bertatap muka secara langsung (*face to face*), kemudian menanyakan sesuatu yang telah direncanakan sesuai dengan pedoman wawancara kepada narasumber (Fernando et al., 2019).

Penelitian ini juga menggunakan sumber data sekunder yaitu dokumen-dokumen perusahaan yang relevan yang dijadikan sebagai sumber data tambahan seperti profil Primaya Hospital Evasari, struktur organisasi Primaya Hospital Evasari, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Wawancara dilakukan dengan subyek penelitian yaitu 2 (dua) orang dari pihak internal yaitu Vera Evelyn Sinambela yang menjabat sebagai Humas Primaya Hospital Evasari dan salah satu perawat yaitu Heni Mariati Tambun Primaya

Hospital Evasari, sedangkan dari pihak eksternal berjumlah 2 (dua) orang pasien yang identitasnya tidak mau disebutkan terkait privasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu program yang dilakukan Primaya Hospital Evasari yaitu mengadakan penyuluhan baik di lingkungan RS maupun pada masyarakat sekitar. Selain itu Primaya Hospital Evasari juga Memberikan edukasi kepada pasien-pasien yang baru dirawat maupun pasien yang berobat di poliklinik atau IGD. Primaya Hospital Evasari juga bekerja sama dengan pihak asuransi dan perusahaan – perusahaan dalam menawarkan jasa kesehatan. Beberapa asuransi dan perusahaan yang telah bekerja sama antara lain Prudential, Sinar Mas, Inhealt.

Peran Humas RS Evasari Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan

Peran Humas pada Primaya Hospital Evasari menjadi penting dengan tujuan untuk senantiasa menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep peran humas Menurut (Ruslan, 2005:10) dimana terdapat 4 (empat) peran utama Humas, yaitu: 1) Sebagai *communicator* yaitu menyampaikan informasi lembaga kepada publik sehingga publik dapat memahami fungsi lembaga; 2) Membina *relationship* yaitu berupaya membina hubungan baik yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik; 3) Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan; 4) Membentuk *corporate image*, artinya humas berperan dalam menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Peran Humas di Primaya Hospital Evasari salah satunya sebagai *communicator*, hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Key Informan Vera Efelyn

Sinambela selaku Humas pelaksana Primaya Hospital Evasari dan Heni Mariati Tambun yang berperan sebagai perawat selaku informan 1 (perawat) yaitu:

“Memberikan produk knowledge yang ada di Primaya Hospital Evasari yang sangat berhubungan dengan pasien – pasien wanita atau ibu – ibu dengan memberikan penyuluhan baik di lingkungan RS maupun dimasyarakat sekitar dan memberikan edukasi kepada pasien – pasien yang baru dirawat maupun pasien – pasien yang berobat di poliklinik atau IGD Primaya Hospital Evasari tentang pentingnya menjaga kesehatan.”

“Dengan mempromosikan Primaya Hospital Evasari kepada para konsumen, misalnya menginformasikan tindakan – tindakan apa saja yang bisa dilakukan, dokter spesialis apa saja yang ada, fasilitas – fasilitas apa saja yang ada di Primaya Hospital Evasari, serta mengadakan seminar dan kegiatan sosial di tengah – tengah masyarakat sehingga konsumen atau pelanggan lebih tau banyak tentang Primaya Hospital Evasari. Ujar Vera”

Dalam menjalankan perannya Humas Primaya Hospital Evasari juga membina *Relationship*, sudah melakukan perannya dalam membina *Relationship* (van Oort et al., 2019). Peran humas dapat diarahkan secara internal, diantaranya melalui networking dengan unit-unit kerja lainnya untuk meningkatkan pelayanan. Serta peran humas secara eksternal dengan publik dengan membentuk *corporate image* yang baik (Wiwitan, 2005). Peran Humas dalam meningkatkan mutu pelayanan RS Evasari dinilai sangat penting karena berpengaruh pada loyalitas pelanggan dan nama baik perusahaan. Dari hasil penelitian penulis peran humas yang sudah dilakukan oleh RS Evasari yaitu sebagai 1) *Communicator*; 2) *Membina Relationship*; 3) *Corporate Image*.

“Pelayanan Humas terhadap pelanggan yang saya tahu adalah sudah cukup baik, sebab yang kita tahu bahwa pelanggan adalah raja, sehingga kitapun

sebagai karyawan selalu dengan maksimal memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pasien atau pelanggan” ungkap Heni.

“Membangun hubungan kerja sama atau relasi yang baik dengan para pelanggan atau pasien sehingga pasien merasa mendapatkan pelayanan yang terbaik di Evasari” kata Heni.

Mutu Pelayanan di RS Evasari

Pengertian mutu pelayanan pada Primaya Hospital Evasari adalah kualitas yang baik dan memenuhi standard kesehatan untuk menangani berbagai penyakit dan tindakan dokter dengan tepat. Parasurama (2005) dalam (Sinollah & Masruro, 2019) menjelaskan mengenai mutu pelayanan yang terdiri dari 5 (lima) dimensi kualitas jasa yaitu 1) *Tangible* (berwujud), meliputi hal yang terlihat secara nyata seperti penampilan fisik, struktur fasilitas, pelayananan SDM dan alat-alat/media komunikasi yang digunakan; 2) *Realibility* (keandalan), merupakan kemampuan untuk menjalankan jasa secara konsisten dan dapat dipercaya (akurat); 3) *Responsive* (cepat tanggap), merupakan kemampuan untuk melayani secara cepat sehingga pengguna layanan merasakan kepuasan layanan yang di berikan; 4) *Assurance* (kepastian), dimana pengetahuan dan sifat keramahmataman setiap perangkat layanan dapat menimbulkan kepercayaan dan loyalitas dari pengguna layanan; 5) *Empaty* (empati), meliputi pemahaman pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan. Mutu pelayan Humas di RS Evasari salah satunya sebagai *Tangible*, Menurut wawancara dengan key informan yaitu:

“Dalam meningkatkan mutu pelayanan Primaya Hospital Evasari menyediakan fasilitas yang telah dibutuhkan pasien seperti UGD, Poli Spesialis, Subspesialis, farmasi dll.” Ujar Vera

Dalam menjalankan mutu pelayanan Humas RS. Evasari juga sebagai Responsive, Sebagaimana dapat dilihat dari hasil wawancara Heni Mariati Tambun selaku perawat, yaitu:

“Dalam meningkatkan mutu pelayanan RS Evasari. Peran Humas sendiri adalah sebagai penghubung antara konsumen atau pelanggan dengan RS. Dimana bila ada masukan, saran atau kritik bagian Humas lah yang berperan untuk memfollow up hal tersebut. Sehingga untuk kedepannya RS lebih maju.”

Menurut wawancara dengan informan eksternal 2:

“Hubungan yang dilakukan oleh Humas Primaya Hospital Evasari RS Evasari sangat baik, karena Setiap keluhan yang kami ajukan kepada pihak Humas Primaya Hospital Evasari selalu mendapatkan solusi yang terbaik. Itulah menurut saya salah satu dari upaya membangun hubungan yang baik terhadap konsumen.”

Kemudian mutu pelayanan humas selanjutnya yaitu sebagai *assurance* , hal ini juga sudah dilakukan oleh humas Primaya Hospital Evasari

“Dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan Primaya Hospital Evasari mengadakan penyuluhan baik di lingkungan RS maupun dimasyarakat sekitar dan memberikan edukasi kepada pasien – pasien yang baru dirawat maupun pasien - pasien yang berobat di poliklinik atau IGD Primaya Hospital Evasari.”

Dari hasil penelitian penulis mutu pelayanan yang sudah dilakukan oleh RS Evasari yaitu sebagai Tangible, Responsive, Assurance, Empaty. Mutu pelayanan sangat penting untuk memberikan kepuasan kepada Primaya Hospital Evasari yang bersifat Tangible, Responsive, Assurance dan Empati.

Peran Humas Primaya Hospital Evasari dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan

Peran humas dalam meningkatkan mutu pelayanan adalah sebagai *communicator* yaitu menyampaikan informasi lembaga kepada publik sehingga publik dapat memahami fungsi lembaga. Pelaksanaan sebagai penghubung organisasi dengan publik diwujudkan dengan proses komunikasi, dalam proses komunikasi tersebut suatu kegiatan penyampaian pesan. Pesan komunikasi ini melibatkan beberapa aspek diantaranya yaitu komunikator, pesan, media komunikasi yang digunakan, komunikasi dan umpan balik.

Humas Primaya Hospital Evasari berperan penting untuk mendukung kegiatan-kegiatan yang ada di di RS Evasari dalam memberikan informasi publik kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, peran humas sebagai *comunicator* diwujudkan dengan memberikan penyuluhan baik di lingkungan RS maupun di masyarakat sekitar, memberikan penjelasan mengenai produk *knowledge* yang ada Primaya Hospital Evasari, memberikan edukasi kepada pasien – pasien yang baru dirawat maupun pasien – pasien yang berobat di poliklinik atau IGD serta mempromosikan Primaya Hospital Evasari kepada para konsumen, misalnya menginformasikan tindakan – tindakan apa saja yang bisa dilakukan, dokter spesialis apa saja yang ada.

Menurut (Ruslan, 2005:10), peran humas sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya, artinya humas bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam melakukan komunikasi dua arah timbal balik dengan publik internal dan eksternal.

Humas dalam memberikan informasi kepada konsumen tidak terlepas dari bahan-bahan informasi yang akan di sebarkan agar informasi yang akan disampaikan lebih terorganisir (Haryani et al., 2016). Dalam hal ini media

komunikasi yang digunakan humas Primaya Hospital Evasari tidak dijelaskan oleh *key informant*. Media humas sebagai alat bantu atau saluran komunikasi akan mudah diterima oleh konsumen yang tersebar diberbagai tempat serta luas jangkauannya (Mahfuzhah & Anshari, 2018). Penggunaan media yang efektif untuk mempengaruhi konsumen serta mampu menghasilkan publisitas tinggi dalam waktu relatif singkat dan bersamaan.

Penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa dalam menyampaikan informasi sebagai wujud peran humas dalam meningkatkan mutu pelayanan berjalan dengan cukup baik, terlihat dari penyampaian informasi yang disampaikan kepada konsumen. Namun dalam hal ini humas Primaya Hospital Evasari tidak menjelaskan media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi. Media yang digunakan hanya pesan-pesan secara lisan kepada konsumen.

Peran humas membina relationship yaitu berupaya membina hubungan baik yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik. Peran humas pembina hubungan kerja sama antara Primaya Hospital Evasari dengan pihak internal dan eksternal. Membina hubungan baik dan kerja sama dengan konsumen maupun pihak-pihak yang membutuhkan sangatlah penting demi menjaga eksistensi RS. Berdasarkan hasil penelitian, peran humas dalam membina relationship diwujudkan dengan melakukan kerja sama dengan pihak internal dan pihak eksternal. Membina hubungan baik dengan pihak internal dapat dilihat dari dengan menjalin networking ke setiap unit-unit atau divisi yang ada di Primaya Hospital Evasari, sehingga pelayanan yang diberikan lebih maksimal serta memotivasi semua unit untuk lebih menghargai *customer*, karena hal ini berpengaruh pada loyalitas pelanggan dan nama baik Primaya Hospital Evasari, serta memberikan pelayanan terbaik untuk para pasien atau pelanggan, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh *customer* selalu dijawab dengan baik dan setiap keluhan yang ada selalu mendapatkan solusi yang terbaik (Elian, Novi; Lubis, Djuara P ; Rangkuti, 2014).

Menurut (Ruslan, 2005), peran humas sebagai *relationship* artinya humas berupaya untuk melakukan hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publik. Berdasarkan dari pembahasan-pembahasan diatas dapat diketahui bahwa peran humas sebagai pembina hubungan sudah berjalan baik dimana hal ini dapat mempengaruhi kualitas mutu pelayanan. Upaya-upaya yang dilakukan oleh humas Primaya Hospital Evasari diharapkan dapat saling menguntungkan untuk RS maupun konsumen.

Peran humas Membentuk *corporate image*, artinya peranan public relations berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. Membangun dan menciptakan citra positif suatu organisasi merupakan tujuan akhir dari aktivitas humas. Citra positif dibentuk melalui kegiatan komunikasi antara RS dengan konsumen sehingga akhirnya dari kegiatan komunikasi kedua belah pihak saling mempercayai dan memperoleh manfaat baik.

Berdasarkan hasil, bahwa humas Primaya Hospital Evasari memotivasi semua unit untuk lebih menghargai customer, membangun hubungan kerja sama atau relasi yang baik dengan para pelanggan atau pasien sehingga pasien merasa mendapatkan pelayanan terbaik di Primaya Hospital Evasari.

Memberikan pelayan kepada customer selain bentuk kegiatan pelayanan juga dapat dikatakan sebagai bentuk menciptakan citra positif RS. Apabila pelayanan yang diberikan oleh Primaya Hospital Evasari baik maka *customer* akan memberikan penilaian yang baik kepada Primaya Hospital Evasari.

Menurut (Ruslan, 2005), peran humas sebagai *corporate image* artinya humas berperan menjaga dan menciptakan citra yang positif terhadap organisasi dimata publik. Humas Primaya Hospital Evasari dalam meningkatkan kepercayaan berupaya untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer, sehingga customer merasa puas. Bila customer merasa puas maka akan menciptakan citra yang positif bagi Primaya Hospital Evasari.

Mutu Pelayanan di Primaya Hospital Evasari

Mutu pelayanan *tangible* (berwujud), meliputi penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, karyawan dan alat-alat komunikasi. Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, dimana penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Berdasarkan hasil penelitian, dalam meningkatkan mutu pelayanan Primaya Hospital Evasari menyediakan fasilitas yang telah dibutuhkan pasien seperti UGD, Poli spesialis, Subspesialis, farmasi dll. Primaya Hospital Evasari sebagai pelayanan pemberi jasa membuktikan bahwa dengan tersedianya fasilitas-fasilitas yang ada di Primaya Hospital Evasari dapat memberikan mutu pelayanan yang nyata terhadap para customernya, sehingga customer merasa puas dengan fasilitas yang teredia.

Mutu pelayanan *Responsive* (cepat tanggap): yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan (konsumen) dan menyediakan jasa atau pelayanan yang tepat dan cepat pada pasien, dengan menyampaikan informasi yang jelas.

Berdasarkan hasil penelitian, peran humas Primaya Hospital Evasari dalam meningkatkan mutu adalah sebagai penghubung antara konsumen atau pelanggan dengan RS. Dimana bila ada masukan, saran atau kritik bagian humas lah yang berperan untuk memfollow up hal tersebut. Sehingga untuk kedepannya RS lebih maju, serta Setiap keluhan yang diajukan oleh customer kepada pihak Humas Primaya Hospital Evasari selalu mendapatkan solusi yang terbaik.

Dalam hal ini Humas Primaya Hospital Evasari mampu untuk membantu memberikan solusi kepada *customer* dalam menyikapi setiap keluhan dan masukan yang ada, dimana Primaya Hospital Evasari tidak membiarkan pasien tanpa kejelasan dimana dapat menimbulkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan. Hal ini merupakan salah satu dari upaya membangun hubungan yang baik terhadap konsumen.

Mutu pelayanan *Assurance* (kepastian), mencakup pengetahuan dan keramahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

Berdasarkan hasil penelitian, Humas Primaya Hospital Evasari dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan Primaya Hospital Evasari mengadakan penyuluhan baik di lingkungan RS maupun dimasyarakat sekitar dan memberikan edukasi kepada pasien – pasien yang baru dirawat maupun pasien – pasien yang berobat di poliklinik atau IGD Primaya Hospital Evasari.”

Asuransi diartikan sebagai salah satu kegiatan menjaga kepastian atau menjamin keadaan dari apa yang dijamin atau suatu indikasi menimbulkan rasa kepercayaan, dalam hal ini dengan memberikan edukasi dan penyuluhan kepada masyarakat maka dapat menimbulkan rasa kepercayaan kepada Primaya Hospital Evasari sebagai pemberi jasa, dimana dengan pengetahuan yang dimiliki karyawan dapat memberikan rasa puas kepada customer (Japarianto & Adelia, 2020).

Mutu pelayanan *Empaty* (empati), meliputi pemahaman pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, mutu pelayanan humas terhadap pelanggan adalah sudah cukup baik, sebab yang kita tahu bahwa pelanggan adalah raja, sehingga kitapun sebagai karyawan selalu dengan maksimal memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pasien atau pelanggan.

Sikap empati diyakini dapat berpengaruh terhadap hasil komunikasi dalam berbagai tipe dari hubungan-hubungan sosial kita sehari-hari (Huda et al., 2017). Empati yaitu peduli, memberi perhatian pribadi dengan pasien atau dengan kata lain kemampuan untuk merasakan dengan tepat perasaan orang lain. Primaya Hospital Evasari sudah dapat menjalankan hal ini dalam menjaga mutu pelayanannya, sebab *customer* adalah raja, sehingga mereka pun memberikan pelayanan yang maksimal kepada para *customer*.

Mutu pelayanan dari Primaya Hospital Evasari selalu dijaga dengan memenuhi standar pelayanan yang memuaskan konsumen atau pelanggan (Zainal & Sarwoprasodjo, 2018). Peningkatan mutu pelayanan, diantaranya melalui *product knowledge* dari Primaya Hospital Evasari. Humas Primaya Hospital Evasari telah melakukan hal yang sangat baik untuk meningkatkan mutu pelayanan melalui kegiatan yang diadakan yaitu edukasi dan penyuluhan masyarakat. Hal tersebut juga menguntungkan bagi konsumen maupun pihak Primaya Hospital Evasari.

KESIMPULAN DAN SARAN

Peran Humas dalam meningkatkan mutu pelayanan Primaya Hospital Evasari sebagai *communicator* yaitu menyampaikan informasi lembaga kepada publik sehingga publik dapat memahami fungsi lembaga. Peran humas RS Evasari sebagai *comunicator* diwujudkan dengan memberikan penyuluhan baik di

lingkungan RS maupun di masyarakat sekitar, memberikan penjelasan mengenai produk knowledge yang ada di Primaya Hospital Evasari.

Sebagai pembina relationship yaitu berupaya membina hubungan baik yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik. Peran Humas Primaya Hospital Evasari sebagai relationship dengan menjalin networking ke setiap unit-unit atau divisi yang ada di Primaya Hospital Evasari, serta memotivasi semua unit untuk lebih menghargai *Customer*.

Meningkatkan *corporate image*, artinya peranan humas berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. Peran humas Primaya Hospital Evasari membangun hubungan kerja sama atau relasi yang baik dengan para pelanggan atau pasien sehingga pasien merasa mendapatkan pelayanan terbaik di Primaya Hospital Evasari.

Mutu pelayanan di Primaya Hospital Evasari bisa dilihat dari pelayanan tangible (berwujud), dalam meningkatkan mutu pelayanan RS Evasari menyediakan fasilitas yang telah dibutuhkan pasien seperti UGD, Poli spesialis, Subspesialis, farmasi dll.”

Pelayanan *Responsive* (cepat tanggap), sebagai penghubung antara konsumen atau pelanggan dengan RS. Dimana bila ada masukan, saran atau kritik bagian humas lah yang berperan untuk memfollow up hal tersebut. Sehingga untuk kedepannya RS lebih maju, serta Setiap keluhan yang diajukan oleh customer kepada pihak Humas Primaya Hospital Evasari selalu mendapatkan solusi yang terbaik.

Pelayanan *Assurance* (kepastian), Humas Primaya Hospital Evasari dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan Primaya Hospital Evasari mengadakan penyuluhan baik di lingkungan RS maupun dimasyarakat sekitar dan

memberikan edukasi kepada pasien – pasien yang baru dirawat maupun pasien – pasien yang berobat di poliklinik atau IGD Primaya Hospital Evasari.

Pelayanan *Empaty* (empati), mutu pelayanan humas terhadap pelanggan adalah sudah cukup baik, sebab yang kita tahu bahwa pelanggan adalah raja, sehingga kitapun sebagai karyawan selalu dengan maksimal memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pasien atau pelanggan.

Adapun penelitian ini merekomendasikan untuk Humas Primaya Hospital Evasari perlu secara periodik setiap 6 bulan menyelenggarakan kegiatan pelatihan kepada seluruh pegawai sehingga peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Disisi lain, Humas perlu mengutamakan mutu pelayanan prima dalam setiap tugas dan peran dalam kaitannya memberikan informasi terkait Primaya Hospital Evasari, bersikap santun dalam melayani pelanggan dimana pelanggan adalah raja supaya mutu pelayanan Humas Primaya Hospital Evasari dinilai baik dimata pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Christina, S., Sitinah, S., Kuniawati, L. S., Sandi, F., & Marta, R. F. (2021). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT Antavaya Melalui Program Acara Celebrity on Vacation Trans TV. *Tuturlogi*, 02(01), 25–38.
<https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2020.002.01.2>
- Darmawan, B., & Cahyani, N. (2019). Perencanaan Strategi Public Relations Garuda. *MetaCommunication; Journal Of Communication Studies*, 4(2), 249–258.
- Elian, Novi; Lubis, Djuara P ; Rangkuti, P. A. (2014). Penggunaan Internet Dan Pemanfaatan Informasi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 12(2), 104–109.

- Enggarratri, I. D. (2017). Peran Media Massa Sebagai Pendukung Citra Organisasi. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(1), 43.
<https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.9>
- Fernando, J., Sya, M., & Marta, R. F. (2019). Amalgamation as a Strengthening Ethic. *MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 35(2), 334–341.
<https://doi.org/10.29313/mimbar.v35i2.4863>
- Furqon, M. A., Hermansyah, D., Sari, S., Sukma, A., Akbar, Y., & Rakhmawati, N. A. (2018). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet. *Jurnal Sositologi*, 17(2), 2–4.
- Haryani, S., Sahar, J., & Sukihananto, S. (2016). Penyuluhan Kesehatan Langsung dan melalui Media Massa Berpengaruh terhadap Perawatan Hipertensi pada Usia Dewasa Di Kota Depok. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 19(3), 161–168. <https://doi.org/10.7454/jki.v19i3.469>
- Hidayat, T. W. (2015). Analisis Berita Kesehatan di Media Massa terhadap Pelayanan Publik. *Jurnal Simbolika*, 1(September), 137–153.
- Huda, M., Hehsan, A., Jasmi, K. A., Mustari, M. I., Shahrill, M., Basiron, B., & Gassama, S. K. (2017). Empowering children with adaptive technology skills: Careful engagement in the digital information age. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 9(3), 693–708.
<https://www.iejee.com/index.php/IEJEE/article/view/184>
- Irawan, D., & Venus, A. (2016). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Keluarga Berencana Jakarta Barat. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(2), 122–132. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n2.1>
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable

Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>

Krisna, B., & Sudiby. (2020). Upaya Komunikasi Pemasaran Start-Up Pada PT. Moka Indonesia. *Visioner : Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(1), 249–256.

Mahfuzhah, H., & Anshari, A. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 137–149.
<https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>

Martua, J., & Rahma. (2017). *Peran Birokrasi Pemerintah sebagai Penyelenggara Pelayanan Publik*. 20(1), 21–30.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/5xvew>

Raturoma, J. M. A., & Wijaya, L. S. (2019). Aktivitas Public Relations Dalam Upaya Meningkatkan Citra Taman Wisata Candi Borobudur. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 114–125.
<https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v10i2.916>

Rice, R. E., & Giles, H. (2016). The Contexts and Dynamics of Science Communication and Language. *Journal of Language and Social Psychology*, 36(1), 127–139. <https://doi.org/10.1177/0261927X16663257>

Ruslan, R. (2005). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. In *Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada*.

Sinollah, & Masruro. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual-Parasuraman_ dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kapanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.

Sitinah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Relations dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di PT. Serasi Logistics Indonesia.

Visioner: Jurnal Penelitian Komunikasi, 1(2), 190–204.

Sitinah. (2020). Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Rumah Sakit Medirossa 2 Cibusah Cikarang Jawa Barat. *Visioner: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(1), 205–217.

Sitinah, & Sofiwati, S. (2021). Strategi Komunikasi Bisnis Quadro Helix Dalam Digitalisasi Umkm Jabodetabek. *Komunikata57*, 2(1), 44–51. <http://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/komunikata57/article/view/238>

Sitinah, Sofiwati, S., Fernando, J., & Hidayati, R. K. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Personal Branding Generasi Milenial. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 09(01), 1–14. <https://doi.org/10.22236/komunika.v9i1.7892>

Sofiwati, S. (2019). Sikap Siswa Siswi SMA Bina Dharma Ciracas Jakarta Timur Terhadap Tayangan Sinetron Anak Jalanan Di RCTI. *Visioner: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 1(April), 31–42. <http://ojs.mputantular.ac.id/index.php/vis/article/view/177>

Syarah, M. M., & Prastika, E. R. (2020). Strategi Humas Dalam Menyampaikan Informasi Terkait Eksistensi Taman Mini Indonesia Indah (TMII) di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Public Relations-Jpr*, 1, 97–101.

van Oort, P. J. S., Maaskant, J. M., Smeulers, M., van Oostrum, N., Vermeulen, E., & van Goudoever, J. B. (2019). Participation of Parents of Hospitalized Children in Medical Rounds: A Qualitative Study on Contributory Factors. *Journal of Pediatric Nursing*, 46, e44–e51. <https://doi.org/10.1016/j.pedn.2019.02.033>

Wiwitan, T. (2005). Upaya Pemulihan Citra Perum Perhutani: Studi Manajemen Public Relations. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(1), 127–146.

<https://doi.org/10.29313/mediator.v6i1.1183>

Yuliana. (2020). Corona Virus Diseases (Covid -19); Sebuah Tinjauan Literatur. *Wellness and Healthy Magazine*, 2(1), 187–192.

<https://wellness.journalpress.id/wellness/article/view/v1i218wh>

Zainal, A. G., & Sarwoprasodjo, S. (2018). Strategi Komunikasi Politik Pemerintahan Daerah dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pedesaan (Studi Program “Bupati Ronda” di Kabupaten Lampung Tengah). *MetaCommunication; Journal Of Communication Studies*, 3(1), 54–66.