

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan. Ilmu komunikasi semakin berkembang seiring dengan bertumbuhnya pula kebutuhan manusia akan informasi. *Public relations* merupakan salah satu cabang dari ilmu komunikasi yang mempunyai peran besar dalam hal penyampaian informasi, khususnya dalam suatu perusahaan atau instansi. Praktisi *Public relations* merupakan penghubung komunikasi antara sebuah perusahaan atau instansi dengan publik atau masyarakat. Pekerjaan *public relations* tentu saja tidak terlepas dari prinsip komunikasi, yaitu menciptakan komunikasi yang efektif. Keefektifan suatu komunikasi baru akan tercapai jika timbulnya saling pengertian antara komunikator dan komunikan, atau dapat dikatakan timbulnya persepsi yang sama tentang pemaknaan suatu hal.

Suatu perusahaan atau instansi membutuhkan praktisi *public relations* untuk menunjang seluruh penyampaian informasi kepada khalayaknya, agar komunikasi antara instansi dan publik dapat berjalan dengan baik dan tepat sasaran guna menciptakan kepercayaan dari masyarakat terhadap instansi tersebut. *Public relations* atau Humas berfungsi sebagai mediator yang dapat mendukung pemeliharaan hubungan antara instansi dengan publiknya. Aktivitas komunikasi yang menyangkut berbagai pengertian, penerimaan dan kerjasama, akan melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan dan membantu manajemen untuk mampu menghadapi opini publik. Jadi, fungsi *public relations* bersifat melekat pada manajemen perusahaan, yaitu bagaimana *public relations* dapat menyelenggarakan dan menjaga komunikasi timbal balik antara perusahaan atau instansi yang diwakilinya dengan publiknya.

Dunia *public relations* sendiri sudah memasuki era yang disebut dengan era kompetisi, adanya persaingan usaha yang semakin ketat sebagai dampak dari globalisasi. Selain itu terdapat faktor lain dimana pembentukan, pemeliharaan dan peningkatan rasa kepercayaan dari masyarakat menjadi sangat krusial (penting),

karena kepercayaan masyarakat akan menjadi kunci keunggulan bersaing. Oleh karena itu, peran *public relations* sangat dibutuhkan dalam rangka membangun kepercayaan masyarakat melalui program komunikasi perusahaan yang dilaksanakan oleh praktisi *public relations*, tujuannya adalah agar perusahaan tetap menjadi pilihan terbaik bagi masyarakat. Peran *public relations* dalam sebuah perusahaan atau instansi berkaitan dengan tujuan utama dan fungsi-fungsi manajemen perusahaan. Fungsi dasar manajemen tersebut merupakan suatu proses kegiatan atau pencapaian tujuan pokok perusahaan atau instansi dan biasanya berkaitan dengan memanfaatkan berbagai sumber-sumber (sumber daya) yang dimiliki oleh instansi tersebut.

Penulis dapat memahami bahwa peranan seorang *public relations* tidak hanya harus memiliki kemampuan manajerial, tetapi juga harus memiliki keterampilan teknis berkomunikasi dan keterampilan membina hubungan antar individu (baik publik internal maupun publik eksternal). Kemampuan-kemampuan tersebut seharusnya dimiliki oleh seorang *public relations* dalam menjalankan fungsi dan tugasnya untuk menunjang keberlangsungan dan pencapaian tujuan instansi.

Rumah Sakit Umum Zahirah merupakan sebuah instansi yang berlokasi di kawasan Jakarta Selatan. Rumah Sakit ini menawarkan pelayanan kesehatan yang luas serta menyediakan pelayanan kesehatan baik rawat jalan, rawat inap dan *medical check-up* (MCU). Rumah Sakit Umum Zahirah baru beroperasi sejak tanggal 01 September 2004 dengan izin operasional dari Dinas Kesehatan DKI Jakarta No. 9101 dan telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan surat pengesahan No. RS.4481 tahun 2004 yang telah mendapatkan ijin operasional. Pada saat ini, Rumah Sakit Umum Zahirah didukung oleh 83 karyawan medis, 80 karyawan non medis dan 45 dokter umum serta spesialis yang telah bergabung.

Pada prinsipnya tujuan *public relations* adalah untuk mempengaruhi publiknya terutama dalam membangun kepercayaan masyarakat. Peran *public relations* bukan hanya menyebarkan informasi kepada khalayak agar mendapatkan opini dan penangkapan kesan mereka terhadap instansi, *public relations* juga harus bisa membangun kepercayaan masyarakat tentang instansi.

Kepercayaan dari masyarakat sekitar instansi diperlukan karena secara tidak langsung akan berdampak baik pada peningkatan profit instansi yang selanjutnya akan berpengaruh pula pada citra maupun reputasi instansi. *Public relations* dapat dikatakan sebagai tulang punggung perusahaan atau instansi, jika sebuah perusahaan atau instansi ingin mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat, maka perusahaan atau instansi tersebut harus mempunyai praktisi *public relations* yang bisa membangun bahkan meningkatkan rasa kepercayaan dari masyarakat terhadap instansi, karena instansi akan memiliki citra yang baik jika kinerja humasnya pun baik.

Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa peran *public relations* pada suatu instansi berkaitan dengan tugas dan fungsi manajemen, dalam penelitian ini praktisi *public relations* Rumah Sakit Umum Zahirah telah melaksanakan fungsi manajemen yang juga dapat disebut dengan manajemen *public relations*, dalam hal ini mengandung pengertian bahwa *public relations* turut membantu manajemen untuk melaksanakan program-program Rumah Sakit dengan menerapkan fungsi manajemen, seperti perencanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi. Mendukung manajemen dalam penyampaian informasi kepada masyarakat dan berupaya menyampaikan opini masyarakat kepada pihak manajemen.

Sebagai instansi Rumah Sakit yang baru berdiri selama dua belas tahun, maka peran praktisi *public relations* Rumah Sakit Umum Zahirah sangat diperlukan untuk dapat membangun kepercayaan masyarakat yang bersifat positif. Terlebih lagi lokasi bangunan Rumah Sakit tersebut yang letaknya tidak jauh dengan Rumah Sakit lainnya yang berperan sebagai pesaing, khususnya pada kawasan Jakarta Selatan, antara lain seperti RSIA Aulia, RSUD Fatmawati, RSUD Prikasih, RSUD Pasar Rebo, RS Harapan Bunda, RSUD Haji Jakarta dan lainnya. Dengan banyaknya instansi Rumah Sakit, maka persaingan pun akan ketat.

Dalam menjalankan perannya, praktisi *public relations* Rumah Sakit Umum Zahirah telah bekerja sama dengan manajer marketing dan melaksanakan fungsi manajerialnya untuk melaksanakan berbagai program yang diharapkan dapat membangun kepercayaan masyarakat. Diantara berbagai program yang telah dilaksanakan, terdapat program yang dianggap paling dapat dijadikan andalan,

diantaranya yaitu program Seminar Kesehatan (Seminar Awam), program tersebut ditujukan kepada khalayak sasaran masyarakat umum dan berisikan mengenai promosi Rumah Sakit. Melalui program ini masyarakat diharapkan mempunyai pandangan ataupun persepsi yang positif terhadap Rumah Sakit. Program ini tidak hanya mempromosikan tentang Rumah Sakit, namun juga mensosialisasikan layanan dan program apa saja yang menjadi kelebihan dari Rumah Sakit Umum Zahirah dibanding dengan Rumah Sakit lainnya. Untuk menarik banyak perhatian masyarakat, program atau kegiatan Seminar Kesehatan ini dibuat dengan tema mengenai kesehatan yang paling sedang dibutuhkan oleh masyarakat. Selain itu terdapat program Bakti Sosial, program ini berisikan pengobatan gratis yang ditujukan untuk masyarakat umum di wilayah yang telah ditentukan sebelumnya oleh pihak Rumah Sakit. Disamping pengadaan pengobatan gratis, kegiatan ini juga mensosialisasikan mengenai program unggulan Rumah Sakit yang diharapkan dapat membangun rasa kepercayaan dari masyarakat.

Selain melaksanakan berbagai program tersebut, praktisi *public relations* Rumah Sakit Umum Zahirah juga mengelola website Rumah Sakit yang diharapkan dapat menjadi media untuk membangun kepercayaan masyarakat, karena di era teknologi dan informasi ini masyarakat sering menggunakan internet dalam menggali informasi. Atas dasar tersebut praktisi *public relation* Rumah Sakit Umum Zahirah tetap menjaga komunikasi yang baik dengan publik eksternal melalui sebuah website dengan tujuan untuk lebih memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai Rumah Sakit. Praktisi *public relation* Rumah Sakit Umum Zahirah juga memantau kualitas pelayanan unit *customer service*, karena pelayanan untuk *customer* akan sangat mempengaruhi persepsi masyarakat. Pihak Rumah Sakit harus memperhatikan bentuk layanan yang berkualitas agar dapat membentuk kepercayaan masyarakat yang positif sehingga pencapaian tujuan perusahaan dapat diraih.

Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin meneliti bagaimana peran praktisi *public relations* pada Rumah Sakit Umum Zahirah dalam membangun kepercayaan masyarakat sehingga dapat memberikan manfaat untuk pihak Rumah Sakit, yaitu menciptakan citra maupun reputasi positif dalam pandangan

masyarakat, menghasilkan informasi yang positif melalui pasien yang terpuaskan dan mengurangi adanya isu-isu negatif yang bertujuan menghancurkan citra maupun reputasi instansi.

Oleh karena itu, maka penulis tertarik ingin menyusun skripsi yang berjudul: "Peranan *Public Relations* Rumah Sakit Umum Zahirah dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat".

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana peranan *Public Relations* Rumah Sakit Umum Zahirah dalam membangun kepercayaan masyarakat?

## **I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **I.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka penulis menyimpulkan tujuan penelitian ini adalah:

Mengetahui peranan *Public Relations* Rumah Sakit Umum Zahirah dalam membangun kepercayaan masyarakat.

### **I.3.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **I.3.2.1 Manfaat Akademis**

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi komunikasi, serta dapat menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, khususnya mengenai *public relation*.

#### **I.3.2.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap kegiatan dan program-program yang telah dilaksanakan oleh praktisi *public relation* secara keseluruhan pada umumnya dan *public relation* Rumah Sakit Umum Zahirah pada khususnya.

## **I.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab ini penulis menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN TEORITIS**

Pada Bab ini berisi mengenai teori-teori komunikasi yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, definisi konseptual dan kerangka berfikir.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada Bab ini berisikan tentang metode penelitian, sifat penelitian, penentuan *key informan* dan *informan*, metode pengumpulan data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini berisi mengenai penguraian umum secara mendalam, serta sasaran penelitian berupa objek dan lokasi penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pembahasan yaitu mengungkapkan, menjelaskan, membahas, menganalisis hasil penelitian dan memberikan jawaban serta solusi yang mengacu pada tujuan penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada Bab ini penulis menguraikan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian serta mencantumkan saran untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang ilmu yang dikaji. Hal ini dilakukan berdasarkan pembahasan dan analisis yang dilakukan agar menimbulkan suatu pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh publik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**