



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Wira Hatta Permana  
44215110002

Aktifitas Marketing Public Relations Rumah Sakit Cipto Mangunkusumo dalam menangani keluhan konsumen di unit Kencana  
Jumlah Halaman : 107 Halaman  
Bibliografi : 25 acuan, tahun 1986-2015

### ABSTRAK

RSCM Kencana merupakan salah satu unit RSCM yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan kesehatan untuk memberikan pelayanan rumah sakit berkelas internasional. Dalam hal ini diharapkan perusahaan dapat memahami apa yang menjadi keinginan konsumen. Namun dalam kesehariannya sering dijumpai keluhan antara pasien dengan pihak rumah sakit yang berujung pada pengajuan komplain ke perusahaan. Keluhan dipicu oleh berbagai hal, antara lain ketidakpuasan pelanggan akan prosedur lamanya proses pengambilan obat, dokter yang telat, dan bentuk komplain yang lain. Ini membuat citra RSCM Kencana terancam, disinilah seharusnya *public relation* (PR) berkomunikasi untuk melakukan perannya. Namun disayangkan RSCM Kencana tidak memiliki bagian khusus PR. Di RSCM Kencana peran PR tersebut dilakukan oleh MPR, padahal kedua lembaga tersebut punya tugas berbeda. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aktifitas MPR RSCM dalam menangani keluhan konsumen, yang bisa berimbas pada citra RSCM Kencana.

Konsep Robert F. Harlow digunakan untuk mendukung penelitian ini, yakni fungsi *public relations* merupakan rangkaian atau sistem kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan baik pimpinan, karyawan dan staf. Lalu *public relations* sebagai perwujudan kegiatan komunikasi yang dilembagakan ke dalam bentuk biro, bagian divisi atau seksi dalam sistem manajemen *public relations* yang mempunyai pimpinan.

Penelitian yang digunakan untuk penelitian ini ialah deskriptif kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Jenis riset ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Sedangkan metode penelitiannya menggunakan studi kasus.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa aktifitas MPR RSCM Kencana berada dalam bagian marketing yang faktanya fokus pada pemasaran. Padahal MPR RSCM Kencana juga dituntut untuk melakukan kegiatan humas termasuk diantaranya menangani (*menghandle*) keluhan atau komplain yang datang dari para pasien dan *stakeholder*. Selain itu aktifitas MPR RSCM Kencana yang berada dibawah bagaian marketing memproses setiap keluhan yang muncul dengan pengolahan yang terstruktur. Hal ini akan membantu para pasien dan *stakeholder* mengemukakan keluhannya kepada pihak rumah sakit. Lalu menganalisa keluhan tersebut sehingga kelak dari keluhan yang di organisir tersebut menghasilkan sebuah strategi baru untuk peningkatan pelayanan.

Kata kunci : Aktifitas Marketing Public Relations, Keluhan Konsumen