

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kesehatan memiliki suatu ciri khas tersendiri yang berkaitan langsung dengan institusi lainnya. Rumah sakit merupakan salah satu bagian yang mendapatkan intervensi tinggi dari instansi pemerintah. Di Indonesia banyak pelaku usaha yang aktif ingin membangun dan terjun dalam industri kesehatan. Dimulai dari perusahaan swasta hingga nirlaba, serta pemerintahan. Sektor ini juga membantu masyarakat dalam mengakses dan menggunakan layanan kesehatan rumah sakit yang di bangun oleh pemerintah dengan skema program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Rumah sakit juga turut ikut mengalami persaingan antar kompetitor karena semakin mudahnya pembangunan rumah sakit saat ini. Rumah sakit kini saling bersaing dari sisi kualitas fasilitas dan pelayanan yang rumah sakit berikan ke Masyarakat, tenaga medis yang memadai dan lengkap, serta kemudahan pembiayaan.

Kini banyak rumah sakit umum daerah dan pusat beralih ke layanan umum daerah untuk meraih pendapatan. Tantangan bagi rumah sakit dalam pasar kesehatan ada pada cara mendapatkan dan menarik Masyarakat, dimana masyarakat dalam menjalani pengobatan menginginkan jenis layanan dibidang kesehatan yang terbaik dan terjamin kualitasnya. Selain itu Rumah sakit juga terus bersaing untuk mempertahankan pasien-pasiennya melanjutkan perawatan di rumah sakit. Dimana tingkat kepuasan pasien lah yang menjadi fokus utama bagi rumah sakit, dengan mendapatkan kepuasan pasien yang tinggi dan baik akan sangat menarik Masyarakat lainnya untuk melakukan pengobatan dan mempertahankan perawatan pasien secara jangka panjang.

Rumah sakit memiliki tuntutan pada pelayanannya agar mendapatkan pelayanan yang bermutu dengan sesuai pada standar pelayanan dan mampu

menjangkau seluruh lapisan masyarakat seperti yang tertera pada visi dan misi tempat praktik kerja magang. Dimana perusahaan menekankan pada setiap

karyawan agar mampu mengerti akan kebutuhan dari setiap pasien yang datang berobat ke rumah sakit Hosana Medica, karena hal ini menyangkut akan kepuasan pasien terhadap fasilitas, layanan dan jasa yang rumah sakit telah berikan. Hal yang utama bagi rumah sakit yaitu pasien merasa puas dan senang mendapatkan perawatan dan layanan dari rumah sakit dan menjadi sebuah kemenangan bagi rumah sakit. Salah satu contohnya di rumah sakit Hosana Medica, mampu memasarkan jenis layanan dan fasilitas melalui video-video konten yang menarik dan menjadi salah satu bentuk penambahan pada company profile perusahaan. Jika perusahaan memiliki pelayanan dan fasilitas yang buruk maka rumah sakit akan mendapatkan feedback yang buruk untuk perusahaan sendiri, salah satu contohnya pasien merasa tidak puas dengan pelayanan rumah sakit Hosana Medica, mereka dengan mudah memberitahukan kepada orang-orang tentang pengalaman buruknya.

Dalam kegiatan praktik kerja magang ini, penulis menempatkan posisi sebagai Public Relations (PR) rumah sakit Hosana Medica, yang salah satu tugasnya adalah menjadi mediator perusahaan dengan masyarakat atau jembatan bagi kedua belah pihak untuk bisa menyampaikan informasinya atau pesan yang diinginkan perusahaan (Ardianto, 2014). Menjalin hubungan dengan Masyarakat akan sangat penting dan berdampak pada perusahaan, dimana akan menghasilkan citra baik bagi perusahaan. Dimana citra menggambarkan perasaan dan pandangan Masyarakat terhadap perusahaan, yang dibangun oleh perusahaan secara sengaja untuk menambah nilai citra perusahaan (Ardianto, 2014).

Salah satu strategi rumah sakit Hosana Medica untuk membangun citra yang baik dan positif yaitu dengan menjalin dengan media massa dimana berupa Publikasi melalui media atau media relations dengan target sasaran dari pihak luar perusahaan atau organisasi. Media Relations menurut Frank Jefkins pengertian dari hubungan media atau yang sering disebut media relations merupakan salah satu usaha dari public relations untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi dari perusahaan kepada Masyarakat, yang dalam proses tersebut bertujuan agar

membangun dan membentuk pemahaman dan pengetahuan Masyarakat terhadap perusahaan (Ardianto, 2014).

Seiring dengan berjalannya waktu, rumah sakit Hosana Medica semakin membutuhkan aktivitas dari public relations karena berpengaruh penting dan berdampak pada masyarakat. Karena daya jangkau yang dihasilkan public relations dalam menyalurkan informasi, data dan pesan suatu perusahaan sangat mudah dan cepat menjadi perhatian Masyarakat. Dari situlah Masyarakat menjadi mulai percaya dan citra perusahaan mulai terbentuk untuk perusahaan.

Selain Peran, PR rumah sakit Hosana Medica juga memiliki fungsi pokok dalam pelaksanaan tugasnya, di mana memiliki fungsi yaitu membangun komunikasi yang baik, mengabdikan pada kepentingan masyarakatnya dan memiliki moral dan etika yang baik. Berangkat dari fungsi, PR memiliki tujuan dimana tujuan PR untuk menginformasikan kepada Masyarakat terkait penghargaan atau kesuksesan perusahaan agar mendapatkan sejumlah pengakuan untuk perusahaan, memperbaiki dan menjembatani hubungan perusahaan dengan Masyarakat ketika terjadi suatu peristiwa yang membawa nama perusahaan, menyebarkan data dan bukti perusahaan terkait kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan sebuah citra bagi perusahaan (Gassing, 2016).

Alasan penulis tertarik melakukan kegiatan magang di PT. Hosana Medica Pratama karena penulis melihat perusahaan masih kurang dalam sumber daya manusia (SDM) dan untuk medianya aktivitas promosi di rumah sakit Hosana Medica masih belum cukup maksimal sehingga penulis memiliki ide-ide bekerja sama dengan perusahaan untuk meningkatkan promosi rumah sakit Hosana Medica. Persaingan antar rumah sakit di zaman sekarang ini berkembang sangat pesat untuk saling berkompetisi memasarkan jasa dan produknya agar meningkatkan daya tarik masyarakat.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan penulis merupakan tujuan umum yaitu untuk mendapatkan gambaran dan pembelajaran tentang aktivitas *public relation* pada perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan medis atau kesehatan, yakni PT. Hosana Medica Pratama. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

- 1) Memahami praktik *public relations* di industri kesehatan khususnya rumah sakit
- 2) Mampu mempraktikkan secara langsung teori dan konsep yang di pelajari saat diperkuliahan
- 3) Mampu meningkatkan dan mengembangkan *hard skill* dan *soft skill* penulis secara langsung dengan mempelajari dan mempraktikkan secara langsung *public relations* di PT. Hosana Medica Pratama
- 4) Menambah wawasan dan kerja sama (*networking*) untuk masa depan

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam proses pelaksanaan kegiatan magang, penulis menjalankan *internship* dimulai pada tanggal 10 Juli 2023 sampai dengan 10 November 2023 dengan jam kerja dimulai pukul 08.00-17.00 WIB setiap hari Senin sampai dengan Jumat, kemudian hari Sabtu dimulai pukul 08.00-12.00 WIB. Dengan total durasi yang diperoleh penulis yaitu sebanyak 663.25 (Enam ratus enam puluh tiga koma dua puluh lima) jam kerja yang dimana sesuai dengan minimum jam kerja pada Panduan MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) magang track 1 yaitu minimum 640 jam kerja.

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis untuk praktik kerjamagang di PT. Hosana Medica Pratama:

- 1) Proses Administrasi Kampus (UMN) untuk magang *Track 2*
 - a) Mengisi form KRS *internship* di my.umn.ac.id dengan memenuhi syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D dan E, serta mengajukan transkrip nilai dari semester awal

(semester 1 (satu)) hingga akhir(semester 6 (Enam)) sebelum magang pada laman www.gapura.umn.ac.id

- b) Melanjutkan praktik kerja magang di perusahaan yang telah dilakukan di magang *track 1* dengan mengikuti sesuai dengan persyaratan dari prodi Ilmu Komunikasi
- c) Mengajukan registrasi awal magang merdeka dengan mengisi dan submit *form* permohonan kerja magang (KM-01) kepada prodi Ilmu Komunikasi.
- d) Mendapatkan persetujuan dari Ketua Program Studi terkait tempat magang yang didaftarkan.
- e) Mendaftarkan nama perusahaan dengan mengisi persyaratan dan memberikan surat keterangan diterima kerja magang di *website* merdeka.umn.ac.id
- f) Mengirimkan berkas surat keterangan diterima kerja magang dan surat izin perusahaan untuk tugas akhir ke email kepala Prodi Ilmu Komunikasi.

2) Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- a) Pengajuan kepada perusahaan untuk melakukan praktik kerja magang *track 2* di rumah sakit Hosana Medica dengan menginformasikan secara langsung kepada pihak HRD (*Human Resources Department*) pada 5 Juli 2023.
- b) Pihak HRD memberikan Konfirmasi penerimaan pada 7 Juli 2023 secara lisan pada saat penulis masih melakukan praktik magang dan memberikan form data diri magang yang harus diisi oleh peserta praktik kerja magang.
- c) Proses penerimaan praktik kerja magang di PT. Hosana Medica Pratamadengan menerima surat penerimaan resmi yang dikeluarkan oleh HRD pada 10 Juli 2023 yang ditandatangani oleh Direktur Rumah Sakit Hosana Medica.

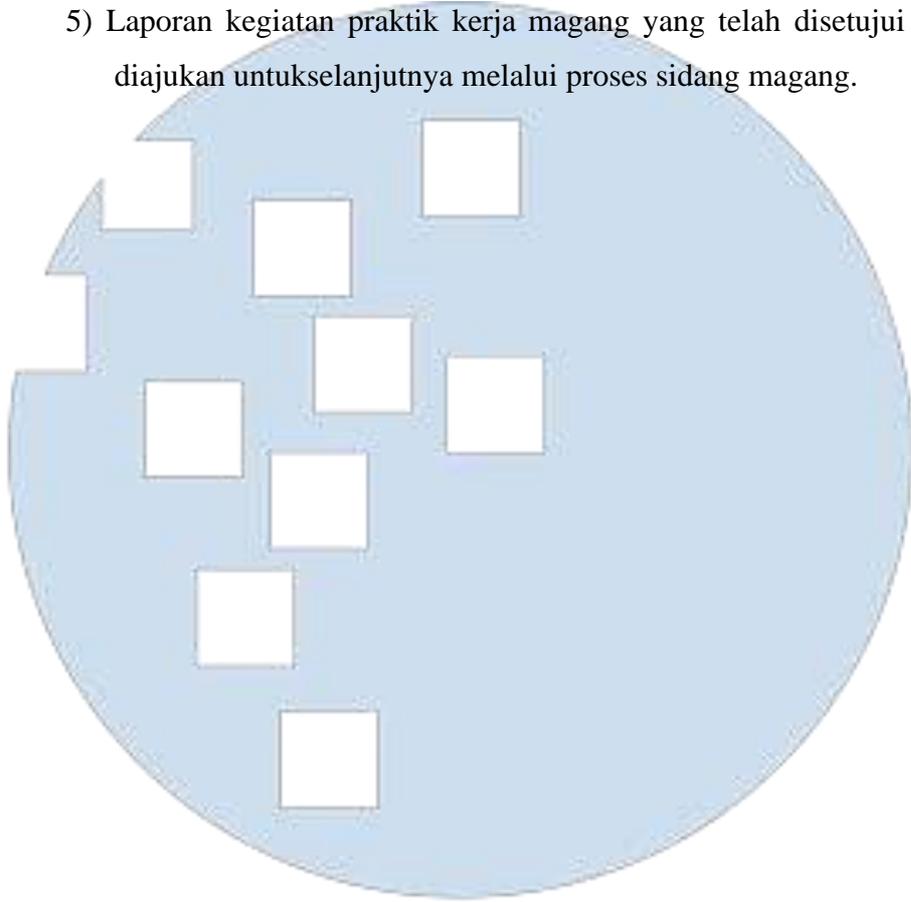
3) Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- a) Praktik kerja magang yang dilakukan di perusahaan dijalankan dengan posisi sebagai *Public Relation* pada departemen pemasaran (*Marketing*)
- b) Penugasan dalam kegiatan praktik magang dan kebutuhan informasi, didampingi oleh *Marketing Executive*, Andrey Theophyllus selaku pembimbing lapangan (*supervisor*) dan bantuan penuh secara langsung dalam kegiatan praktik magang sehari-hari dengan *assistant Marketing Executive*, yaitu Sopiya Nurcahya.
- c) Pengisian MBKM 03 yaitu *daily task* selama proses kerja magangberlangsung melalui laman www.merdeka.umn.ac.id sebagai salah satu syarat kelengkapan laporan praktik kerja magang.
- d) Praktik kerja magang pada PT. Hosana Medica dilaksanakan dengan bekerja dari kantor (*Work from Office*) secara penuh 100%.
- e) Menuntaskan praktik kerja magang dari tanggal 10 Juli 2023 hingga 663.25 (Enam ratus enam puluh tiga koma dua puluh lima), dengan syarat sudah memenuhi 640 jam kerja.

4) Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- a) Pembuatan laporan dari kegiatan praktik kerja magang dibimbing langsung oleh Dian Nuranindya, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan offline (kampus Universitas Multimedia Nusantara)& online (Zoom meeting dan Google meet).
- b) Mengumpulkan laporan magang sebagai syarat pendaftaran dan melaksanakan sidang magang.
- c) Laporan kegiatan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

- 5) Laporan kegiatan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang magang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

