

**AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS RS. TELOGOREJO  
DALAM UPAYA MEWUJUDKAN VISI  
“MENJADI RUMAH SAKIT PILIHAN UTAMA”**

**TUGAS AKHIR**

**Disusun sebagai Salah Satu Syarat Kelulusan Studi pada  
Program Diploma III Public Relations Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro Semarang**



**Oleh :  
Dina Oktaviana  
D0C 007 028**

**PROGRAM DIPLOMA III PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2010**

## PENDAHULUAN

Fungsi praktisi humas menjadi sangat penting karena sensitifnya tuntutan konsumen terhadap pelayanan rumah sakit dan kepuasan konsumen. Sejalan dengan meningkatnya kemudahan dalam berbagai bidang dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) menyebabkan informasi semakin mudah diperoleh, sehingga sistem nilai dalam masyarakat berubah. Oleh karena itu, masyarakat cenderung menuntut pelayanan umum yang lebih baik dan bermutu, termasuk pelayanan kesehatan. Secara bertahap fungsi pelayanan kesehatan di rumah sakit perlu ditingkatkan agar menjadi lebih efektif dan efisien, serta dapat memberikan kepuasan kepada pasien, keluarga pasien, dan masyarakat.

Kesehatan merupakan salah satu faktor terpenting dalam kehidupan, oleh sebab itu masyarakat tidak akan bisa untuk tidak peduli terhadap apapun yang menyangkut tentang kesehatan. Rumah sakit merupakan salah satu usaha di bidang jasa, yang sudah seharusnya memberikan pelayanan yang baik dan pemenuhan akan fasilitas yang memadai, sehingga kepuasan pasien akan terpenuhi. Memperoleh kepuasan pasien akan selalu menjadi tujuan utama bagi suatu rumah sakit, karena dengan kepuasan yang dirasakan oleh pasien terhadap pelayanan yang diberikan, maka rumah sakit akan mendapat reputasi yang baik. Reputasi baik itulah yang merupakan modal awal bagi terwujudnya visi rumah sakit tersebut.

Visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yang dimiliki oleh RS. Telogorejo merupakan suatu tujuan dari RS. Telogorejo untuk memperoleh kepercayaan konsumen atau pasien sebesar-besarnya, sekaligus sebagai harapan agar apabila masyarakat membutuhkan jasa pelayanan kesehatan, RS. Telogorejo dapat dijadikan sebagai rumah sakit pilihan yang utama dan satu-satunya bagi masyarakat yang menyediakan jasa pelayanan kesehatan dengan didukung sarana dan prasarana yang memadai, serta pelayanan yang *excellence*. Oleh sebab itu, visi yang telah dimiliki RS. Telogorejo tersebut haruslah diwujudkan demi keberlangsungan perusahaan dan citra positif RS. Telogorejo. Namun meskipun

demikian, masyarakat masih merasa enggan untuk menggunakan jasa pelayanan kesehatan dari RS. Telogorejo karena tarif jasa yang dibebankan kepada pasien terkesan mahal, terlebih bagi masyarakat dengan status sosial menengah ke bawah. Sehingga untuk itulah, diperlukan adanya tindakan-tindakan atau aktivitas-aktivitas yang mendukung upaya dalam pencapaian visi RS. Telogorejo. Salah satunya adalah aktivitas yang dilakukan oleh petugas humas RS. Telogorejo dalam mewujudkan visi RS Telogorejo.

## **BATANG TUBUH**

Temuan penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam (*Indepth Interview*) tak berstruktur dengan menggunakan panduan wawancara (*Interview Guide*) mengenai aktivitas-aktivitas Public Relations RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama.” Narasumber penelitian ini adalah Nana Noviada K, SE, MM., PR OIC dan Customer Service RS. Telogorejo, dan Ibu Titin, salah satu customer RS. Telogorejo sekaligus partisipan yang pernah tergabung dalam acara atau kegiatan yang dilakukan oleh RS. Telogorejo.

Aktivitas-aktivitas kehumasan RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yaitu meliputi *Internal Relations* dan *Eksternal Relations*.

### **1. Internal Relations**

Aktivitas *internal relations* yang dilakukan oleh PR RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yaitu seperti beradaptasi dan berinteraksi langsung dengan para karyawan setiap hari mulai dari atasan hingga bawahan, *employee relations* yang terlihat ketika jam makan siang dimana para karyawan berkumpul bersama di ruang makan, pelaksanaan *employee gathering* selama 2x setahun, pelaksanaan event pada saat ulang tahun RS. Telogorejo yang ditujukan untuk para karyawan dan

keluarganya, serta pelaksanaan seminar atau penyuluhan bagi para karyawan sesuai dengan divisinya masing-masing.

Aktivitas internal relations tersebut selama ini telah berjalan dengan baik dan bermanfaat untuk mempererat hubungan karyawan dengan karyawan, dan karyawan dengan manajemen organisasi. Hal ini dikarenakan oleh pelaksanaan “*Service Excellence*” dalam lingkungan RS. Telogorejo, yang tidak hanya berlaku kepada pasien, tetapi juga berlaku kepada seluruh staf dan karyawan di RS. Telogorejo, baik itu dari karyawan dengan tingkat yang paling rendah, maupun sampai karyawan dengan tingkat yang paling tinggi demi terwujudnya visi atau tujuan rumah sakit.

## **2. Eksternal Relations**

Aktivitas PR RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yang berkaitan dengan *eksternal relations*, yaitu sebagai berikut :

### **a. Media Relations**

Aktivitas PR RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yang berkaitan dengan menjalin hubungan baik dengan media, yaitu seperti pembuatan *press release* yang ditujukan kepada media massa yang berisi agenda RS. Telogorejo mengenai event yang akan diselenggarakan, dan *press kliping* sebagai bahan acuan dan monitoring media oleh RS. Telogorejo.

### **b. Publikasi**

Aktivitas PR RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yang berkaitan dengan publikasi yaitu dengan mengkomunikasikan visi dan misi kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*), baik internal maupun eksternal melalui pembuatan brosur-brosur dan meletakkannya di setiap ruangan atau

tempat yang strategis atau poster yang kemudian ditempelkan di depan, di anjungan informasi, bahkan di sekitar seluruh RS. Telogorejo, dan di *website*.

**c. Event Organizer**

Aktivitas PR RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yang berkaitan dengan *event organizer* yaitu staf PR RS. Telogorejo membantu mempersiapkan spanduk, suvenir, dan daftar hadir bagi para peserta donor darah, serta kamera untuk dokumentasi dalam event donor darah. Selain itu, dalam event seminar, penyuluhan, CSR, dan bakti sosial, petugas PR melakukan *release* dan publikasi di berbagai media agar masyarakat mengetahui dan dapat menjadi partisipan dalam event yang akan diadakan tersebut.

**d. Riset kehumasan**

Aktivitas PR RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yang berkaitan dengan pelaksanaan riset kehumasan dan pelayanan rumah sakit adalah dengan membagikan kuesioner kepada pasien rawat inap dan pasien rawat jalan. Selain itu, staf PR juga melakukan *interview* langsung kepada para pasien yang telah melakukan pemeriksaan di RS Telogorejo. Riset yang dilakukan oleh staf PR RS. Telogorejo ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan *customer* terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh RS. Telogorejo.

**e. Customer Relations**

Aktivitas PR RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yang berkaitan dengan *customer relations* yaitu dengan memberikan “*Service Excellence*” kepada para pelanggan atau pasien mengenai keseluruhan pelayanan RS. Telogorejo. Selain itu, petugas PR juga melakukan call pasien pulang, pemberian kue ulang tahun kepada pasien yang sedang menjalani proses rawat inap yang

berulang tahun pada hari itu, foto bayi, dan petugas PR juga memberikan surat pemberitahuan tentang jadwal pasien untuk melakukan *medical check up*.

## **PENUTUP**

Saran yang diajukan peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah pihak RS. Telogorejo diharapkan dapat lebih memaksimalkan setiap aktivitas yang telah ada, baik aktivitas dalam bentuk *internal relations* maupun *eksternal relations*. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah melalui aktivitas-aktivitas PR RS. Telogorejo tersebut, sangatlah memungkinkan untuk visi dan misi dapat dikatakan sebagai masa depan RS. Telogorejo yang dapat diwujudkan dan yang telah seirama dengan impian orang-orang yang bernaung di dalamnya demi terciptanya citra positif dan keberlangsungan RS. Telogorejo.

## ABSTRAKSI

Judul : Aktivitas Public Relations RS. Telogorejo dalam Upaya Mewujudkan  
Visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama”  
Nama : Dina Oktaviana  
NIM : DOC 007 028

---

Menghadapi persaingan antar rumah sakit yang semakin ketat dan masyarakat yang masih merasa enggan untuk menggunakan jasa pelayanan kesehatan dari rumah sakit karena tarif jasa yang dibebankan kepada pasien yang terkesan mahal, terlebih bagi masyarakat dengan status sosial menengah ke bawah, RS. Telogorejo memerlukan adanya tindakan atau aktivitas untuk tetap memperoleh kepercayaan konsumen atau pasien sebesar-besarnya, sekaligus sebagai harapan agar apabila masyarakat membutuhkan jasa pelayanan kesehatan, RS. Telogorejo dapat dijadikan sebagai rumah sakit pilihan yang utama dan satu-satunya bagi masyarakat yang menyediakan jasa pelayanan kesehatan dengan didukung sarana dan prasarana yang memadai, serta pelayanan yang *excellence*. Sehingga, visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama” yang telah dimiliki RS. Telogorejo haruslah diwujudkan demi keberlangsungan perusahaan dan citra positif RS. Telogorejo.

Berdasarkan hal di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan aktivitas yang dilakukan oleh Praktisi Humas RS. Telogorejo dalam upaya mewujudkan visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama.”

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk memaparkan situasi atau kondisi yang diamati. Data primer yang diperoleh secara langsung dari narasumber, yaitu PR OIC dan Customer Service RS. Telogorejo Semarang dan salah satu *customer* atau pasien RS. Telogorejo, menggunakan *interview guide* yang bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas Public Relations RS. Telogorejo dalam Upaya Mewujudkan Visi “Menjadi Rumah Sakit Pilihan Utama.”

Aktivitas yang dilakukan PR RS. Telogorejo tersebut diwujudkan dalam bentuk *internal relations*, seperti berinteraksi langsung dengan seluruh karyawan dan pemangku kepentingan melalui event-event yang diadakan, serta *eksternal relations*, seperti media relations, publikasi, event organizer, riset kehumasan, dan customer relations. Seluruh aktivitas tersebut dirasa sudah efektif dan seirama, sesuai dengan visi RS. Telogorejo.

Semarang, November 2010  
Disetujui oleh Dosen Pembimbing,

Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si  
NIP. 19760130.200312.1.002

## ABSTRACTION

Judul : The Public Relations Activities of Telogorejo Hospital in Efforts to Achieve Vision "To Be The Hospital of The First Choice"  
Nama : Dina Oktaviana  
NIM : D0C 007 028

---

Facing competition between the increasingly stringent hospital and community who still feel reluctant to use health care services from the hospital because of tariff fees charged to patients who seem expensive, especially for people with middle to low social status, Telogorejo Hospital require any action oractivity to keep the trust of consumers or patients obtain the maximum, as well as hope for when people need health care services, Telogorejo Hospital can be used as the main hospital and one option only for people who provide health care services supported with adequate facilities and infrastructure, and service excellence. Thus, the vision of "Becoming the First Choice Hospital" which has owned The Telogorejo Hospital must be realized for the continuation of a positive image of companies and Telogorejo Hospital.

Based on the above, the purpose of this study was to describe the activities undertaken by the Public Relations Practitioner of Telogorejo Hospital in an effort to realize the vision of "First Choice Hospitals."

This type of research used a qualitative descriptive to describe a situation or condition observed. The primary data obtained directly from the source, namely PR RS OIC and Customer Service Telogorejo Hospital Semarang and one customer or patient of Telogorejo Hospital, using an interview guide that aims to describe the activities of Public Relations Telogorejo Hospital in Efforts to Achieve Vision "To be the First Choice Hospitals."

The Public Relations activities of Telogorejo Hospital undertaken is manifested in the form of internal relations, such as interacting directly with all employees and stakeholders through events that are held, as well as external relations, such as media relations, publications, event planning, public relations research, and customer relations. All of these activities it is considered effective and in tune, in accordance with the vision of Telogorejo Hospital.

Semarang, November 2010  
Approved by Supervisor,

Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si  
NIP. 19760130.200312.1.002

