BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi sekarang ini komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia bisa saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri, begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil, begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan.

Komunikasi yang efektif penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, para pimpinan organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka. Pentingnya komunikasi dengan manusia adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari- hari, begitu juga halnya organisasi. Dalam setiap hubungan, didalam keluarga, persahabatan, bisnis, *teamwork*, dan dimanapun, komunikasi adalah *sentral* dalam menjembatani perbedaan, termasuk perbedaan dalam persepsi.

Betapa banyak masalah yang timbul hanya karena kegagalan berkomunikasi, maka kemampuan berkomunikasi sangat esensial untuk dimiliki. Dengan adanya komunikasi akan terjalin saling tukar informasi, pengetahuan, pengalaman, peradaban dan kebudayaan, perkembangan organisasi, serta kemajuan teknologi.

Tidak hanya pengetahuan dasar tentang komunikasi, pengetahuan dasar tentang organisasi sebagai suatu lingkungan tertentu yang berstruktur, berkarakteristik, serta memiliki fungsi tertentu adalah suatu hal yang mendukung kelancaran komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi di dalamnya mencakup adanya komunikasi yang bersifat internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama levelnya atau tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

> Dalam komunikasi organisasi itu sendiri terbagi ke dalam dua saluran yaitu saluran komunikasi formal dan saluran komunikasi informal. Pada saluran formal adalah saluran yang telah ditetapkan oleh organisasi, pesan-pesan mengalir kedalam tiga arah yaitu keatas, kebawah, dan kesamping. Pesan kebawah terutama berisi informasi yang perlu bagi staf maupun untuk melaksanakan tugas mereka,seperti kebijakan-kebijakan dan prosedur, perintah dan permintaan yang diturunkan ketingkat yang tepat dalam jenjang hierarki. Pesan-pesan ke atas berbentuk laporan, permintaan, opini dan keluhan. Pesan-pesan kesamping antar departemen, gugus fungsi atau antar orang- orang pada tingkat yang sama dalam organisasi. (Ludlow dan panton, 1996:29).

Memahami pentingnya komunikasi, maka tampaknya menjadi salah satu dasar bahwa masalah yang selama ini tidak tuntas akibat lumpuhnya organ komunikasi. Sebut saja munculnya “opini miring” yang diawali kesalahan komunikasi atau

ketidakmampuan berkomunikasi dengan baik. Pada sebuah organisasi bisnis, komunikasi merupakan sumber kehidupan, "*Effective communication is the 'lifeblood of every organization and a key to success in your business career as in your personal life*" (Murphy and Peck). Artinya, komunikasi merupakan "darah sebagai sumber kehidupan" bagi setiap organisasi dan merupakan kunci sukses dalam karir bisnis dan kehidupan pribadi seseorang.

Organisasi/perusahaan dapat berjalan lancar dan berhasil karena komunikasi dan begitupun sebaliknya, kurangnya komunikasi, organisasi dapat macet, berantakan dan juga tidak akan berfungsi. Reputasi bagi sebuah organisasi dapat terbentuk dengan mengadakan komuniasi secara terus menerus dengan masyarakat, melalui berbagai cara dan kegiatan seperti promosi melalui seminar dan sebagainya. Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik. Reputasi juga baru bertahan dan sustainable apabila konsistennya perkataan dan perbuatan. (Basya, dalam Basya dan Sati. 2006: 6).

Melihat kenyataan tersebut dibutuhkan staf *Frontliner* dalam menyelesaikan permasalahan tersebut agar tetap terbina hubungan yang baik, harmonis dan serasi dengan para pelanggannya. *Frontliner* adalah wajah dan ujung tombak, paling pertama dilihat oleh pelanggan. *Frontliner* akan membentuk citra sebuah lembaga. Ada tiga unsur dalam *Frontliner* yang harus menjadi fokus untuk *service* standard yaitu : penampilan personal, meja kerja, sikap dan kata-kata.

Frontliner harus mampu menserasikan antara apa yang diharapkan, apa yang diwujudkan, mempertemukan kepentingan bersama organisasi atau perusahaan dengan para pelanggannya. Dengan keharmonisan tersebut, akan menciptakan pula iklim yang terus-menerus positif dalam pengertian *kreatif, produktif, progresif* antara kedua belah pihak. Penempatan staf bagian depan (*Frontliner)* harus hati-hati, karena para staf inilah yang nantinya menciptakan kesan pertama (*First Impression*) bagi seorang pasien. (Baker 1999:19)

Berfikir tentang memuaskan pelanggan sebenarnya sesuatu yang tidak begitu mudah. Betapa tidak, berhasil tidaknya suatu organisasi salah satunya ditentukan oleh pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Setiap organisasi mempunyai budaya masing-masing, suatu himpunan kepercayaan, aturan dan nilai bersama yang berlaku secara khas di suatu lingkungan. Perubahan budaya biasanya berdampak besar pada perilaku pembagian dan penciptaan pengetahuan, dengan demikian perubahan budaya bersifat kritis, salah satunya budaya pelayanan. Harus diakui, salah satu *parameter* untuk melihat budaya pelayanan dari suatu perusahaan adalah dari pelayanan yang diberikan *Frontliner*. Merekalah yang menyampaikan pelayanan, merekalah yang bertemu langsung dengan pasien dan merekalah yang menjadi obyek penting yang dievaluasi oleh pasien. Ibarat dalam suatu drama, merekalah yang menjadi aktor yang dilihat dan dinikmati oleh penonton. (Antobakri: 2008:12)

Keluhan dan cemohan akan mereka terima apabila penonton tidak puas, atau pujian akan dilontarkan bila penampilan mereka memuaskan penonton. Padahal, apa yang terjadi di permukaan atau yang terlihat oleh pelanggan, sesungguhnya

dipengaruhi oleh banyak hal yang saling berkaitan. Dalam kerangka besar, budaya pelayanan adalah *invisible hand* yang mengarahkan setiap *Frontliner* bagaimana harus bersikap dan berperilaku dalam memberikan pelayanan. Budaya pelayanan yang kuat akan membuat setiap *Frontliner* mengetahui apa yang baik dan apa yang tidak baik, apa yang penting bagi pelanggan dan apa yang kurang penting. Budaya perusahaan itu sendiri dipengaruhi oleh *leadership* dari *top mamangement*. Budaya perusahaan, juga dibentuk oleh *service design* dan *service standard* yang dimiliki oleh perusahaan, strategi pelayanan yang diformulasikan dan juga bagaimana perusahaan melakukan koordinasi antar departemen atau divisi yang berbeda dalam suatu proses pelayanan.

Frontliner yang dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan adalah mereka yang memiliki *team work* yang baik. Tidak ada proses pelayanan yang dapat diselesaikan sendiri. Perusahaan lebih membutuhkan kerjasama tim dimana perilaku dari anggota tim adalah mereka yang memiliki visi dan tujuan yang sama, yaitu menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Team work* yang baik tercermin dari mudahnya untuk melibatkan *Frontliner* dalam proses pemberian pelayanan atau proses penanganan keluhan. Dengan demikian, bukan hanya aspek sinergi yang mereka peroleh sebagai kerjasama tim yang baik, tetapi adanya sharing *knowledge* mengenai harapan pelanggan. Bila ini terjadi, akan menciptakan proses pembelajaran yang terus menerus dari setiap individu.

Team work menunjukkan adanya sekumpulan individu yang saling mempertemukan kekuatan atau sumber daya yang ada dalam diri masing-masing, untuk mencapai satu tujuan tertentu. Perusahaan yang menjadikan *team work* sebagai

salah satu budaya hanya akan merekrut individu yang berbakat menjadi pemain tim. Mereka juga akan menciptakan model kerjasama pada level senior manajemen, menetapkan standar kinerja yang memerlukan kerjasama, memberi penghargaan terhadap usaha dan pencapaian tim, membangun rasa memiliki perusahaan dengan cara membagi informasi, melakukan acara pertemuan keluarga besar dan melakukan rotasi kerja antar bagian. *Frontliner* yang dapat memberikan pelayanan yang prima adalah mereka yang mengerti akan peran dan tugas mereka. Tidak mengherankan, perusahaan yang memiliki standar layanan dan telah dikomunikasikan secara jelas kepada mereka, akan melihat bagaimana *Frontliner* mereka akan berhasil dalam menyampaikan suatu pelayanan yang prima. Mereka mengerti dengan jelas tugas dan mereka. Mereka juga mengerti bahwa pelanggan adalah bos mereka sesungguhnya. Tidak ada konflik antara memuaskan pelanggan dengan memuaskan atasan. *Frontliner* yang memberikan pelayanan prima secara terus menerus adalah mereka yang puas dengan kompensasi yang mereka peroleh. Mereka merasa puas karena perusahaan memberikan penghargaan kepada pekerjaan yang baik dan memberikan hukuman kepada suatu pekerjaan yang merugikan perusahaan. Mereka merasa di reward secara adil oleh perusahaan karena *performance* mereka dalam memberikan pelayanan terukur.

Kompensasi ini bukan hanya dari asek *financial* semata tetapi juga *non-financial* seperti kesempatan dan berkarier. Kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* merupakan tujuan bagi sebuah organisasi. Begitu terpenuhi, barulah perusahaan bisa melangkahkan kaki menuju arah yang dikehendaki, seperti yang menjadi budaya Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung. Yaitu prinsip *Customer*

Intimacy. Sebuah nilai yang mengutamakan keakraban dan kepedulian untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan. Inilah yang menjadi persoalan pokok yaitu bagaimana menghadapi problema dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Banyak hasil penelitian yang bisa dikemukakan, yang menegaskan bahwa biaya untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Adanya kemauan untuk melakukan sesuatu dalam rangka memuaskan konsumen harus terus bergelora di dalam perusahaan.

Hal terakhir yang sangat urgen harus diperhatikan adalah sikap dan kata-kata. Seorang *Frontliner* harus ramah, murah senyum, dan tidak jutek bagaimanapun kondisinya. Senyum yang tulus dan hangat adalah kunci dari seorang *Frontliner*, selain senyum yang manis kata-kata juga harus diperhatikan. Ada *magic words* (kata-kata magis) yang jika itu dilaksanakan, berdasarkan riset akan membuat orang senang dan respek kepada kita. *Magic words* itu adalah : *greeting* (ucapan salam), *excuse* (permohonan maaf), dan always *thank you* (ucapan terima kasih). (Ninis: Presentasi “service quality and service standart, sq no. 1 …. Let’s do it!”)

Dengan melihat kenyataan yang ada maka peranan *Frontliner* tersebut sangatlah penting dan sudah menjadi kebutuhan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Strategi komunikasi yang dilakukan seorang *Frontliner* dibutuhkan untuk menjembatani antara pihak organisasi atau perusahaan dengan pihak lain di luar organisasi atau perusahaan, seperti dengan relasi, pelanggan, konsumen, organisasi masyarakat pada umumnya. Komunikasi memiliki daya jangkau jarak jauh yang akan membentuk *goodwill* organisasi dan membentuk imajinasi reputasi baik di hati publik *(coorporate image).*

Frontliner merupakan salah satu unit kerja di Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung yang mempunyai tugas dan tanggung-jawab sebagai pelaksana yang mendukung kelancaran pelayanan, membangun keharmonisan hubungan kerja yang baik, serasi dan sehat di lingkungan Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung serta melakukan hubungan dengan pihak luar. Selain itu juga melaksanakan kegiatan publikasi mengenai aktifitas dan pelayanan Rumah Sakit kepada masyarakat dalam rangka memasarkan jasa pelayanan kesehatan dan mendukung program pemerintah. *Frontliner* di sebuah perusahaan merupakan ujung tombak yang akan berhadapan langsung dengan pihak publik sebagai pelanggannya. Hubungan dengan pelanggan membuat pihak konsumen merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.

Pasien dalam mengevaluasi kepuasan terhadap jasa pelayanan yang diterima mengacu pada beberapa faktor, antara lain :

1)*Kualitas produk* atau jasa. Pasien akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang digunakan berkualitas. Persepsi konsumen terhadap kualitas poduk atau jasa dipengaruhi oleh dua hal yaitu: kenyataan kualitas poduk atau jasa yang sesungguhnya dan komunikasi perusahaan terutama iklan dalam mempromosikan rumah sakitnya.
2)*Kualitas pelayanan*, memegang peranan penting dalam industri jasa. Pelanggan dalam hal ini pasien akan merasa puas jika mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3)*Faktor emosional*, pasien yang merasa bangga dan yakin bahwa orang lain kagum terhadap konsumen bila dalam hal ini pasien memilih rumah sakit yang sudah mempunyai pandangan “rumah sakit mahal”, cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Budiastuti (2002)

Pola pemikiran yang mengarah kepada kepuasan pasien adalah salah satu unsur penting dalam pengelolaan manajemen rumah sakit, untuk mengatasi persaingan dengan rumah sakit lain dalam upaya memberikan yang terbaik kepada pasien. Rumah sakit dituntut mampu berperan lebih mandiri melalui peningkatan kemampuan dalam memperoleh pendapatan dan hasil usahanya dalam menyediakan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan dapat memuaskan pasien. Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung juga dituntut untuk menyediakan berbagai bentuk pelayanan dan fasilitas kesehatan yang dapat memuaskan dan memenuhi harapan para pasiennya.

Kepuasan pasien berkaitan dengan upaya rumah sakit untuk terus membenahi diri, konsepsi yang jelas dan menyeluruh, peningkatan prestasi, perbaikan Sumber Daya Manusia (SDM), perbaikan prosedur dan perilaku, perbaikan hubungan dengan konsumen/pelanggan yang cepat dan kadang tak terduga. Oleh karena itu pelayanan terhadap pasien harus diprioritaskan jangan sampai perhatian mereka pindah dan menjadi pasien rumah sakit yang lain. Pasien yang setia merupakan sumber penjualan ulang, dalam arti melalui mereka dapat terbentuk calon pasien yang baru dan di lihat dari segi waktu dan biaya lebih mudah untuk mempertahankan pelanggan yang setia daripada mencari calon pasien baru.

Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman

buruknya. Untuk menciptakan kepuasan pasien suatu perusahaan atau rumah sakit harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pasien yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pasiennya. Namun upaya untuk perbaikan atau kesempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi oleh perusahaan untuk dapat merebut pelanggan. Kepuasan konsumen atas suatu produk dengan kinerja yang dirasakan konsumen atas poduk tersebut. Jika kinerja produk lebih tinggi dari harapan konsumen maka konsumen akan mengalami kepuasan. (Junaidi :2002)

Dari fenomena yang telah disebutkan di atas, dapat diambil suatu permasalahan yang mengungkapkan bahwa peranan *Frontliner* Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung sangatlah penting dalam menanggapi keluhan para pelanggannya, dan agar komunikasinya sampai secara efektif sehingga tidak terjadi salah pengertian dari kedua belah pihak, maka dari itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang *Frontliner* Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung dalam menanggapi keluhan para pasiennya.

Berdasarkan permsalahan di aats maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: ***Bagaimana peranan Frontliner dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.***

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, peneliti mengidentifikasikan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Bagaimana **Pelayanan** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung?
2. Bagaimana **Perilaku** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung?
3. Bagaimana **Pengetahuan Personal** (memberikan informasi yang dibutuhkan pasien) *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung?
4. Bagaimana **Peranan** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung?

I.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam menginterpretasikan peranan dari *Frontliner* dalam sebuah rumah sakit. Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kinerja *Frontliner* sehingga dapat mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi dan dapat memaksimalkan fungsi/kinerja *Frontliner* dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.

I.3. 2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui **Pelayanan** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.
2. Mengetahui **Perilaku** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.
3. Mengetahui **Pengetahuan Personal** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.
4. Mengetahui **Peranan** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.

I.4 Kegunaan Penelitian

I.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan hasil penelitian ini secara teoritis dapat memberikan masukan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya dan program studi Humas pada khususnya mengenai kontribusi *Frontliner* pada keilmuan Humas.

I.4.2 Kegunaan Praktis

Membantu memecahkan, mengantisipasi masalah yang ada pada objek yang akan diteliti.

a. Bagi Peneliti: Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan melalui penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan kondisi realita yang terjadi di lapangan.

b. Bagi Universitas**:** Penelitian ini berguna khusunya untuk jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Humas, sebagai masukan bagi para calon Humas yang nantinya dipersiapkan untuk menjadi Humas dengan kinerja professional.

c. Bagi Perusahaan: Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan untuk meningkatkan kinerja *Frontliner* dalam sebuah rumah sakit sehingga dapat mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi dan dapat memaksimalkan peranan/ fungsi dan kinerja *Frontliner* dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan pasien Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.

I.5 Kerangka pemikiran

I.5.1 Kerangka Teoritis

Menurut Carl I Hovland ”Komunikasi adalah Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of the individuals*) sedangkan menurut pendapat Onong Uchjana Effendy berbeda tentang komunikasi yaitu sbagai berikut:

> “Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang-lambang yang bermakna sebagai panduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan,himbauan, dan sebagainya yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui berbagai media dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku” (Effendy, 1998:60)

Hubungan antara rumah sakit dengan pasien merupakan hubungan yang saling ketergantungan. Melalui peran rumah sakit pasien diatur dan dipenuhi kebutuhannya. Menurut Poerwadarminta, mendefenisikan peranan adalah: “Tindakan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa” (Poerwadarminta, 1995:751)

Berdasarkan pendapat di atas peranan adalah tindakan yang dilakukan orang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa. Peranan merupakan perangkat tingkah laku yang diharapkan, dimiliki oleh orang atau seseorang yang berkedudukan di masyarakat. Kedudukan dan peranan adalah untuk kepentingan pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

Menurut pendapat Soerjono Soekanto peranan mencakup tiga hal, yaitu:

1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat, peranan dalam arti merupakan rangkaian-rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam masyarakat.
2. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat (Soekanto 2007:244)

Keberhasilan suatu rumah sakit tidak hanya ditinjau dari seberapa banyak produk/jasa yang ditawarkan kepada pasien. Namun ada sejumlah faktor lain yang menentukan penilaian unggul atau tidak suatu rumah sakit dalam persaingan. Faktor

faktor tersebut antara lain adalah peranan *Frontliner* dari segi pelayanan dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan (*Customer Relations*) dapat memuaskan dan komunikasi yang efektif dapat tercipta.

Yulianita “Dasar-Dasar Public Relations” mendefenisikan *Customer Relations* adalah:

> Kegiatan *Public Relations* dalam rangka mengatur dan memelihara hubungan dengan para langganannya, sehingga hubungan itu selalu dalam situasi bahwa langgananlah yang sangat membutuhkan perusahaan bukan sebaliknya. (2003:79)

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa *Customer Relations* oleh *Frontliner* di sebuah rumah sakit selayaknya memperlihatkan gairah kerja yang tinggi, dan menunjukkan sikap selalu siap untuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap para pasien (pelanggan) demi tercapainya kepuasan pelanggan atau loyalitas pelanggan.

> Menurut Gerson loyalitas akan tercapai apabila pelayanan yang diberikan kepada pasien tinggi dan memuaskan. Syarat-syarat loyalitas pasien dapat dilihat dari persepsi pasiennya, yakni:
>
> 1. Kecepatan pelayanan
> 2. Keramahan Personal (dokter, perawat, petugas Humas, petugas *customer service*, dan petugas administrasi)
> 3. Pengetahuan personal (memberikan informasi yang dibutuhkan pasien pengguna jasa pelayanan kesehatan)
> 4. Jumlah pelayanan yang tersedia atau yang diberikan oleh pihak Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.
> 5. Fasilitas yang memadai. (Gerson, 2002:85)

Dan untuk mencapai loyalitas pasien, maka *Frontliner* perlu menerapkan pelayanan kualitas jasa yang baik melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam rumah-sakit. Menurut pendapat Geotsh dan Davis (2004), tentang defenisi kualitas adalah: “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” (Goetsh dan Davis, 2004:51)

Sedangkan pengertian pelayanan yang dikemukakan Gronroos (1990), pelayanan adalah:

> “Suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebab akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan (petugas) atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan” (Gronroos, 1990:27)

Menurut Para Suraman dkk (1996), bahwa kualitas jasa ada lima dimensi pokok yang meliputi:

1. *Tangibles* (bukti langsung), meliputi penampilan fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan jasa yang tepat dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staff untuk membantu pengunjung (pelanggan) dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dapat dimiliki staff.
5. *Empaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan konsumen. (Para Suraman dkk, 1996:70)

I.5.2 Kerangka Konseptual

Tugas dari petugas *Frontliner* Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung, harus mengadakan suatu komunikasi yang efektif. Artinya bahwa komunikasi yang dilakukan dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Karakter dari komunikasi yang efektif adalah informatif dan persuatif yang ditujukan kepada pengunjung atau pengguna jasa rumah sakit itu sendiri.

Landasan praktik *Frontliner* yang efektif adalah kebijaksanaan dan kegiatan yang terpercaya demi kepentingan publik. Hubungan dengan publik dapat dibina dengan berkomunikasi. Jika komunikasinya kurang, maka kesalahpahaman dan pertentangan akan terjadi. Rintangan-rintangan dalam mencapai keberhasilan rumah sakit dapat diatasi dengan komunikasi.

Dari pengertian tentang pelayanan di atas, maka dapat dipetik beberapa substansi penting mengenai pelayanan, yaitu: *pertama*, pelayanan bersifat tanpa wujud (*intangible*) artinya, upaya dari aktifitas pelayanan dapat dirasakan pengunjung/pelanggan yang menerima pelayanan (puas/tidak puas). *Kedua,* pelayanan dapat membentuk pemberian kemudahan, kelancaran, kenyamanan, serta keamanan dalam diri pelanggan.

Kepuasan pasien selain dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan, juga ditentukan oleh pengalaman dan pemikiran perorangan, dan hal ini tidak dapat dengan mudah diupayakan untuk diubah, digiring ke arah keadaan yang memuaskan, maka upaya yang jelas dari pihak rumah- sakit adalah melalui peranan *Frontliner* yang

mengandalkan *Customer Relation* yang secara konsepsional dan terpadu menciptakan kepuasan pasien. Untuk itu *Frontliner* perlu sekali memahami bahwa penanganan pelayanan *customer* adalah hal utama untuk menghindari suatu layanan yang buruk. Selain itu, informasi yang diperoleh akan sangat berguna bagi perusahaan untuk memperbaiki standar layanan atau langkah-langkah perbaikan secara internal di masa yang akan datang.

Frontliner juga perlu memperhatikan sikap/perilaku pada saat berinteraksi dengan pasien. Dalam memberikan pelayanan yang baik, *Frontliner* harus menerapkan perilaku yang ramah serta sopan dalam menanggapi setiap keluhan yang disampaikan para pasien atau pengunjung rumah-sakit. Karena dalam hal ini, *Frontliner* memiliki kewajiban untuk menciptakan sikap ramah dalam memberikan pelayanan.

Pengetahuan personal juga perlu diperhatikan oleh *Frontliner* dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Dengan pengetahuan mengenai informasi seputar rumah-sakit, maka *Frontliner* mampu meningkatkan pelayanannya dalam menjaga kepuasan pasien rawat inap.

Maka dari itu, peranan dari *Frontliner* sangat mempengaruhi bahkan meningkatkan kepuasan pasien rawat inap. mulai dari pelayanan yang diberikan, perilaku yang ditunjukkan, hingga pengetahun personal para *Frontliner* yang mempengaruhi kepuasan pasien rawat inap.

I.6 Pertanyaan Penelitian

1. **Pelayanan** yang dilakukan oleh *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap.

   a. Pelayanan seperti apa yang dilakukan *Fronliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

   b. Sejauh ini bagaimana kecepatan pelayanan *Fronliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

   c. Bagaimana ketepatan dalam memberikan informasi yang dilakukan *Fronliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

   d. Bagaimana kemampuan *Fronliner* merespon pertanyaan dan keluhan dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

2. **Perilaku** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap.

   a. Bagaimana sikap yang ditunjukkan *Fronliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

   b. Bagaimana keramahan yang ditunjukkan *Fronliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

3**. Pengetahuan Personal** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap.

a. Apakah pengetahuan personal *Frontliner* dapat memberikan informasi yang dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

b. Usaha apa yang dilakukan *Fronliner* untuk memberikan informasi dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

c. Sejauh ini apakah Pengetahuan Personal *Frontliner* dapat memberikan informasi dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

4. **Peranan** *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap.

a. Sejauh ini apa yang menjadi peranan penting *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

b. Apa yang menjadi usaha *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap?

I.7 Subjek dan Informan Penelitian

I.7.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dipilih menggunakan metode atau prinsip bola salju (snowball) yang jumlahnya ditentukan oleh keragaman data. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik pengamatan terlibat (*participatory observation*) dan wawancara mendalam (*indepth interview*). Subjek penelitian ini adalah karyawan/ staff dan Kepala staff yang termasuk ke dalam *Frontliner* Instalasi atau Bagian di

Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung, yaitu antara lain: Instalasi Pemasaran dan Humas, Sub Bagian Mobilisasi Dana (Teller dan Kasir), Instalasi Farmasi, Instalasi Tata Usaha Pelayanan, Instalasi Rawat Inap, dan Instalasi Optik.

I.7.2 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara secara langsung yang disebut sebagai nara sumber. Adapun defenisi nara sumber menurut Bagong Suyatna adalah: "Peranan informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang dinilai menguasai persoalan yang hendak diteliti, mempunyai keahlian dan berwawasan cukup" (Suyatna, 2005:72)

Dalam penelitian ini, yang menjadi informan atau nara sumber yang dijabarkan dalam Tabel.1 sebagai berikut:

Tabel. 1.1 Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1.	Kumaesah S. Sos	Staff Instalasi Pemasaran dan Humas
2.	Nurafrida	Staff Sub Bagian Mobilisasi Dana (Teller dan Kasir)
3.	Vera Herlianty, S.Si., M.Si	Kepala Instalasi Farmasi
4.	Saifuddin, SKM	Kepala Instalasi Tata Usaha Pelayanan
5.	Teti Sugianti, S. Kep. Ners	Kepala Kepala Instalasi Rawat Inap
6.	Ferisa Afrilita, RO, SKM	Kepala Instalasi Optik
Jumlah		**6 Frontliner**

I.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu peneliti menggambarkan tentang ciri-ciri situasi atau objek tertentu yang akan diteliti. Surakhmad dalam bukunya Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik menyebutkan bahwa: Penelitian Deskriptif memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang (actual); dan data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis. (Surakhmad 2004:140)

Pelaksanaan metode deskriptif tidak terbatas hanya sampai pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisa dan interpretasi tentang arti data itu. Karena itulah maka dapat terjadi sebuah penelitian deskriptif membandingkan persamaan dan perbedaan fenomena tertentu lalu mengambil bentuk studi kualitatif, interview, dan lain-lain; atau mengadakan klasifikasi, atupun mengadakan penilaian, menetapkan standar (normative), menetapkan hubungan dan kedudukan (status) satu unsur dengan unsure yang lainnya. Penelitian deskriptif adalah untuk mengembangkan masalah-masalah dari suatu fenomena yang akan dihubungkan dengan teori-teori yang diperlukan agar dapat memecahkan masalah secara rasional.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan atau menggambarkan gejala yang ada, mengidentifikasikan dan memecahkan masalah dengan cara mengumpulkan data,menyusun atau mengklasifikasikannya, menganalisa dan menginterpretasikannya.

I.9 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam melaksanakan penelitian, data yang digunakan harus berdasarkan fakta atau data yang benar.

Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

   Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari, mempelajari dan mengkaji data atau informasi riset melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi/literature yang menunjang dan relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

2. Studi Lapangan

   a. Observasi Non Partisipan

      Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan pencatatan data/informasi secara langsung tanpa ikut serta terlibat dalam kegiatan yang dilakukan *Frontliner* Rumah sakit Mata Cicendo Bandung.

   b. Wawancara

      Wawancara yaitu pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan mengadakan Tanya-jawab baik secara langsung maupun tidak langsung kepada semua pegawai *Frontliner* yang berkaitan dengan permasalahan, untuk memperoleh informasi atau keterangan mengenai masalah yang sedang diteliti, antara lain: Instalasi Pemasaran dan Humas, Sub Bagian Mobilisasi Dana

(Teller dan Kasir), Instalasi Farmasi, Instalasi Tata Usaha Pelayanan, Instalasi Rawat Inap dan Instalasi Optik.

I.10 Teknik Analisa Data

Teknik analsis data yaitu penyederhanaan atau pengumpulan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca, menggambarkan dan mendeskripsikan masalah yang diteliti menyangkut bagaimana cara dan alat penelitian yang diperlukan untuk membahas penelitian.

Analisis data yang dilakukan menggunakan teknik analisis data deskriptif analisis yaitu mendeskripsikan dan menggambarkan bagaimana sebenarnya peranan *Frontliner* dalam meningkatkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung. Analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersediadari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum catatan-catatan lapangan dengan memilah hal-hal pokok yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, rangkuman catatan-catatan lapangan itu kemudian disusun secara sistematis agar memberikan gambaran yang lebih tajam serta mempermudah pelacakan kembali apabila sewaktu-waktu data diperlukan kembali. Setelah dibaca, dipelajari, dan ditelaah. Langkah berikutnya adalah mengadakan reduksi

data yang dilakukan dengan jalan rangkuman yang inti, proses dengan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya.

2. *Display* data

Display data berguna untuk melihat gambaran keseluruhan hasil penelitian, dari hasil reduksi data dan display data itulah selanjutnya peneliti dapat menarik kesimpulan data memverifikasi sehingga menjadi kebermaknaan data.

3. Keabsahan data

Menguji keabsahan data peneliti menggunakan teknik trianggulasi, yaitu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut, dan teknik trianggulasi yang paling banyak digunakan adalah dengan pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Menurut Moleong (2007: 330), trianggulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik trianggulasi yang paling banyak digunakan ialah melalui sumber lainnya.

> Trianggulasi dilakukan melalui wawancara, observasi langsung dan observasi tidak langsung. Observasi tidak langsung ini dimaksudkan dalam bentuk pengamatan ataubeberapa kejadian yang kemudian dari hasil pengamatan tersebut diambil benang merah yang menghubungkan diantara keduanya. Teknik pengumpulan data yang digunakan akan melengkapi dalam

memperoleh data primer dan sekunder, digunakan observasi dan interview untuk menjaring data primer yang berkaitan. Analisis data dilakukan dalam suatu proses, proses berarti pelaksanaannya sudah mulai dilakukan sejak pengumpulan data dan dilakukan secara intensif, yakni sesudah meninggalkan lapangan, pekrjaan menganalisis data memerlukan usaha pemusatan perhatian dan pengarahan tenaga fisik dan pikiran dari peneliti, dan selain menganalisis data peneliti juga perlu mendalami kepustakaan guna mengkonfirmasikan atau menjustifikasikan teori baru yang mungkin ditemukan.

I.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

I.11.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Rumah Sakit Cicendo yang terletak di pusat Kota Bandung dan di nilai sangat startegis sekali. Karena Rumah Sakit Mata Cicendo mudah dicapai dengan berbagai transportasi umum. Tidak jauh dari lokasi ini terdapat bangunan-bangunan penting lainnya antara lain Gedung Pakuan (tempat kediaman resmi Bapak Gubernur Jawa Barat), Stasiun Kereta Api, Rumah Sakit Hasan Sadikin, Pabrik Kina dan kantor pemerintahan DT. II Kota Madya Bandung. Rumah Sakit Mata Cicendo berada di Jl.*Cicendo* No. 4 *Bandung* 40117 *Bandung.*

I.11.2 Waktu Penelitian

Sedangkan waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian selama 5 bulan yaitu mulai dari bulan maret - juli 2010**.**

Tabel I. 2
Jadwal Penelitian

Uraian	Bulan																							
	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
rsiapan																								
ngajuan Judul																								
c Judul																								
rtemu Pembimbing																								
nulisan BAB I																								
mbingan																								
minar UP																								
nulisan BAB II																								
mbingan																								
bulisan BAB III																								
mbingan																								
ngumpulan Data																								
udi Pendahuluan																								
rusahaan																								
udi Kepustakaan																								
awancara																								
nelusuran Online																								
mbuatan Kusioner																								
ngolahan Data																								
nulisan BAB IV																								
mbingan																								
nulisan BAB V																								
imbingan																								
elengkapi Keseluruhan Data																								
lang Skripsi																								

Sumber : Data peneliti 2010

I. 12 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang penelitian. Rumusan masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian (kegunaan teoritis dan kegunaan praktis), kerangka pemikiran, pertanyaan penelitian, metode penelitian, subjek dan informan penelitian, teknik pengolahan dan analisis data, waktu dan lokasi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Berisi tentang sumber pustaka yang mendukung penelitian serta kaitannya dengan permasalahan yang diangkat. Menjelaskan tentang pengertian peranan komunikasi, berisikan tinjauan komunikasi organisasi, kerangka pemikiran. Penjelasan tentang peranan *Frontliner* dalam sebuah perusahaan dan unsure-unsur yang terkandung dalam *Frontliner*. Dalam bab ini juga dijelaskan mengenai organisasi serta komunikasi apa saja yang berada dalam organisasi.

BAB III : Objek Penelitian

Berisikan mengenai latar belakang perusahaan, sejarah, visi, misi, motto dan falsafat, job description, kedudukan, tugas dan fungsi Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung dan keadaan Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung saat ini.

BAB IV : Hasil Penelitian

Berisikan tentang uraian dari hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara, yang meliputi analisis deskriptif, identitas responden, dan analisis deskriptif hasil penelitian dan rangkuman.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Berisikan kesimpulan dari hasil pembahasan yang ada pada identitas masalah dan juga saran-saran pada perusahaan dan penelitian berikutnya.