

## ABSTRAK

Rumah sakit sebagai pelayanan kesehatan memberi berbagai jenis pelayanan kepada masyarakat, baik dari fasilitas maupun pelayanan medik. Memperhatikan pelayanan kepada masyarakat sebagai pelanggan (pasien di rumah sakit) tentu sangat penting karena mereka dapat mengajukan keluhan tentang pelayanan yang diterima dan akan berdampak besar pada penyedia layanan. Untuk menangani keluhan tersebut, maka ada suatu syarat yang penting bagi setiap instansi rumah sakit dalam meningkatkan pelayanan yang prima, yakni penanganan keluhan (*handling complaint*).

Penanganan *complaint* harus dilakukan tanpa terkecuali dengan Rumah Sakit Orthopaedi Purwokerto (RSOP) yang sudah menyediakan berbagai media sebagai wadah saran dan kritik dari masyarakat. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui implementasi pemanfaatan media *handling customer complaint* di Rumah Sakit Orthopaedi Purwokerto (RSOP). Penelitian ini merupakan bagian dari kajian strategi *public relations* dengan merepresentasikan bahwa media *handling customer complaint* sejalan atau tidaknya dengan strategi *public relations* yang disampaikan oleh Cutlip tahun 2000. Sementara itu teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Komunikasi Krisis Coombs Model *Situasional Crisis Communication Theory* (SCCT) . Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang datanya diperoleh dengan teknik wawancara mendalam dan observasi.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa penyampaian keluhan yang dilakukan oleh pasien, keluarga pasien, maupun pengunjung RSOP dapat disampaikan melalui beberapa media, yakni formulir keluhan, media sosial (*Instagram* dan *Facebook*), *hotline WhatsApp*, maupun *Google Review*. Media yang dominan digunakan oleh pasien dan bidang *customer care* di RSOP adalah formulir keluhan dikarenakan formulir tersebut diisi oleh pasien saat ada keluhan di dalam rumah sakit dan dapat ditanggapi oleh bidang *customer care* dalam waktu yang sama. Untuk jenis keluhan yang disampaikan juga beragam, baik keluhan atas pelayanan, fasilitas, maupun komunikasi yang seringkali terjadi di RSOP. Implementasi pemanfaatan media *customer* komplain tersebut ditangani oleh *customer care* dengan SPO Penanganan Keluhan/Komplain yang ada dimulai dari identifikasi keluhan, pendampingan pasien, hingga tahap tindak lanjut. Kemudian, penanganan tersebut dievaluasi oleh internal *customer care*. Berdasarkan standar penanganan komplain, penanganan keluhan *customer* yang dilakukan oleh bidang *customer care* RSOP masih termasuk dalam kategori krisis tingkat rendah (*grading* warna hijau) yang terselesaikan dalam waktu 1x24jam.

**Kata Kunci : Strategi *Public Relations*, Implementasi, Penanganan Keluhan**

## **ABSTRACT**

*Hospitals as health services provide various types of services to the community, both in terms of facilities and medical services. Paying attention to services to the public as customers (patients in hospitals) is of course very important because they can submit complaints about the services they receive and this will have a big impact on service providers. To handle these complaints, there is an important requirement for every hospital agency to improve excellent service, namely handling complaints.*

*Complaint handling must be carried out without exception by the Purwokerto Orthopedic Hospital (RSOP) which has provided various media as a forum for suggestions and criticism from the public. Therefore, the aim of this research is to determine the implementation of the use of media handling customer complaints at the Purwokerto Orthopedic Hospital (RSOP). This research is part of a study of public relations strategies by representing whether media handling customer complaints is in line with the public relations strategy presented by Cutlip in 2000. Meanwhile, the theory used in this research is Coombs' Crisis Communication Theory, Situational Crisis Communication Theory (SCCT). The research was conducted using descriptive qualitative research methods where data was obtained using in-depth interview and observation techniques.*

*The research results explain that complaints made by patients, patient families, and RSOP visitors can be conveyed through several media, namely complaint forms, social media (Instagram and Facebook), WhatsApp hotline, and Google Review. The dominant media used by patients and the customer care sector at RSOP is the complaint form because this form is filled in by patients when there is a complaint in the hospital and can be responded to by the customer care sector at the same time. The types of complaints submitted also vary, including complaints about services, facilities and communication which often occur at RSOP. The implementation of the use of customer complaint media is handled by customer care with the existing SPO for Handling Complaints starting from complaint identification, patient assistance, to the follow-up stage. Then, the handling is evaluated by internal customer care. Based on complaint handling standards, customer complaint handling carried out by the RSOP customer care department is still included in the low level crisis category (green grading) which is resolved within 1 x 24 hours.*

**Keywords: Public Relations Strategy, Implementation, Complaint Handling**