

Peran *Public Relations* terhadap Informasi yang Diberikan pada Pasien Rawat Jalan RSUD Dr. M.Yunus Bengkulu

Novega¹⁾, Tenike Gita Miranda²⁾, Darmawansyah³⁾, Faisal⁴⁾

^{1,2)} Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, STIKes Bhakti Husada Bengkulu, Indonesia

³⁾ Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia

⁴⁾ Jurusan Sanitasi Lingkungan, Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Gorontalo, Indonesia,
zj.novega@gmail.com

Diterima 16 Mei 2022, disetujui 26 Oktober 2022, diterbitkan 31 Oktober 2022

Pengutipan: Novega, Miranda, T.G., Darmawansyah & Faisal. (2022). Peran *Public Relations* terhadap Informasi yang Diberikan pada Pasien Rawat Jalan RSUD Dr. M.Yunus Bengkulu, 13(2), 772-782, 2022

ABSTRAK

Kepercayaan dan citra yang baik di mata masyarakat merupakan salah satu yang terpenting bagi eksistensi sebuah perusahaan. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, melalui komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga tempat kerja, pasar, masyarakat, atau dimanapun manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Begitu pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia, dan harus diakui bahwa manusia tidak akan bisa hidup tanpa komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peran *Public Relations* dalam memberikan informasi kepada pasien rawat jalan di RSUD. dr. M. Yunus Bengkulu. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Univariat dan Bivariat, dengan pendekatan *cross sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu dengan rata-rata kunjungan 350 orang/hari x 22 hari = 7700 orang/bulan, sampel dalam penelitian diambil berdasarkan kuota, kuota yang dibutuhkan untuk sampel ini sebanyak 100 orang pasien yang telah melakukan kunjungan lebih dari satu kali kunjungan, dengan menggunakan teknik Stratified random sampling (*quota sampling*) yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan sejumlah anggota sampel. Anggota populasi manapun yang akan diambil tidak menjadi soal, yang penting jumlah quatum yang sudah ditetapkan dapat dipenuhi, setelahnya dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pasien. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel peran *Public Relations* adalah sebesar 9,544 dengan signifikansi (p) = 0,00. Nilai p tersebut < $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan *Public Relations* mempunyai pengaruh dalam menjalin hubungan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan tambahan pengetahuan bagi penelitian lain, serta sebagai inspirasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang *Public Relations*, dengan penambahan variable penelitian serta dengan metode, desain dan analisis yang berbeda

Kata kunci: *Public Relations*, Kepuasan Pasien.

ABSTRACT

Confidence and a good image in the eyes of the public is one of the most important for the existence of a company. Communication is a basic human activity, through communication can human beings relate to each other both in daily life at home workplace, marketplace, community, or wherever humans are. There is no man who is not involved in the communication. Once the importance of personal communication in human life, and it must be admitted that man cannot live without communication. The purpose of this study was to determine the extent of the role of *Public Relations* to provide information to outpatients in hospitals. dr. M. Yunus Bengkulu. The analytical method used in this study is Univariate and Bivariate, with a cross sectional approach. The population in this study were all hospital outpatients. Dr. M. Yunus Bengkulu with an average visit of 350 people/day x 22 days = 7700 people/month, the sample in the study was taken based on the quota, the required quota for this sample was 100 patients who had visited more than one visit, with using Stratified random sampling technique (*quota sampling*), which is a sampling technique by determining a number of sample members. It doesn't matter which member of the population is taken, what matters

is that the quatum that has been set can be met. data collection using a questionnaire. A continuation of the bivariate data processing, this analysis is a statistical test to validate the hypothesis that enforced. Based on a simple regression analysis shows that the t value for the variable is the role of Public Relations at 9.544 with significance (p) = 0.00. The p value $< \alpha = 0.05$, it can be concluded Public Relations in a relationship has the effect of creating subscriber satisfaction. Hopefully this research can be used as additional knowledge to other studies, as well as an inspiration to do more research on Public Relations, with the addition of variables and the method of research, design and analysis of different.

Keywords: Public Relations, Patient Satisfaction

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Melalui komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga tempat kerja, pasar, masyarakat, atau dimanapun manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. *Public Relations* adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *good will* (kemauan baik). *Public Relations* berfungsi menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga/organisasi dengan *Publiknya* baik *interen* maupun *ekstern*. *Public Relations* secara mendasar menjadi tanggung jawab dari pimpinan puncak (*topmanagement*) *Public Relations* dan bisa menjadi mata, telinga, dan tangan kanan sebagai wahana puncak keluar dan ke dalam Suatu perusahaan memerlukan adanya komunikasi timbal balik untuk mencapai tujuan. Komunikasi timbal balik tersebut dapat dilakukan dengan adanya *Public Relations* (Ruslan, 2010).

Public relations muncul karena adanya tuntutan kebutuhan. Artinya menjadi hal yang utama bagi *Public Relations* untuk mampu menjalankan salah satu fungsi dan tugasnya yaitu membina hubungan yang harmonis antara pimpinan manajemen dengan karyawan dan karyawan dengan kliennya. Begitu juga kemampuannya untuk menjembatani atau membangun komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publik yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh perusahaan. Public relations atau *Public Relations* adalah bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang maupun sebuah lembaga di mata publik. Profesi *Public Relations* bekerja di wilayah public untuk membentuk fungsi komunikasi, hubungan masyarakat (*public relations*), manajemen krisis (*crisis management*), hubungan pelanggan (*customer relations*), hubungan karyawan (*employee relations*), urusan pemerintah (*government relations*), hubungan industry (*industry relations*), hubungan investor (*investor relations*), hubungan dengan media (*media relations*), mediasi, publisitas (Ruslan, 2007; Rumanti, 2002).

Saat ini hampir setiap departemen pemerintahan atau lembaga-lembaga sosial telah mempunyai badan atau bagian humas. RSUD. dr. M. Yunus Bengkulu merupakan salah satu badan layanan umum yang bergerak dibidang jasa yang sampai saat ini terus berkembang. Untuk membangun *brand image* yang positif kepada masyarakat maka RSUD. dr. M. Yunus Bengkulu mengambil langkah salah satunya adalah dengan membentuk unit *Public Relations*.

Dengan dibentuknya *Public Relations* di RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu yang mempunyai visi misi *Komunikasi, Informasi dan Promosi* (KIP) yang mempunyai arti dan makna yang luas, Komunikasi adalah kegiatan perilaku atau kegiatan penyampaian pesan atau informasi tentang pikiran atau perasaan atau penyampaian dan memahami pesan dari satu orang kepada orang lain (pasien). Informasi adalah pesan (ucapan atau ekspresi) atau kumpulan pesan yang terdiri dari makna yang dapat ditafsirkan dari pesan atau kumpulan pesan, sedangkan informasi merupakan fungsi penting untuk membantu mengurangi rasa cemas seseorang. Semakin banyak informasi dapat memengaruhi atau menambah pengetahuan seseorang dan dengan pengetahuan menimbulkan kesadaran yang akhirnya seseorang akan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya. Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali kepada pasien untuk kembali memanfaatkan fasilitas pelayanan yang telah diperolehnya atau yang dipromosikan. Dengan adanya *Public Relation* yang mempunyai visi misi KIP ini diharapkan dapat membantu meningkatkan jumlah kunjungan pasien khususnya pasien rawat jalan dan memperbaiki citra rumah sakit dimata masyarakat Provinsi Bengkulu.

Dilihat dari laporan jumlah kunjungan pasien RSUD. Dr. Yunus Bengkulu dari tahun 2018 sampai dengan 2021 belum mengalami peningkatan yang berarti, pada tahun 2018 sebanyak 93.542 orang, 2019 sebanyak 99.420 orang, 2020 sebanyak 10.7544 orang, pada tahun 20 jumlah kunjungan sebanyak 105.209 kunjungan dan pada tahun 2021 sebanyak 12.5687 orang, dan mengingat pada saat ini banyak bermunculan rumah sakit swasta yang menawarkan kualitas pelayanan yang baik, maka peran *Public Relations* sangat dibutuhkan (Profil RSMY, 2020).

Data jumlah kunjungan pasien di instalasi rawat jalan RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu dari tahun 2018 sampai dengan 2021 rata-rata tingkat kunjungan pasien hanya 1,08% pertahun, hal ini menggambarkan belum tercapainya visi misi *Public Relations*

(Komunikasi, Informasi dan promosi) dan RSUD. Dr. Yunus Bengkulu yang ingin menciptakan pelayanan prima bagi semua jenis pasien baik umum, Askes, Kerjasama lainnya dan Pasien Miskin.

Mengingat begitu penting dampak yang ditimbulkan dari sebuah pencitraan positif, maka penulis ingin memberikan gambaran mengenai fungsi *public relations* dalam upaya meningkatkan citra perusahaan. Berdasarkan pemaparan di atas, penulis melakukan penelitian yang berjudul: Peran *Public Realties* terhadap Informasi yang diberikan pada pasien rawat jalan RSUD Dr. M. Yunus Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pendekatan *cross sectional* adalah suatu penelitian untuk mempelajari dinamika kolerasi antara faktor-faktor resiko dengan efek, dengan cara pendekatan, observasi atau pengumpulan data sekaligus dalam suatu saat. Artinya pada setiap subjek penelitian hanya di observasi sekali saja dan pengukuran dilakukan terhadap satu karakter atau variabel subjek pada saat pemeriksaan. Hal ini tidak berarti bahwa semua subjek penelitian diamati pada waktu yang sama (Sugiyono, 2011; Moleong, 2000).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu dengan rata-rata kunjungan 350 orang/ hari x 22 hari = 7700 orang/bulan, sampel dalam penelitian diambil berdasarkan kuota, kuota yang dibutuhkan untuk sampel ini sebanyak 100 orang pasien yang telah melakukan kunjungan lebih dari satu kali kunjungan, dengan menggunakan teknik *stratified random sampling (quota sampling)* yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan sejumlah anggota sampel. Anggota populasi manapun yang akan diambil tidak menjadi soal, yang penting jumlah quatum yang sudah ditetapkan dapat dipenuhi (Notoatmodjo, 2017).

Data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara menggunakan kuisisioner kepada responden yaitu pasien rawat jalan Rumah Sakit Umum Dr. M. Yunus Bengkulu. Penyusunan kuisisioner berdasarkan pada variabel-variabel yang akan diteliti baik variabel bebas maupun variabel terikat pada akhirnya pertanyaan yang tersusun pada kuisisioner adalah saling berkaitan dan berhubungan. Sementara data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara menggunakan kuisisioner kepada responden yaitu pasien rawat jalan Rumah Sakit Umum Dr. M. Yunus Bengkulu.

Penyusunan kuisioner berdasarkan pada variabel-variabel yang akan diteliti baik variabel bebas maupun variabel terikat pada akhirnya pertanyaan yang tersusun pada kuisioner adalah saling berkaitan dan berhubungan. Setelah data terkumpul melalui metode pengumpulan data, maka selanjutnya penulis melakukan pengolahan data sebagai berikut:

- a. Seleksi data, yaitu memeriksa kembali jawaban responden apakah telah menjawab semua jawaban;
- b. Koding memberikan tanda atau kode untuk mempermudah memeriksa jawaban;
- c. Membuat skor atau pemberian angka untuk jawaban responden;
- d. Menggolongkan kategori jawaban dalam tabel-tabel skor nilai sesuai keperluan;

Pengujian Data dengan menggunakan dua cara yakni univariat dan bivariat.

Univariat artinya melihat gambaran distribusi frekuensi di masing-masing variabel penelitian (*deskriptif*) dengan persentase (Arikunto, 1998) dengan rumus:

$$p = \frac{F}{N} \times 100$$

Keterangan:

P = Jumlah Persentase

F = Frekuensi

N = Jumlah

Dengan skala perhitungan,

60 – 100% = Puas

0 -- 59% = tidak puas

Dan analisis bivariat, analisis ini merupakan kelanjutan dari proses pengolahan data, analisis ini merupakan uji statistic untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang ditegaskan. Uji statistic yang peneliti gunakan adalah uji regresi sederhana. Perhitungan dalam uji tersebut dibantu dengan program SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Rumah Sakit Umum Daerah Dr. M. Yunus Bengkulu merupakan Rumah Sakit Pemerintah Propinsi Bengkulu dengan Klasifikasi Rumah Sakit Kelas A Pendidikan Berdasarkan Keputusan Komisi Akreditasi Rumah Sakit Indonesia, tanggal 25 November 2019, sementara Surat Keputusan Gubernur Nomor 655 Tahun 1995 tanggal 13 Desember 1995, berdasarkan Perda Nomor 7 tahun 2002 tentang Organisasi RSUD Dr. M. Yunus Bengkulu merupakan Lembaga Teknis Daerah yang berbentuk Badan. Selanjutnya

berdasarkan Keputusan Direktur RSUD Dr. M. Yunus Bengkulu Nomor 821/ 11306/ SK/ UM 4 tanggal 2 Januari 2004 tentang pemberlakuan uraian tugas di lingkungan RSUD Dr. M. Yunus Bengkulu dijabarkan seluruh uraian tugas Pejabat Struktural dan Fungsional/ Instalasi. RSUD Dr. M. Yunus Bengkulu sebagai Rumah Sakit rujukan tertinggi di Propinsi Bengkulu dalam menyelenggarakan upaya kesehatan.

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 07 Mei 2021 sampai 8 Juni 2022, bertempat di Unit *Public Relations* RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu, instrumen penelitian berupa *questioner* yang jumlahnya 13 item yang harus dijawab oleh reseponden, tahap pelaksanaan penelitian dilakukan pengumpulan data dengan menyebarkan *questioner* yang berjumlah 95 orang, dari 95 orang reseponden pada saat diberikan *questioner* sebanyak 73% reseponden sangat antusias mengisi *questioner* dan sisanya sebanyak 27% responden tidak memperhatikan dan asal mengisi pertanyaan-pertanyaan yang ada di *questioner*.

Analisa Univariat

Analisis univariat adalah analisis yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan karakteristik masing-masing variable yang diteliti. Dari 100 responden (pasien) di RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu yang dijadikan sampel dengan mengisi 5 item pertanyaan tentang pengaruh *Public Relations* ternyata didapat perbedaan pernyataan atau pendapat tentang *Public Relations*. Dari lima item pertanyaan tentang peran atau pengaruh *Public Relations* untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Peran *Public Relations* di RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu

No	Peran <i>Public Relations</i>	Frekuensi	Persentase
1	Baik	23	23%
2	Tidak Baik	77	77 %
Total		100	100%

Hasil Table 1. diatas diketahui sebgaiian besar responden mempunyai pendapat atau pernyataan bahwa Peran *Public Relations* dalam memberikan layanan informasi tidak baik sebesar 77%. Distribusi frekuensi kepuasan pasien di unit *Public Relations* dari 100 reseponden yang mengisi item 8 item pertanyaan tentang kepuasan pasien terhadap pelayanan *Public Relations* dapat dilihat pada table 2 dibawah ini:

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pasien di RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu

No	Kepuasan pasien	Frekuensi	Persentase
1	Puas	28	22 %
2	Tidak Puas	72	78 %
Total		100	100%

Hasil Tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan puas dengan pelayanan *Public Relations* RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu hanya sebesar 28%, sedangkan sebagian besar responden sebesar 72 % responden menyatakan tidak puas dengan pelayanan *Public Relations* dalam memberikan pelayanan komunikasi, informasi dan promosi yang dijadikan moto *Public Relations* RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu.

Analisa Bivariat

Analisa bivariat bertujuan untuk mengetahui suatu pengaruh atau perbedaan antara dua variable independen dan dependen, Untuk melihat hubungan antara variable independen dengan variable dependen, maka dilakukan analisis hubungan dengan menggunakan uji korelasi dan person antara peran *Public Relations* dengan kepuasan pasien adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Pengaruh Korelasi Peran *Public Relations* dengan Kepuasan Pasien di RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu

No	Urain	Nilai		
		Peran <i>Public Relations</i>	Nilai T Hitung	P
1	Konstan Regresi	2,772	6,646	0,00
2	Koefisien Regresi	1,103	9,544	0,00

Hasil analisis regresi sederhana terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel peran *Public Relations* adalah sebesar 9,544 dengan signifikansi (p) = 0,00. Nilai p tersebut $< \alpha = 0,05$, maka secara statistik dapat dikatakan bahwa ada pengaruh peran *Public Relations* terhadap kepuasan pasien.

Pembahasan

Peran *Public Relations*

Berdasarkan analisa univariat pada Tabel 1 yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan karakteristik masing-masing variable yang diteliti, maka diperoleh hasil 77 % responden mengatakan peran *Public Relations* tidak baik. Hal ini disebabkan oleh, belum jelasnya informasi yang diberikan. Belum berjalannya manajemen complain dan belum berjalanya promosi dan pengenalan *Public Relations* kepada pasien dan keluarga pasien, sehingga pasien dan keluarga pasien belum bisa membedakan antara *Public Relations* dan informasi (Cutlip, Scoot & Allen H. Center, 1982; Astuti, 2012). Coulsin-Thomas (2002) menjelaskan bahwa *Public Relations* adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa *Public Relations* dianggap

sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi. Aktivitas *public relations* di lapangan yaitu sejauh mana kemampuannya untuk berperan sebagai pendengar (*listener*), penasihat (*counselor*), komunikator (*communicator*) dan penilai (*evaluator*) yang handal bagi perusahaan. *Public Relations* adalah bagian proses perubahan dan pemecahan masalah di organisasi yang dilakukan secara ilmiah.

Etika (*attitude*) adalah ilmu pengetahuan normatif atau bagian dari filsafat normal tentang perbuatan yang dilakukan manusia yang baik atau pun tidak baik yang dimengerti oleh akal murni masyarakat atau etika dapat pula diartikan tolok ukur yang dipakai masyarakat untuk menentukan baik buruknya tindakan manusia sebagai manusia, mungkin sebagai anggota masyarakat atau sebagai orang dengan jabatan tertentu atau profesi tertentu (Maria, 2002). Etika (*Ettitude*) dapat disimpulkan sebagai suatu bentuk tingkah laku, asas-asas akhlak atau tindakan yang dilakukan oleh manusia sebagai anggota masyarakat yang dapat dinilai kepribadiannya yang mengandung pribadi yang tampil ramah, tampil ramah, tampil, yakin, tampil rapi, tampil sopan dan penuh hormat, senang memaafkan, senang bergaul, senang belajar dari orang lain, senang pada yang wajar, senang menyenangkan orang lain. Penampilan adalah suatu bentuk citra diri yang terpancar pada diri seseorang dan merupakan sarana komunikasi diri kita dengan orang lain. Berpenampilan menarik adalah salah satu bagian dari kunci sukses dalam bekerja, terutama pekerjaan yang berhubungan dengan orang lain. Penampilan yang baik adalah perpaduan dari keserasian penampilan luar (fisik) dan penampilan yang timbul dari diri kita. Agar dapat tampil serasi kita harus dapat memenuhi beberapa persyaratan, seperti: *smile*: melayani dengan senyum; *love*: melayanani dengan hati; *respect*: cepat tanggap untuk melayani.

Kepuasan Pasien

Berdasarkan analisa univariat pada Tabel 2 diperoleh gambaran tentang tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Public Relations*. Dari hasil analisis diperoleh persentase sebesar 72 % responden mengungkapkan peradapat bahwa mereka tidak puas dengan pelayanan *Public Relations* hal ini disebabkan oleh sikap dan perilaku petugas *Public Relations* belum mencerminkan seorang *Public Relations*, dan penyebab lain adalah belum terpenuhi sarana dan parasanan yang memadai untuk menempatkan sebuah unit (*Public Relations*) *Public Relations* adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, dimana

persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan. Dari uraian diatas menunjukkan bahwa *Public Relations* yang baik sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi. Penilaian terhadap kualitas pelayanan yang baik tidak terbatas pada kesembuhan penyakit secara fisik, tetapi juga terhadap sikap, pengetahuan dan ketrampilan petugas dalam memberikan pelayanan, komunikasi, informasi, sopan santun, tepat waktu, tanggap dan tersedianya sarana serta lingkungan fisik yang memadai. Kepuasan pasien adalah “*a person feeling of pelasure or disappointment resulting from comparing a product’s received performance (or outcome) in relations to the person’s expectation*” perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara persepsi atau produk yang dirasakan dan diharapkan oleh pasien. (Kasali, 2005; Novega, 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) hampir atau rata-rata pasien dirawat jalan RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu belum mendapatkan Informasi yang baik. Peran *Public Relations* di instalasi rawat jalan RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu belum baik hal ini dipengaruhi oleh beberapa hal seperti belum jelasnya informasi yang diberikan oleh petugas *Public Relations*, belum berjalannya manajemen complain dan belum adanya promosi dan pengenalan *Public Relations* kepada pasien dan keluarga pasien. Belum baiknya peran *Public Relations* di instalasi rawat jalan RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu ini terlihat dari hasil analisis sebesar 77% responden yang mengatakan peran *Public Relations* tidak baik. (2) Tingkat kepuasan pasien di rawat jalan RSUD. Dr. M. Yunus Bengkulu terhadap pelayanan *Public Relations* sangat meprihatinkan hal ini disebabkan oleh sikap dan prilaku petugas *Public Relations*, dan hal hal lain seperti masih minimnya sarana dan prasarana di unit *Public Relations*, belum adanya pelatihan tentang *Public Relations* dan lain-lain. Hal ini juga dapat dilihat dari hasil analisis sebesar 72% reseponden tidak puas dengan pelayanan *Public Relations*. *Public Relations* mempunyai peran untuk menjalin hubungan dalam upaya menciptakan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scoot M & Allen H. Center. (1982). *Effective Public Relation*. Englewood Cliffs N.J.: Prentice Hall Inc.
- Kasali, R. (2005). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

- Lexy, J. Moleong. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Novega.(2020). Kualitas Pelayanan: Realibility, Responsiveness dengan Kepuasan Pasien di Loker Pendaftaran RSUD Kabupaten Kepahiang. *Mitra Raflesia: Journal of Health Science*, 12(1).
- Maria. (2008). *Dasar-Dasar Pubic Realtions*. Jakarta: Universitas Mecu Buana
- Munggaran, M.J. (2008). Strategi Public Relations PT. Telkom Devisi Regional V Jawa Timur dalam Membangun Bran Image Melalui Promo Produk Tahun. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mecu Buana.
- Notoatmodjo, S. (2007). Kesehatan Masyarakat, Ilmu dan Seni. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Rumah Sakit Jiwa Lawang. (2012). Indonesia Bebas Pasung.
- Rumah Sakit M.Yunus. (2020). *Profil Rumah Sakit M.Yunus*. Bengkulu.
- Ruslan, R., 2010. *Manajemen Public Relations and Media Komunikasi*, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Rumanti, M. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta.
- Ruslan, R.(2007). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo: Jakarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.
- Suci Astuti A. (2012). *Fungsi Public Relations PT. Inco, tbk Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Makassar.

