


Terbit online pada laman web jurnal : <http://e-journal.sastra-unes.com/index.php/JIPS>

 <p><b>Fakultas Sastra</b> <b>Universitas Ekasakti</b></p>	<p><b>JURNAL JIPS</b> <b>(Jurnal Ilmiah Pendidikan Scholastic)</b></p>	
	<p>Vol. 9 No. 3 ISSN : 2579-5449 (media cetak)</p>	<p>E-ISSN : 2597-6540 (media online)</p>

## Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Pelayanan Rumah Sakit: Studi di Semen Padang Hospital

Reflinda

STIA Adabiah Padang, [reflindasyafwardi65@gmail.com](mailto:reflindasyafwardi65@gmail.com)

\*Corresponding Author

Reflinda

STIA Adabiah Padang, [reflindasyafwardi65@gmail.com](mailto:reflindasyafwardi65@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi hubungan masyarakat (HUMAS) dalam meningkatkan citra kualitas pelayanan rumah sakit kepada pasien, khususnya di Semen Padang Hospital (SPH). Citra rumah sakit merupakan salah satu indikator penting dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan loyalitas pasien. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi terhadap 22 informan dari berbagai latar belakang, termasuk manajemen, staf HUMAS, tenaga medis, dan pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi HUMAS SPH meliputi komunikasi dua arah melalui media sosial, kolaborasi lintas divisi, kegiatan sosial dan edukasi, serta manajemen isu yang tanggap dan profesional. Strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan citra positif SPH di mata masyarakat, memperkuat kepercayaan pasien, serta menekan dampak negatif dari keluhan atau isu pelayanan. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya penguatan kapasitas komunikasi strategis HUMAS serta evaluasi berkala untuk menyesuaikan strategi dengan dinamika sosial dan kebutuhan pasien yang terus berkembang.

**Keywords:** Strategi HUMAS, Citra Pelayanan, Rumah Sakit, Komunikasi Publik, Semen Padang Hospital

© 2025 Jurnal JIPS

## I INTRODUCTION

Rumah sakit sebagai institusi pelayanan publik memiliki peran strategis dalam menyediakan layanan kesehatan yang berkualitas sekaligus membangun citra positif di tengah masyarakat. Dalam pandangan Cutlip, Center, dan Broom (2006), hubungan masyarakat (public relations) merupakan fungsi manajemen yang membantu dalam membangun dan memelihara komunikasi yang efektif, saling pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dan publiknya. Oleh sebab itu, hubungan masyarakat bukan sekadar alat penyampaian informasi, tetapi juga instrumen strategis dalam membentuk persepsi publik terhadap reputasi institusi.

Menurut Ruslan (2010), citra rumah sakit adalah hasil dari persepsi dan penilaian masyarakat terhadap kualitas pelayanan, perilaku tenaga medis, sistem administrasi, hingga cara rumah sakit mengelola isu dan komunikasi. Citra yang baik dapat mendorong kepercayaan, loyalitas pasien, serta memperluas jangkauan pelayanan. Di sisi lain, citra yang buruk dapat menurunkan tingkat kunjungan pasien dan menimbulkan krisis kepercayaan. Oleh karena itu, strategi hubungan masyarakat dalam konteks

rumah sakit harus bersifat aktif, adaptif dan responsif terhadap kebutuhan komunikasi publik. Dalam era digital saat ini, strategi komunikasi HUMAS mengalami pergeseran signifikan. Media sosial dan platform digital menjadi saluran utama dalam menjangkau masyarakat secara cepat dan luas. Menurut Effendy (2005),

komunikasi dua arah yang terbuka menjadi kunci dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara institusi dan publiknya. Semen Padang Hospital (SPH) sebagai salah satu rumah sakit rujukan di Sumatera Barat, dituntut untuk tidak hanya unggul dalam pelayanan medis tetapi juga dalam strategi komunikasi publik yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam strategi hubungan masyarakat yang diterapkan oleh SPH dalam meningkatkan citra pelayanan kepada pasien. Penelitian ini juga mengeksplorasi bentuk - bentuk komunikasi yang digunakan, hambatan yang dihadapi HUMAS dalam menjalankan fungsinya, serta efektivitas strategi tersebut dalam membangun citra rumah sakit yang positif dan terpercaya di mata masyarakat.

## II RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Moleong (2013), pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara holistik melalui perspektif partisipan. Jenis deskriptif dipilih karena penelitian ini ingin menggambarkan secara mendalam dan sistematis tentang strategi HUMAS di Semen Padang Hospital dalam membangun citra pelayanan. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 22 informan yang terdiri dari Manajer HUMAS, staf HUMAS, perawat, dokter, pegawai administrasi, serta beberapa pasien. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi langsung terhadap kegiatan HUMAS, dan dokumentasi berbagai kebijakan, laporan, serta publikasi yang

berkaitan dengan aktivitas komunikasi rumah sakit.

Teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling, yaitu memilih informan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa mereka memiliki informasi yang relevan dan mendalam terhadap topik penelitian. Hal ini sesuai

dengan pendapat Sugiyono (2017) bahwa purposive sampling digunakan untuk mendapatkan data dari sumber yang dianggap paling tahu tentang permasalahanyang diteliti. Analisis data dilakukan secara interaktif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994). Validitas data diuji dengan triangulasi sumber, teknik, dan waktu guna memastikan keakuratan serta keabsahan temuan yang diperoleh selama proses penelitian.

### III RESULTS AND DISCUSSION

Hasil penelitian menunjukkan Penelitian menunjukkan bahwa strategi hubungan masyarakat (HUMAS) di **Semen Padang Hospital (SPH)** dilakukan secara **terstruktur dan strategis** dengan tujuan meningkatkan citra positif rumah sakit. Empat strategi utama yang diterapkan adalah:

1. **Komunikasi Multikanal**  
SPH menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, situs web, brosur, dan front office untuk menjalin komunikasi dua arah dengan masyarakat. Strategi ini memperkuat hubungan positif dan meningkatkan kepercayaan publik.
2. **Kolaborasi Lintas Divisi**  
HUMAS bekerja sama erat dengan bagian keperawatan, administrasi, dan layanan medis agar penyampaian informasi kepada pasien berjalan seragam dan sopan. Sinergi internal ini mendukung efektivitas komunikasi eksternal.
3. **Kegiatan Sosial dan Edukatif**  
SPH rutin menyelenggarakan kegiatan sosial seperti donor darah, penyuluhan kesehatan, dan pengobatan gratis. Aktivitas tersebut mempererat hubungan emosional antara rumah sakit dan masyarakat serta memperkuat citra positif lembaga.
4. **Manajemen Isu dan Krisis**  
HUMAS memiliki sistem penanganan

cepat terhadap keluhan dan isu pelayanan dengan prinsip keterbukaan. Respons yang cepat dan transparan terbukti menjaga reputasi rumah sakit di tengah tantangan informasi digital.

Kendala dan Solusi

Beberapa hambatan yang dihadapi SPH antara lain :

1. **Keterbatasan SDM** – jumlah personel HUMAS belum sebanding dengan beban kerja.  
**Solusi** : rekrutmen tambahan dan pelatihan komunikasi serta teknologi.
2. **Rendahnya Literasi Digital Masyarakat** – banyak pasien belum memahami sumber informasi digital rumah sakit.  
**Solusinya** edukasi melalui penyuluhan digital, infografis, dan video pendek
3. **Kurangnya Konsistensi Informasi Antarunit** – perbedaan informasi antar bagian menimbulkan kebingungan pasien. **Solusinya** menerapkan SOP komunikasi terpadu, koordinasi rutin, dan sistem intranet internal.

**Penanganan Isu Sensitif dan Krisis** – HUMAS perlu cepat dan empatik dalam menangani isunegatif. **Solusinya** pembentukan tim respons cepat, pelatihan komunikasi krisis, dan skenario penanganan isu.

### IV CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi hubungan masyarakat (HUMAS) yang diterapkan di Semen Padang Hospital (SPH) memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk dan meningkatkan citra positif rumah sakit di mata publik. Strategi komunikasi multikanal, kerja sama lintas divisi, pelaksanaan kegiatan sosial-edukatif, serta manajemen isu yang responsif terbukti memperkuat kepercayaan dan loyalitas pasien. Pendekatan komunikasi dua arah yang dijalankan oleh HUMAS SPH tidak hanya menciptakan aliran informasi yang terbuka, tetapi juga menjadi wadah bagi masyarakat untuk

menyampaikan aspirasi dan keluhan yang kemudian ditindaklanjuti secara cepat dan profesional. Dalam perspektif teori komunikasi simetris dari Grunig dan Hunt, strategi ini mencerminkan praktik public relations modern yang mengedepankan dialog, saling pengertian, dan transparansi.

Kendala seperti keterbatasan SDM, rendahnya literasi digital masyarakat, ketidakkonsistenan informasi antarunit, serta tantangan dalam menangani isu sensitif berhasil direspons dengan solusi yang tepat. Pelatihan internal, penguatan sistem informasi internal, serta penerapan prinsip komunikasi krisis yang

disarankan oleh Coombs menjadi bentuk nyata kesiapan SPH dalam menghadapi dinamika lingkungan komunikasi publik.

Dengan demikian, strategi HUMAS di SPH dapat dijadikan model bagi institusi pelayanan kesehatan lainnya dalam membangun hubungan

yang harmonis dengan masyarakat. Keberhasilan dalam mengelola komunikasi publik bukan hanya berpengaruh terhadap citra, tetapi juga terhadap kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan dan kepercayaan pasien.

### Bibliography

- [1]Abdurrahman, M. (2012). *Public Relations: Pengantar Teori dan Praktik*. Jakarta: Media Discourse Indonesia.
- [2]Ardianto, E., & Soemirat, S. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [3]\_\_\_\_\_. (2009). *Strategi Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [4]Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [5]Coombs, W. T. (2007). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- [6]Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2000). *Effective Public Relations* (8th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- [7]Dewi, W. (2019). *Komunikasi dalam Kehumasan Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- [8]Eriansyah. (2018). *Manajemen Komunikasi dan Public Relations*. Yogyakarta: Deepublish.
- [9]Fearn-Banks, K. (2001). *Crisis Communications: A Casebook Approach*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- [10]Frank Jefkins. (2007). *Public Relations*. London: Pearson Education Limited.
- [11]Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- [12]\_\_\_\_\_. & Grunig, L. A. (1992). *Models of Public Relations and Communication*. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- [13]Hadi, S. (2010). *Strategi Komunikasi dalam Public Relations*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [14]Jefkins, F. (2007). *Public Relations* (Edisi ke-6). Jakarta: Erlangga.
- [15]Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- [16]Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (2000). *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- [17]Maryam, & Priliantini. (2018). *Dasar-Dasar Kehumasan*. Bandung: Alfabeta.