BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang Strategi Humas RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan (Penelitian Program *Corporate Social Responsibility* "Wanda dan Wandi") yang meliputi perencanaan dan manajemen sebagai proses mencapai tujuan yang diharapkan.

Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan dalam wawancara ini dari segi perencanaan (*planning*) ialah mengenai perencanaan kegiatan, perencanaan pesan dan perencanaan media, sedangkan dari segi manajemen mengenai pengawasan dan pengorganisasianya dalam Strategi Humas RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif *Corporatee Social Responsibility* "Wanda dan Wandi"). Waktu pelaksanaan selama 5 bulan lamanya sejak bulan Maret 2013 hingga bulan Juli 2013.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara dengan informan dalam bentuk observasi langsung dan apabila data yang diperlukan sudah terkumpul kemudian dianalisis. Analisis ini sendiri terfokus pada Strategi Humas dalam meningkatkan citra melalui program *Corporate Social Responsibility* Wanda dan Wandi, yang dikaitkan kepada beberapa unsusr atau identifikasi masalah. Selain itu juga peneliti melakukan wawancara dengan informan pendukung yaitu pasien sekitaran Rumah Sakit Dr.Hasan Sadikin Bandung guna melengkapi data pendukung mengenai Strategi Humas Dr.Hasan Sadikin dengan program *corporate social responsibility* Wanda dan Wandi.

Untuk tahap analisi yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk mengetahui sejauh mana informasi yang diberikan oleh informan penelitian, peneliti menggunakan beberapa tahap:

1. Pertama menyusun draf pertanyaan wawancara berdasarkan dari identifikasi masalah yang akan ditanyakan pada informan maupun key informan maupun informan pendukung.
2. Kedua melakukan wawancara dengan Ka Subbag Humas, bagian Keuangan, dan pasien sebagai informan pendukung.
3. Ketiga melakukan dokumentasi langsung dilapangan untuk melengkapi data-data yang berhubungan dengan penelitian
4. Keempat memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar dari semua pertanyaan yang diajukan kepada informan.
5. Kelima menganalisis hasil wawancara yang telah dilakukan.

Agar pembahasan lebih sistematis dan terarah maka peneliti membagi ke dalam tiga bagian pembahasan yaitu:

1. Profil informan
2. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian
3. Pembahasan Hasil Penelitian

4.1 Deskripsi Profil Informan

4.1.1 Informan Kunci

Informan kunci dalam penelitian ini adalah Staf dari Rumah Sakit Dr.Hasan Sadikin Bandung sebanyak Dua orang. Identitas informan yang akan dideskripsikan pada bab ini adalah Nama, Jabatan, Masa Kerja, Tempat tanggal lahir, usia, Jenis Kelamin, pendidikan terakhir,dan Alamat, . Wawancara dilakukan secara langsung (tatap muka)

1. Informan Pertama

   Informan yang pertama dalam penelitian ini yang bernama lengkap Dr. Tengku Djumala Sari saat Ini beliau menjabat sebagai Kepala Subbagian Humas & Protokoler RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung. Status sebagai Pegawai Negeri Sipil golongan Eselon III. Pendidikan terakhir yang ditempuh dalam bidang Kedokteran. Pendekatan yang dilakukan untuk bisa memperoleh data dari teknik wawancara yaitu dengan *making rapport* yaitu membentuk suatu hubungan dimulai dengan menjalin keakraban ketika sedang mengobrol bersama staf Humas. Pada proses wawancara tidak mengganggu kode etik karena informan telah bersedia meluangkan waktunya dan menjawab pertanyaan dengan tenang dan cara penyampaian terhadap peneliti dengan baik.

2. Informan Kedua

   Informan yang kedua bernama lengkap Fitri Laila H., S.Sos sebagai Kepala Urusan Penerbitan Subbagian Humas & Protokoler RSUP Dr.

Hasan Sadikin Bandung lahir dikota Bandung pada tanggal 2 Maret 1986 berjenis kelamin perempuan, sudah 3 tahun bekerja sebagai staf Humas & Protokoler RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung. Pendidikan terakhir S1 Komunikasi Humas dan beralamat di Komplek Bina Karya 1 No.95 Blok E Cileunyi Bandung. Pendekatan yang dilakukan untuk bisa memperoleh data dari teknik wawancara yaitu dengan *making rapport* yaitu membentuk suatu hubungan dimulai dengan menjalin keakraban dengan memulai percakapan agar kesanya akrab serta berlanjut dengan sering berkirim pesan melalui jejaring sosial. Pada proses wawancara informan memberikan data yang diinginkan oleh peneliti serta dalam menyampaikan pesan terhadap peneliti mudah untuk dipahami sehingga peneliti dapat mengaplikasikan hasil wawancara dengan mudah.

4.1.2 Informan Pendukung

Informan pendukung dalam penelitian ini bernama lengkap Witri Widianur seorang ibu rumah tangga kelahiran Bandung 3 Juli 1985 yang bertempat tinggal di Kp.Sayuran Rt.06 Rw.08 Desa Cangkuang Kulon, Dayeukolot Kabupaten Bandung. Wawancara berlangsung di sekitaran RSHS tepatnya di Gedung Kemuning. Pada proses wawancara informan terlihat tidak tegang dan dapat menjawab pertanyaan yang diajukan dengan luwes.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Rumah Sakit Dr. Hasan Sadikin Bandung merupakan Rumah Sakit Pemerintah dan Rumah Sakit Umum Pusat rujukan se-Jawa Barat khususnya bagi masyarakat yang kurang mampu. Rumah Sakit Hasan Sadikin (RSHS) dituntut Memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik (prima) disertai kompetensi dalam disiplin ilmu yang melandasinya, agar mampu berkembang dan bertahan dari waktu ke waktu dan Berusaha memberikan pelayanan kesehatan dengan sangat baik dan peduli terhadap masyarakat miskin. Dengan tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan dalam program *Corporate Social Responsibility* Wanda Wandi. Maka peneliti mendeskripsikan tujuan dari kegiatan tersebut sebagai berikut.

Tujuan Humas RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung menciptakan *opini publik* yang saling menguntungkan dan *image publik* yang positif. untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra *(image)* yang baik dari organisasi kepada publik yang di sesuaikan dengan kondisi-kondisi publik yang bersangkutan dan memperbaikinya jika citra itu mengalami kemunduran dengan program-program yang sudah terencana. Humas tidak dapat mendasarkan program kerjanya hanya pada dugaan atau perkiraan saja karena dapat menyebabkan humas kehilangan arah dan program humas dapat mengalami kegagalan maka dari itu pelaksanaan program diupayakan untuk dapat berlangsung berkesinambungan diantara satu program dengan program lainya.

Dalam pencapaian citra postif dari publik, perlu diperhatikan pada tahap penentuan tujuan dalam membentuk perencanaan, hal ini berkaitan dengan

komponen-komponen yang hendak digunakan dalam pelaksanaan rencana tersebut. Dengan adanya kesesuaian antara komponen-komponen dengan tujuan rencana maka akan membuat pencapaian tujuan tersebut berjalan dengan efektif. Sehingga bisa dikatakan bahwa efektifitas suatu strategi *public relations* ditentukan pada tahap perencanaannya.

Menurut hasil wawancara dengan Dr. Tengku Djumala Sari sebagai kepala Humas & Protokoler RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung Dalam melaksanakan tugasnya, Subbagian Humas harus melakukan usaha yang dilakukan dengan sengaja, direncanakan dan dilakukan terus-menerus untuk mendapatkan dan menjalin saling pengertian antara satu organisasi dengan pelanggan baik internal maupun eksternal. Untuk mencapai itu semua kita memerlukan keterbukaan terhadap kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan serta kemampuan untuk mendengarkan, kesabaran, mau menerima kritik, serta mampu memberikan jalan keluar dan masalah yang dialami pelanggan.

Perencanaan adalah segala sesuatu yang akan atau harus dilakukan itu diupayakan secara sistematis dan dinyatakan secara tertulis. Pada dasarnya perencanaan adalah suatu proses atau usaha tindakan membuat rencana. Tindakan-tindakan yang dilakukan dalam membuat suatu perencanaan tidak lain adalah tindakan pengambilan keputusan mengenai apa yang akan dan harus dilakukan. Kemudian merumuskan kegiatan-kegiatan yang diusulkan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Sejauh ini perencanaan yang dilakukan Humas RSHS dibagi menjadi tiga bagian yaitu. Perencanaan kegiatan, Perencanaan Pesan dan Perencanaan media.

Hasil dari wawancara peneliti menyimpulkan tujuan dari perencanaan kegiatan yaitu agar kegiatan yang akan dilaksanakan lebih terorganisir, oprasional kegiatanya berjalan dengan baik, dapat memenuhi kebutuhan serta kepentingan publik dan dari tujuan yang telah ditetapkan yaitu untuk mengubah, meningkatkan, dan mempertahankan citra umum dimata khalayak dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh RSHS. Perencanaan yang dilakukan Humas dalam perencanaan kegiatan diawali dengan Menetapkan Tujuan dalam menetapkan tujuan Humas terlebih dahulu membuat perencanaan kegiatan agar antara tujuan dengan kegiatan yang dilakukan bisa saling berkesinambungan dan menghasilkan tujun awal yaitu untuk menciptakan citra perusahaan. Selanjutnya Melakukan koordinasi dengan bagain-bagian di lingkungan RSHS dan instansi yang terkait dalam rangka memperoleh bahan-bahan informasi yang berhubungan Kegiatan yang dilakukan. Koordinasi dilakukan agar data yang diperoleh Humas dalam menegelola data tidak ada kesalahan serta dalam melaksanakan kegiatan agar lebih terperinci. Tahap selanjutnya menyelenggarakan pekerjaan yang berkaitan dengan penyebaran informasi melalui media massa (cetak dan eketronik yang meliputi *press release*, jumpa pers, wawancara pers dan peliputan). Setelah kegiatan dilakukan humas akan meneyebarkan informasi melalui media massa guna mempermudah dalam penyebaran informasi serta diharapkan dapat membentuk suatu citra yang positif bagi perusahaan. Mengabadikan peristiwa-peristiwa dengan menggunakan alat bantu kamera foto, kamera video dan merekam suara dengan tape recorder, agar kegiatan yang telah diselenggarakan bisa menjadi arsip dokumentasi serta memudahkan bagian *publishing* dalam

penyebaran informasi yang lengkap. Serta menyimpan catatan-catatan atau benda-benda yang bersifat dokumentasi yang berhubungan dengan kegiatan RSHS berupa Catatan tertulis, fotocopy, album foto, kaset. Kaset video dan VCD/DVD dalam pelaksanaan kegiatan. Pengelolaan Wartawan dibutuhkan karena jika Humas akan melaksanakan suatu kegitan tentang perusahaan akan memudahkan dalam menyebarkan informasi melalui media mesa agar tersebar dengan cepat.

Dalam perencanaan kegiatan Humas menggunakan Proses *Public Relations* yaitu *Planning, Organizing, Actuating* dan *Controling.*

(Wawancara, pada bulan Juni – Juli 2013)

Menurut Dr. Tengku Djumala Sari sebagai kepala Humas & Protokoler RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung, dengan adanya perencanaan kegiatan dapat memudahkan Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam evaluasi kegiatan apakah tujuan dari kegiatan tersebut tercapai atau tidak, dapat digunakan sebagai pedoman yang akan mempermudah pelaksanaan kegiatan dan mempermudah mengelola informasi kegiatan untuk disebarluaskan kepada khalayak khususnya bagi wartawan lokan maupun nasional yang membutuhkan informasi tentang kegiatan atau program yang telah dilaksanakan. Dalam pelaksanaan kegiatan Corporat Social Responsibility Humas berkoordinasi dengan bagian yang terkait kedalam pelaksanaan Wanda dan Wandi dari mulai bagian Medik dan Perawatan serta dengan bagian-bagian lain yang berhubungan dalam mobilisasi kegitan tersebut.

Sedangkan menurut Fitri Laila H., S.Sos sebagai Staff Informasi & Protokoler agar Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dengan dibuatnya

perencanaan kegiatan akan memudahkan humas dalam memberikan informasi yang akan dimuat dalam website resmi RSHS atau media internal yang dipake seperti majalah, *newsletter*, *leafleat*, dan poster maupun untuk meida internal sebagai data yang nantinya diperlukan oleh wartawan dalam mengelola berita yang akan dipublikasikan kepada masyarakat luas.

Perencanaan pesan adalah kegiatan komunikasi berupa penyampaian informasi (pesan) oleh komunikator kepada komunikan. Maka perencanaan pesan dalam meningkatkan citra perusahaan ditinjau dan kegiatan *Corporate Social Responsibility* Wanda dan Wandi dari hasil wawancara bertujuan untuk merubah prilaku khalayaknya atau sasaran perusahaan agar menghasilkan citra yang positif dengan menyampaikan pesan dan komunikator kepada komunikan, baik secara langsung maupun melalui media.

Onong Uchjana Effendy menjelaskan syarat pesan menurut Wilbur Scarmm Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan, pesan juga harus menggunakan bahasa atau lambang-lambang yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama mengerti, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperolehnya.

Seperti pendapat yang diuraikan oleh Informan kedua Fitri Laila H., S.Sos sebagai Staf Humas bagi an Informasi & Protokoler startegi dalam menyampaikan pesan terhadap sasaran dijelaskan sebagai berikut bahwa, “pesan itu merupakan inti dari kegiatan komunikasi yang dilakukan. Apapun itu yang termasuk kedalam

hal-hal yang melatar belakangi pesan, tetapi menunjukan posisi pesan sebagai perantara yang disampaikan oleh pembuat pesan kepada penerima pesan. Pesan juga tentunya memegang peranan untuk dapat menilai tujuan komunikasi yang dilakukan, karena pesan sebagaimana dengan fungsinya sebagai sarana penyampaian maksud dari tujuan perusahaan. Tidak ada alasan lain dari komunikasi, melainkan berupa usaha untuk dapat menyampaikan pesan agar dapat dipahami oleh komunikan. Selain itu juga agar masyarak mengerti dengan informasi yang disampaikan oleh pihak RSHS agar dapat meningkatkan citra perusahaan dimata publik sasaran. (Fitri Laila H, S.Sos dalam wawancara, pada bulan Juni-Juli 2013)

Sasaran komunikasi dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* "Wanda dan Wandi" yaitu konsumen/ pasien HumasRSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung menjadi penghubung yang efektif dalam menjembatani kepentingan organisasi di satu pihak dan menampung aspirasi serta memperhatikan keinginan masyarakat/konsumen. Dengan tujuan yang telah ditetapkan yaitu meningkatkan citra dimata khalayak humas mengharapkan konsumen/pasien mengerti akan informasi yang disampaikan oleh perusahaan dan menghasilkan *feedback* yang baik dari program *Corporate Social Responsibility* "Wanda dan Wandi". Terutama untuk warga yang kurang mampu agar dapat mencerna pesan dengan baik tetntang *Corporate Social Responsibility* "Wanda dan Wandi" tidak hanya difokuskan untuk Wanda Wandi tetapi RSHS juga berupaya membantu pasien lain yang kurang mampu. (Fitri Laila H., S.Sos wawancara, Pada Bulan Juni-Juli 2013)

Berikut perencanaan pesan yang dilakukan Humas dalam penyampaian pesan dan tujuan yang telah ditetapkan yaitu pusat informasi dari program yang akan dan telah dilaksanakan dijelaskan sebagai berikut. Memberikan penerangan kepada masyarakat tentang kebijakan, lagkah-langkah dan tindakan-tindakan yang diambil Pejabat di lingkungan Rumah Sakit serta memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa informasi yang diperlukan secara terbuka, jujur dan objektif. Perencanaan berikut dilakukan untuk masyarakat lebih memahami tentang apa yang akan dan sudah dilakukan oleh perusahaan untuk Khalayaknya yaitu pasien atau konsumen Rumah Sakit. Selanjutnya mengkomuniasikan kebijakan Direksi kepada masyarakat melalui berbagai media dan saluran komunikasi sehingga masyarakat memahami kebijakan tersebut. Dalam mengkomunikasikan kebijakan direksi Humas menginformasikannya melalui media internal seperti majalah, poster, newsletter, bulletin dan untuk media eksternal Humas menggunakan Koran lokal atau Koran nasional, Tv, Radio dan lain-lain yang dapat menunjang informasi tersebar dengan baik dan sesuai yang diharapkan. Memberikan pelayanan informasi masyarakat dengan komunikasi dua arah dan terpadu serta memberikan nasihat kepada pimpinan demi kepentingan publik. Komunikasi dua arah yang dilakukan yaitu Humas memberikan pesan yang mudah dimengerti oleh publik sasaran serta sasaran menangapi tentang apa yang Humas Informasikan. Menjadi penghubung yang efektif dalam menjembatani kepentingan organisasi di satu pihak dan menampung aspirasi serta memperhatikan keinginan masyarakat/konsumen. Humas sangat berperan penting dalam menyampaikan keinginan masyarakat terhadap perusahaan agar kebutuhan satu sama lain bias

tercapai. Mensosialisasikan kemajuan yang telah dicapai dalam pembangunan kesehatan di bidang pelayanan kepada masyarakat luas. Memberikan pelayanan informasi yang diperlukan pelanggan *eksternal* dan *internal* dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi efektif.

Dalam perencanaan yang telah diuraikan di atas maka Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung harus bekerja semaksimal mungkin agar perencanaan yang telah dibuat bisa terlaksana dengan baik misalnya dengan memberikan informasi kepada pasien disekitaran rumah sakit dengan lebih komunikatif serta dalam informasi yang diberikan lebih menarik untuk dibaca sehingga secara tidak langsung memberikan rangsangan terhadap pembaca maupun pengunjung rumah sakit untuk membaca informasi yang ada di sekitaran RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung.

Perencanaan pesan yang telah disusun oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung saling terkait dengan perencanaan media yang akan dibuat karena, untuk memudahkan humas dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dengan menggunakan media agar dalam proses menyampaikan pesan dapat lebih efektif,komunikatif dan respon yang didapat pun bisa dengan cepat humas dapatkan.

Perencanaan Media adalah salah satu penunjang dalam meningkatkan, mempertahankan dan memelihara citra perusahaan karena dengan menggunakan media perusahaan dapat menjangkau sasaran publiknya dan akan lebih membantu dalam memberikan informasi tentang perusahan maupun produk, jasa dan kegiatan yang akan dilaksanakan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dapat mendeskripsikan perencanaan media yang dilakukan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan ditinjau dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* Wanda dan Wandi. Ada beberapa tahapan yang dilakukan Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam melaksanakan Perencanaan Media sebagai berikut.

Menyusun Rencana materi yang akan dirilis dalam media informasi, dapat diperoleh dalam dokumentasi yang telah humas simpan. Bekerjasama dengan media pers *(press)* baik skala regional maupun nasional, agar tujuan awal tercipta dengan baik serta khalayak mengerti akan maksud dari perusahaan. Memperhitungkan media mana yang akan dipilih untuk menjangkau sasaran dan tujuan perusahaan, Humas harus memilih media mana yang akan dipilih karena agar tidak ada hambatan dalam penyebaran informasi serta semua kalangan dapat menerima atau membaca tentang informasi yang RSHS berikan. Mengelola data informasi & dokumentasi untuk dipublikasikan melalui media massa, serta menjawab pertanyaan kebutuhan media massa dalam hal peliputan. Membina hubungan yang timbal balik dengan media massa, hal ini harus sangat diperhatikan karena media massa adalah salah satu penunjang dalam tersebarnya informasi serta membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan. Menyelenggarakan berbagai acara/program sebagai strategi membina hubungan baik dengan madia massa agar tujuan dan perusahaan yaitu meningkatkan citra dapat terlaksana sesuai harapan.

Dari perencanaan media yang telah diuraikan diatas Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung mengharapkan dapat mengoptimalkan penyebaran informasi melalui media massa (cetak dan eketronik yang meliputi press release, jumpa pers, wawancara pers dan peliputan).

Fitri Laila H., S.Sos sebagai Staff Informasi & Protokoler menegaskan untuk tercapainya citra yang positif dimata khalayak humas sebagai jembatan tentunya hams melayani rekan media dengan baik agar terjalin kerjasama yang baik dan saling menguntungkan contohnya dengan berusaha membantu wartawan dalam memperoleh informasi perusahaan tetapi hams dengan prosedur perusahaan yang telah ditetapkan selanjutnya Mengantar wartawan untuk peliputan, wawancara dengan Direksi, Dokter atau perugas lain setelah konfirmasi terlebih dahulu dengan yang terkait. Menyelenggarakan koordinasi dengan pelanggan internal dan eksternal dengan cara persuasif dan informatif, apabila terdapat halhal yang melemahkan citra Rumah Sakit. (Fitri Laila H, S.Sos wawancara, pada bulan Juni-Juli 2013)

Peranan media dalam meningkatkan citra RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui program *Corporate Social Responsibility* "Wanda dan Wandi" sangat berpengaruh terhadap perusahaan kareana media adalah salah satu penunjang tersebarnya informasi yang perusahaan sebarkan serta dapat membantu dalam tujun awal perusahaan yaitu dalam meningkatkan citra. Saat ini hubungan baik dengan media massa bisa dikatakan baik juga hubungan dengan konsumen *(Customer Relations)* maupun dengan media massa *(Media Relations).* Pendapat itu dibenarkan dengan adanya fasilitas media yang Humas RSUP Dr. Hasan

Sadikin Berikan bisa dilihat dan respon para pasien melalui *facebook* RSHS dengan memberikan komen-komen yang positif terhadap RSHS. Karena Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung mengoptimalkan dalam mengelola informasi, memberikan informasi dan memenuhi kebutuhan rekan wartawan yang membutuhkan informasi tentang Program *Corporate Social Responsibility* Wanda Wandi. Kerjasama yang dijalin oleh RSHS dan wartawan pun semakin baik karna kedua belah pihak saling membutuhkan informasi serta dalam hal kerjasama mengelola informasi yang diberikan Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung media massa membutuhkanya juga jadi diharapkan kerja sama yang terjalin bisa lebih baik lagi. (Fitri Laila H., S.Sos wawancara, Pada Bulan Juni-Juli 2013)

Media yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra melalui program *Corporate Social Responsibility* Wanda dan Wandi, dibagi menjadi dua bagian yaitu untuk pelanggan *internal* dan pelanggan *eksternal*. Khusus kepada pelanggan internal yaitu dengan menggunakan majalah, *newsletter,* TV LCD, Spanduk, poster dan baligo. Sedangkan untuk pelanggan eksternal Humas RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung menyiapkan beberapa media yang akan digunakan yaitu terlebih dahulu Humas berhubungan dengan para editor, jurnalis serta para Produser TV dan radio. Setalah terjalin kerjasama dengan media massa selanjutnya humas menentukan media yang digunakan dalam meningkatkan citra perusahaan sebagai berikut :

Media pers *(press)* berupa Koran yang beredar di masyarakat, baik skala regional maupun nasional, Koran-koran gratis. Yang diterbitkan secara umum maupun hanya terbatas untuk kalangan tertentu. Media ini akan sangat

berpengaruh terhadap tujuan awal perusahaan karena diharapkan informasi yang didapat oleh khalayak dapat menghasilkan citra yan ositif bagi perusahaan.

Audiovisual seperti : Radio, Televisi, pameran *exhibitions).* Bahan-bahan cetakan yang bersifat mendidik, informatif yang disebarkan guna tujuan humas tercapai dengan baik. Surat langsung *(Direct Mail)* biasanya diberikan kepada wartawan untuk menghadiri kegiatan yang akan dilaksanakan oleh RSHS atau undangan jika RSHS akan mengadakan konferensi pers.

(Fitri Laila H., S.Sos wawancara, pada bulan Juni-Juli 2013)

Pembahasan selanjutnya peneliti akan mendeskriptifkan manajemen yang dilakukan Humas Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi". Berdasarkan wawancara dengan Dr. Tengku Djumala Sari sebagai kepala Humas & Protokoler RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung manajemen yang dilakukan meliputi pengorganisasian dan pengawasan. Dr. Tengku Djumala Sari sebagai kepala Humas & Protokoler RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung meninjau terlebih dahulu proses perencanaan yang dilakukan RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan dengan memeriksa perencanaa yang telah dibuat dimulai dan perencanaan kegiatan, perencanaan pesan dan perencanaan media.

Alasan RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung memilih Wanda dan Wandi sebagai pasien yang termasuk kedalam Program *Corporate Social Responsibility* karena dari beberapa pasien yang kembar siam hanya Wanda Wandi saja yang keadaanya memungkinkan untuk dioperasi dan keluarga Wanda Wandi tidak

termasuk program bantuan dari pemerintah sehingga RSHS memutuskan untuk merawat serta mengoperasi bayi kembar dempet perut ini menggunakan dana tanggung jawab sosial RSHS. Namun RSHS juga membantu beberapa pasien yang kurang mampu dengan menggunakan dana tanggung jawab sosial perusahaan jadi tidak hanya Wanda Wandi saja yang menikmati bantuan dari RSHS, Adapun untuk pembiayaan, berhubungan dengan Bagian dibawah Direktorat Keuangan.

Untuk memisahkan bayi kembar siam ini RSHS menyiapkan tim dokter khusus untuk menanganinya. Semua direksi yang ada di RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung terlibat dalam perencanaan program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi". Perencanaan yang dilakukan sudah sangat terencana dengan baik sehingga hasil dari perencanaan itu sesuai dengan harapan, bayi kembar siam Wanda Wandi berhasil dipisahkan dengan selamat dan sehat. Menunjukan perencanaan yang dilakukan oleh RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung tersusun dengan baik sesuai dengan tahapanya. (Dr. Tengku Djumala Sari wawancara Pada Bulan Juni-Juli 2013)

Harapan untuk meningkatkan citra lambat laun terlihat hasilnya, masyarakat lebih merespon dengan baik setiap kegiatan maupun informasi yang di hasilkan oleh RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung. Opini buruk tentang pelayanan RSHS pun sudah jarang dikeluhkan oleh konsumen pasien sedangkan dengan media kerjasamanya mengunjukan hubungan yang semakin baik meskipun banyak kendala yang RSHS hadapi dalam menjalin hubungan baik dengan Media massa.

Humas menegaskan harapan RSHS terhadap program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi" yaitu agar publik sasaran dapat memahami informasi yang disampaikan maupun kegiatan yang dilaksanakan oleh RSHS dapat meningkatkan, mempertahankan dan memelihara citra yang sudah ada dan berjutuan untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya agar hubungan konsumen/pasien *(customer relations)* dengan RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung dapat terjalin dengan baik dan saling menguntungkan.

Selanjutnya peneliti akan mendeskripsikan hasil wawancara bersama informan pendukung yang bernama Witri Widianur sebagai konsumen/pasien dari kalangan tidak mampu tentang program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi". Dalam program yang direncanakan RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung witri menyatakan kalo dirinya tidak terlalu mengetahui dengan program yang telah dilaksanakan oleh RSHS, dikarenakan dengan alasan yang diberikan dia tidak terlalu memperhatikan berita yang beredar di masyarakat luas. Opini yang dihasilkan setelah peneliti menjelaskan tentang program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi" dia sangat antusias dan mengharapkan RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dapat lebih mengembangkan tanggung jawab sosial khalayaknya terutama untuk warga yang kurang mampu. Informan pendukung ini juga memaparkan harapan dalam meningkatkan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat kurang mampu dapat segera terealisasikan dan dalam pelayanan lebih ditingkatkan lagi agar pasien yang berobat dari dalam daerah maupun luar daerah menikmati pelayanan yang baik. (Witri Widianur dalam wawancara 1 Juli 2013)

4.3 Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa strategi Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra Perusahaan ditinjau melalui program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi" mempunyai tujuan yang diharapkan dapat mencapai suatau hasil yang baik, kemudian melakukan kegiatan sesuai dengan perencanan kegiatan untuk menyampaikan pesan yang tentunya melalui media untuk mendukung kegiatan yang sudah dilakukan.

Seperti yang telah dijelaskan John E. Marston, Humas merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, komunikasi yang sehat dan etis, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya. Berdasarkan penjelasan diatas Humas pada dasarnya berhubungan dengan manajemen, kegiatan, perencanaan, tujuan dan komunikasi. Yang dilakukan secara terus menerus dan memiliki strategi yang berguna untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian serta tercapainya hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya.

Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung harus mempunyai fungsi yang sama dengan perusahaan lain. Meskipun humas rumah sakit, humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung tetap harus mempunyai kinerja yangoptimal dalam menjalankan tugasnya serta yang dilakukan humas harus dapat menunjang segala kebutuhan perusahaan atau khalayaknya. Menjadi humas rumah sakit, humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung telah menjalankan fungsi humas dengan baik

terbukti dengan segala kegiatan maupun hasil kerja yang dihasilkan humas sangat berpengaruh terhadap perusahaan tepatnya dalam meningkatkan citra perusahaan.

Fungsi Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi" dalam strategi yang sudah direncanakan menghasilkan citra yang positif tepatnya dalam meningkatkan citra, karena melalui fungsi Humas yang telah dilaksanakan dapat terlaksanakan sesuai dengan tata laksana hubungan kerja. Hasil dan tata laksana yang telah dibuat Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dapat Menunjang aktifitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi) hal ini sejalan dengan yang ttelah dijelaskan oleh Cultip, Center and Canfield dalam rumusan *public relations.*

Bisa dilihat dari hasil yang telah dikerjakan yaitu dengan adanya tanggapan yang positif dari publik sasaran, hasil dari adanya respon tersebut tidak luput dari fungsi Humas yang dapat memberikan informasi secara jelas dan mudah dicerna oleh khalayak terhadap publik *internal* dan *eksternal* dan dalam penyampaian pesanya juga humas berusaha memberikan informasi yang mudah dipahami dan mendapatkan respon yang positif oleh publik sasaran. Sehingga tercipta komunikasi dua arah timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya, demi tercapai tujuan yang utama yaitu meningkatkan citra positif serta publik sasaran juga dapat merasakan keuntungan dari perusahaan mislanya dalam hal pelayanan.

Humas juga berfungsi sebagai Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pemimpin manajemem demi tujuan dan manfaat bersama. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pemimpin manajemem demi tujuan dan manfaat bersama. Untuk mengetahui keinginan publik Humas RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung dapat melihat dari fasilitas yang telah RSHS berikan.

Pelanggan RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung di seluruh Indonesia dapat mengirimkan opini, presepsi dan tanggapan terhadap RSHS dengan fasilitas yang telah diberikan melalui jejaring sosial *Facebook*, pengunjung jejaring sosial ini dapat mengirimkan keinginan, pujian, keluhan ataupun menanyakan sesuatu tentang RSHS contonya alur perawatan, biaya perawatan, ruangan, fasilitas RSHS dan lain-lain. Untuk mengetahui keinginan publik juga humas dapat melihatnya disms *HOTLINE* yang dikelola langsung oleh humas. Dengan adanya fasilitas facebook dan sms *HOTLINE* Humas dapat merespon cepat atas apa yang telah masyarakat kirimkan selanjutnya humas mengindentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/ organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya. Secara cepat juga Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dapat mengetahui seberapa banyak keluhan yang masuk atau pujian terhadap pelayanan yang diberikan yang nantinya akan meningkatkan citra RSHS dimata masyarakat.

Fungsi manajemen Public Relations sangat berpengaruh terhadap pelaksanaan program acara karena, fungsi manajemen dapat melihat peranan yang dilakukan humas dalam pelaksanaanya dan menilai hasil kerja humas. Fungsi

manajemen disini berarti lebih terhadap pengawasan dalam pelaksanaanya misalnya Humas RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung mengawasi setiap wartawan yang membutuhkan informasi tentang RSHS serta menanyakan tujuan dari kebutuhan yang wartawan dalam informasi tersebut, apakah pemberitaan yang akan disebarkan oleh wartawan merugikan RSHS atau tidak. Maka disini pengawasan Humas harus tetap dioptimalkan hasil kerjanya.

Humas dalam Fungsi manajemen juga hams memperhatikan bagaimana menyelanggarakan komunikasi dua arah timbal balik yaitu dalam penyampaian pesan *(message)* dan mengelola arus informasi *(communications channel)* kepada publiknya dengan tujuan untuk mencapai citra positif *(effect)* bagi organisasi yang diwakilkannya itu seperti yang dijelaskan oleh Cultif.et.al. dalam buku Rosady Ruslan. Seperti yang sudah dijelaskan diatas dalam fungsi manajemen Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung menjalankan tugasnya dengan baik dan benar.

Tujuan Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi" menghasilkan citra yang positif yang didasari oleh strategi yang dibuat Humas dalam perencanaan dan manajemen. Karena melalui tujuan RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dapat menetapkan antara lain :

Penentuan sasaran Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi" yaitu pertama humas mengharapkan konsumen/ pasien mengerti akan informasi yang disampaikan oleh perusahaan dan menghasilkan *feedback* yang baik dari program *Corporate Social Responsibility* "Wanda dan Wandi".

Terutama untuk warga yang kurang mampu agar dapat mencerna pesan dengan baik tentang *Corporate Social Responsibility* "Wanda dan Wandi". Dalam tanggungjawab sosial yang telah dilakukan RSHS terhadap pasien kurang mampu Wanda Wandi RSHS juga tidak hanya memfokuskan kegiatan tanggungjawab sosialnya hanya untuk Wanda Wandi tetapi RSHS juga berupaya membantu pasien lain yang kurang mampu dengan menggunakan mobilisasi dana yang diperoleh dari dana tanggung jawab sosial RSHS tanpa bantuan dan pemerintah.

Sedangkan hasil yang dicapai oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan dapat dilihat clan hubungan baik dengan konsumen/pasien sebagai berikut:

1. Pasien menanggapi apa yang RSHS informasikan tentang perusahaan
2. Berkurangnya komplain dari pasien yang dikirim ke sms HOTLINE RSHS
3. Banyaknya posting yang ditulis oleh pengguna facebook terhadap RSHS melalui facebook RSHS
4. Meningkatkan pengunjung rumah sakit karena adanya kepercayaan terhadap pelyanan yang diberikan RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung.
5. Masyarakat mengakui bahwa pelayanan RSVP Dr. Hasan Sadikin Bandung sudah baik opini tersebut diperoleh dari pujian yang dikirimkan oleh masyarakat melalui sms *HOTLINE* atau *Facebook*

Adapun hubungan kerjasama yang baik dengan wartawan bisa dilihat dari contoh sebagai berikut :

1. Wartawan sedia untuk menghadiri acara yang di laksankan oleh RSHS
2. Menghadiri undangan konversi pers

3. Menghadiri kegiatan yang dilakukan RSHS seperti buka bersama dengan wartawan yang dilakukan setahun sekali.
4. Merespon dengan baik tentang informasi yang diberikan RSHS
5. Dalam menyebarkan berita tidak lagi merugikan RSHS tetapi lebih menginformasikan fakta yang sebernarnya.

Maka dalam penelitian ini peneliti merasa tujuan dari Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi" sudah tercapai dengan baik. Serta menjadi penghubung informasi antara RSHS dengan khalayaknya sehingga menciptakan suatu citra yang positif dimata masyarakat. Dan juga agar terhindar dari kesalahan komunikasi serta dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan yang sudah diupayakan semaksimal mungkin oleh RSHS terhadap pasien maupun penggunjung Rumah Sakit Dr. Hasan Sadikin Bandung, Sehingga menciptakan suatu penilaian yang positif dimata masyarakat luas maupun rekan media.

Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas diambil oleh organisasi. Strategi merupakan pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi. Dalam setiap melakukan kegiatan diorganisasi maka dilakukan melaui perencanaan. Perencanaan strategi secara sederhana merupakan sebuah alat manajemen dan digunakan untuk satu maksud saja yaitu menolong organisasi melakukan tugas dengan lebih baik.

Perencanaan strategi adalah proses sistematik yang disepakati oleh perusahaan dan membangun keterlibatan diantara *stakeholder* utama tentang

priorotas yang hakiki bagi misinya. Sesuai dengan yang telah dijelaskan diatas Humas RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung membuat strategi khusus dalam meningkatkan citra perusahaan.

Untuk mencapai tujuan diperlukan strategi khusus dalam pelaksanaanya. Strategi yang dibuat Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra meliputi perencanaan dan manajemen. Dalam perencanaan dibagi menjadi tiga bagian yaitu kegiatan, pesan dan media antara ketiga perencanaan tersebut saling berhubungan karena satu sama lain dapat menunjang terciptanya tujuan awal yaitu meningkatkan citra yang positif dimata masyarakat. Sedangkan dalam manajemen yang dipakai yaitu untuk mengawasi dalam mengorganisasian pelaksanaan kegiatan dan mempermudah dalam evaluasi. Setelah Humas merumuskan perencanaan dan pengawasan dalam manajemen dalam pelaksanaan kegiatan *Corporat Social Responsibility* dapat tercapai sesuai harapan dan pesan yang disampaikan oleh Humas dapat diterima oleh masyarakat dan terjalinkepercayaan terhadap RSHS.

Dalam meningkatkan citra Humas membuat perencanaan yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu Perencanaan Kegiatan, Perencanaan Pesan, Perencanaan Media. Seperti yang telah dijelaskan diatas tiga tahap perencanaan ini saling berkesinambungan cara kerjanya. Dengan dibuatnya perencanaan tersebut diharapkan perencanaan bisa berjalan dengan lancar dan menjapai tujuan awal yaitu meningkatkan citra RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung.

Pada awalnya citra RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung mengalami citra yang menurun diakibatkan oleh hubungan dengan sebagaian wartawan tidak baik.

Hal itu terjadi karena kesalahan komunikasi. Contoh kasus yang telah terjadi yaitu dalam memperoleh data dari RSUP Dr.Hasan Sadikin Bandung tentang kasus yang sedang dialami oleh RSHS dalam bidang pelayanan, wartawan pastinya sangat membutuhkan informasi yang sebenarnya dari RSHS namun dalam memperoleh informasi wartawan harus mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh RSHS. Karena dalam memberikan informasi Humas juga tidak sembarangan dalam memberikan informasi tetapi harus berkoordinasi terlebih dahulu dengan bagian yang terkait dengan kasus yang dialami agar informasi yang diberikan bisa akurat serta penjelasanya pun tidak menimbulkan masalah baru.

Setelah kesalahpahaman antara Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dengan wartawan, tentunya sangat merugikan RSHS karena setiap pemberitaan tentang RSHS rekan media selalu menyorot kesalahan yang RSHS lakukan dan dalam mengelola pesanya banyak yang melebih-lebihkan informasi yang akan disebarluaskan, sehingga masyarakat menilai dari informasi yang media massa sebarkan menghasilkan opini yang buruk bagi RSHS dan sangat merugikan RSHS karena kehilangan kepercayaan dimata masyarakat. Humas mengharapkan para rekan media massa agar dapat mengikuti peraturan yang telah ditetapkan serta tidak tergesa-gesa dalam mengelola informasi agar apa yang disampaikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan baik serta tidak menimbulkan opini yang buruk yang akan merugikan RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung.

Hubungan yang tidak baik dengan wartawan pastinya menghambat Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra. Dengan dilaksanakannya kegiatan *Corporate Social Responsibility* diharapkan citra RSUP

Dr. Hasan Sadikin Bandung dapat menghasilkan opini yang menguntungkan bagi perusahaan serta dapat meningkatkan citra yang positif. Seperti yang telah dijelaskan oleh Rosadi Ruslan tentang citra yaitu citra itu *abstract* atau *intangible,* tetapi wujudnya bisa dirasakan dan penilaian, baik semacam tanda respek dan rasa hormat, dan publik atau masyarakat lugs terhadap perusahaan dilihat sebagai sebuah badan usaha atau personelnya yang baik, dipercaya, professional dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik. Dalam meningkatkan citra Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung berusaha semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang PRIMA (Profesional, Respek, manusiawi dan amanah) agar kepercayan masyarakat terhadap RSHS dapat pulih kembali.

Dengan adanya kegiatan tanggung jawab sosial yang RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung laksanakan diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menghasilkan opini yang baik yang akan membetuk suatu citra. Dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* "Wanda Wandi" Humas Wanda dan Wandi adalah bayi kembar siath dempet perut dan anak pertama dari pasangan Dede Amung Sunarya 21 tahun dan Lina Marwati 20 tahun, warga kampung cijagra RT 13/05 Desa Ciroyom Kabupaten Bandung Barat ini mendapatkan pembiayaan perawatan dari Jamkes RSHS dan kartu keluarga miskin (Gakin). Keluarga pasien bayi kembar siam dempet perut (Wanda dan Wandi), yang akan dioprasi untuk melakukan pemisahan dengan menggunakan dana tanggung jawab sosial RSHS Bandung karena keluarga bayi tersebut tidak termasuk dalam program pemerintah seperti Jamkesmas, Jamkesda atau Bawaku (bantuan Wali Kota). Wanda dan Wandi adalah bayi kembar siam yang beruntung serta layak

untuk dipisahkan karena organ tubuhnya lengkap hanya diagfrahma yang dimiliki hanya satu oleh karena itu Rumah Sakit Dr. Hasan Sadikin Bandung membantu pasien ini dengan dana Tanggung jawab sosial perusahaan tanpa ada bantuan dari pemerintah. Dengan kata lain kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung tidak luput dari perencanaan yang telah direncanakan oleh Humas dalam hal meningkatkan Citra Perusahaan memalui pemberitaan tentang Wanda dan Wandi.