

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Klinik merupakan salah satu layanan umum dalam bidang kesehatan atau bisa dibilang fasilitas medis kecil yang hanya dapat melayani masalah-masalah tertentu. Sebagian masyarakat memerlukan adanya klinik ini, karena pada sebagian masyarakat juga memerlukan pelayanan dan fasilitas kesehatan yang hampir sama dengan rumah sakit. Masalah kesehatan merupakan permasalahan yang kompleks dan mencerminkan salah satu pada kebutuhan manusia, banyak faktor yang menyebabkan terjadinya masalah dalam kesehatan diantaranya pengetahuan dan kesadaran pada masyarakat akan pentingnya suatu kesehatan.

Walaupun pada masalah kesehatan adalah permasalahan yang kompleks, namun masih ada masyarakat yang menganggap bahwa kesehatan merupakan hal yang sangat penting, termasuk masalah kesehatan pada ibu dan anak. Klinik yang dimaksud disini yaitu, Klinik Utama Jasmine MQ Medika yang telah hadir menginspirasi masyarakat kota Bandung dan telah berkomitmen dalam memberikan pelayanan yang profesional dengan sentuhan pribadi pada kehidupan ibu dan anak, dan di dukung dengan tenaga medis yang profesional.

Kesehatan ibu dan anak ini sangat penting dan saling berpengaruh akan kesehatan seorang ibu yang dapat mempengaruhi kondisi kesehatan bayi dan akan mempengaruhi tumbuh kembang bayi yang akan dilahirkannya. Kesehatan ibu dan anak ini meliputi pada kesehatan ibu hamil, ibu bersalin, ibu menyusui, kesehatan bayi, kesehatan balita, dan juga kesehatan wanita. Pemahaman pada kesehatan ibu dan anak ini sangat penting bagi masyarakat di semua kalangan.

Klinik Utama Jasmine MQ Medika merupakan sarana layanan kesehatan di Kota Bandung, Klinik ini memiliki filosofi tidak hanya menyembuhkan secara fisik saja akan tetapi secara batin pun akan mendapatkan sesuatu yang spesial ketika berada di Klinik Utama Jasmine MQ Medika. Klinik ini Didirikan pada tahun 2015, dibawah naungan PT. Jasmine Sentosa Nugraha Dengan lingkup bidang usaha jasa klinik swasta yang didirikan oleh : **KH. Abdullah Gymnastiar, dr. Widiyastuti HSD, Sp.OG, M. Kes., MH.Kes, Fenti Rosilawati, S.H.** Dan secara resmi telah beroperasi pada tanggal 2 Mei 2017. Klinik Utama Jasmine MQ Medika hadir menginspirasi masyarakat Kota Bandung dengan berkomitmen memberi pelayanan yang profesional dengan sentuhan pribadi pada kehidupan ibu dan anak. Didukung dengan tenaga medis yang handal dan profesional, Klinik Utama Jasmine MQ Medika ingin mewujudkan visi untuk menjadi Klinik Utama unggulan di Kota Bandung.

Klinik Utama Jasmine MQ Medika ini telah dibentuk untuk melayani keluhan-keluhan pasien yang datang dan berobat pada klinik. Pelayanan-pelayanan yang tersedia pada klinik ini yaitu, Unit Gawat Darurat (UGD) 24 jam, Rawat Jalan, Rawat Inap, Klinik Gigi, Laboratorium, Farmasi 24 jam, *One Day Sugery* (ODS), dan *Wellness* (Baby Spa, Fisioteraphy, Prenatal Yoga). Klinik Utama Jasmine MQ Medika juga terdapat struktur organisasi yang ada di dalamnya yaitu,

Direktur Medis, PJ Penata Yoga, Manajer Pelayanan Medis, Penanggung Jawab Klinik, Manajer Laboratorium, Apoteker PJ Farmasi, PJ *Wellness*, dan masih banyak lagi.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah kewajiban dan keinginan dari setiap perusahaan. Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung akan membeli kembali produk dan menggunakan jasa pada saat kebutuhan yang sama datang dikemudian hari. Karena kepuasan pelanggan atau pasien sangat penting bagi suatu perusahaan. Banyak sekali manfaat yang diterima oleh perusahaan apabila tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang sangat tinggi, yakni bisa mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan dalam pemasaran, dan mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan reputasi bisnis.

Kepuasan pelanggan memiliki peran yang penting dalam sebuah perusahaan dan mempertahankan pelanggan artinya telah meningkatkan kinerja keuangan dan telah mempertahankan kelangsungan hidup bagi perusahaan. Hal ini yang menjadi salah satu alasan utama bagi perusahaan itu sendiri untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Dalam sebuah komunikasi, strategi merupakan suatu hal yang penting apabila komunikasi itu adalah suatu komunikasi yang dilancarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan, misalnya komunikasi bisnis dan komunikasi organisasi. Strategi komunikasi adalah suatu perencanaan dan pengaturan yang telah disusun agar komunikasi berjalan dengan efektif, sehingga akan mencapai tujuan yang telah diinginkan. Strategi komunikasi juga merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan tersebut. Untuk mencapai tujuan

maka strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya taktis yang harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) dapat berbeda-beda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi. Strategi komunikasi erat hubungan dan kaitannya dengan tujuan yang akan dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang harus diperhitungkan, kemudian harus merencanakan untuk bagaimana mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau dengan kata lain tujuan yang akan dicapai. Pentingnya strategi komunikasi bagi manusia tidak bisa dipungkiri lagi.

Dalam prosesnya, komunikasi terkadang tidak selalu berjalan dengan mulus, dibutuhkannya strategi supaya komunikasi dapat berjalan dengan efektif. Dalam proses komunikasi pasti terjadi hambatan-hambatan atau gangguan (*noise*) dalam setiap prosesnya, disinilah strategi dibutuhkan untuk membantu meminimalisirkan hambatan-hambatan dalam setiap proses komunikasi. Maka dengan adanya strategi komunikasi menjadi sadar, bahwa keberadaan konsumen yang setia (*loyal*) dapat mendukung suatu perusahaan untuk menuju kesuksesan bagi perusahaan maupun organisasi lainnya. Dengan demikian mereka harus menempatkan konsumen sebagai aset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak akan ada satupun perusahaan yang mampu bertahan apabila telah ditinggalkan oleh pelanggan atau pasiennya.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat. Komunikasi merupakan hal yang sangat menarik, tidak saja bagi mereka yang berkecimpung di dalam dunia usaha, banyak juga kegiatan-kegiatan yang dapat kita kaitkan dengan komunikasi. Kegiatan komunikasi ini prinsipnya adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, dan gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi atau memberikan *feedback* diantara keduanya.

Komunikasi juga merupakan suatu hal mendasar yang terpenting dalam kehidupan manusia, karena manusia tidak akan bisa melangsungkan hidupnya tanpa dengan berkomunikasi. Seiring dengan berkembangnya zaman ini, komunikasi yang terjadipun mengalami perubahan menjadi suatu yang sangat dibutuhkan bagi kehidupan manusia sekarang. Dari perspektif agama, Tuhan-lah yang telah mengajari kita berkomunikasi, dengan menggunakan akal dan kemampuan dan berbahasa yang dianugerahkan-Nya kepada kita. Dalam Al-Qur'an telah mengatakan "*Tuhan yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai dalam berbicara*" (Ar-Rahman: 1-4). (Deddy Mulyana 2013, h.3).

Menurut Andersen (1959) komunikasi adalah suatu proses yang dimana kita dapat mengerti orang lain dan kemudian berusaha untuk dapat dimengerti oleh mereka. Ini dinamis, berubah secara konstan dan membagi respons untuk situasi yang total. Sedangkan Miller (1966) menyatakan bahwa komunikasi memiliki pusat perhatian dalam situasi perilaku dimana sumber menyampaikan pesan kepada penerima secara sadar untuk mempengaruhi perilaku.

Saat ini, persaingan dalam pelayanan kesehatan menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan, karena secara tidak langsung dapat mempengaruhi kualitas dan tingkat kepercayaan terhadap pasien. Sebagai tempat untuk layanan kesehatan tentunya Klinik Utama Jasmine MQ Medika harus didukung dengan kelengkapan yang dibutuhkan dan harus memberikan kenyamanan bagi pelanggannya, karena kepuasan dan kenyamanan nantinya akan memberikan sesuatu yang berkesan dan akan memberikan pengalaman yang baik pula bagi pelanggan.

Namun ada beberapa permasalahan yang dilihat oleh peneliti pada saat melakukan observasi. Permasalahan pada Klinik Utama Jasmine MQ Medika ini adalah karena klinik ini

masih dibidang baru maka untuk fasilitasnya masih kurang lengkap dan pada kualitas sumber daya manusia (SDM) dengan kualitas orang-orang yang melakukan kinerja dengan ketidaksesuaian yang diharapkan maka telah mengakibatkan kurangnya kelengkapan obat pada apotek di Klinik ini.

Berdasarkan konteks penelitian diatas peneliti tertarik untuk membahas dan melakukan penelitian terkait bagaimana strategi komunikasi yang digunakan pada klinik ini untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Klinik Utama Jasmine MQ Medika dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, maka atas dasar inilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Komunikasi dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Klinik Utama Jasmine MQ Medika Kota Bandung”**.

1.2. Fokus Penelitian/Pertanyaan Masalah

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka peneliti dapat memfokuskan penelitiannya pada “Strategi Komunikasi Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”.

1.2.2. Pertanyaan Masalah

Berdasarkan pada konteks penelitian diatas, maka peneliti dapat mengidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi untuk mengenal khalayak pada Klinik Utama Jasmine MQ Medika dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ?

2. Bagaimana strategi komunikasi untuk menentukan tujuan Klinik Utama Jasmine MQ Medika dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ?
3. Bagaimana strategi komunikasi untuk menyusun pesan Klinik Utama Jasmine MQ Medika dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ?
4. Bagaimana strategi komunikasi untuk menetapkan metode dan memilih media yang digunakan Utama Jasmine MQ Medika dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai syarat ujian sidang skripsi Program Strata Satu (S1) dan diharapkan dapat menentukan arah penelitian dan dapat diprediksi tindakan apa yang akan dilakukan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi dalam mengenal khalayak pada Klinik Utama Jasmine MQ Medika dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui strategi komunikasi dalam menentukan tujuan Klinik Utama Jasmine MQ Medika dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui strategi komunikasi dalam menyusun pesan Klinik Utama Jasmine MQ Medika dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui strategi komunikasi dalam menetapkan metode dan memilih media yang digunakan Utama Jasmine MQ Medika dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumbangsih dalam mengembangkan ilmu komunikasi terutama pada pentingnya sebuah komunikasi di sebuah organisasi atau perusahaan. Kualitas pelayanan yang diberikan secara tepat maka akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan.

2. Kegunaan Praktis

Memberikan masukan kepada Manajemen Klinik Utama Jasmine MQ Medika dengan menerapkan strategi komunikasi sebagai pengambilan keputusan mengenai pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pasien atau pelanggan terhadap pelayanan keprawatan yang diberikan, sehingga pasien merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

3. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan sebagai referensi bagi pembaca lainnya, sehingga dapat memberikan masukan bagi peneliti di masa mendatang yang mempengaruhi Strategi Komunikasi dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

1.4. Kajian Literatur

1.4.1 Review Penelitian Sejenis

Untuk menyusun penelitian ini, peneliti mengambil dari beberapa penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi oleh peneliti saat melakukan penelitian terbaru dan juga mengambil dari berbagai sumber mulai dari buku, jurnal, repository, hingga *searching* di internet. Dimaksudkan agar peneliti bisa mendapatkan rujukan pendukung, pembanding, dan pelengkap

dalam penelitian ini, dan berharap untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Beberapa penelitian tentang analisis strategi komunikasi antara lain :

- a. Skripsi milik **Meta Rezki Wulanjani**, mahasiswi Universitas Pasundan angkatan 2012 yang berjudul “Strategi Komunikasi *Marketing Public Relations* PT. JNE dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan” (Studi Deskriptif Analisis Strategi *Marketing Public Relations* PT. JNE dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Kota Bandung). Penelitian ini menggunakan teori komunikasi Kepuasan Pelanggan, tujuan yang ingin diketahui oleh peneliti untuk mengetahui strategi komunikasi dalam upaya meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan studi Deskriptif Kualitatif.
- b. Skripsi milik **Ainun Nurrahmawati Indah Lestari**, mahasiswi Universitas Pasundan angkatan 2014 yang berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas Bandung Berdaya Dalam Pengembangan Kewirausahaan” (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Bandung Berdaya Dalam Pengembangan Kewirausahaan). Penelitian ini menggunakan model Komunikasi Intraksional, tujuan yang ingin diketahui oleh peneliti untuk mengetahui Strategi Komunikasi dengan menggunakan studi Deskriptif Kualitatif.
- c. Skripsi milik **Alya Sukma Wati**, mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2018, yang berjudul “Strategi Komunikasi Rumah Sakit Ibu dan Anak Citra Ananda Ciputat dalam Meningkatkan Pelayanan” (Paradigma *konstruktivisme* melalui pendekatan deskriptif kualitatif). Penelitian ini menggunakan teori milik Fred R David dan teori komunikasi Onong Uchjana, penelitian ini lebih memfokuskan pada sisi komunikasinya.

Tabel 1.1
Review Penelitian Sejenis

No.	Penulis dan Judul Penelitian	Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian ini
1.	<p>Meta Rezki Wulanjani Strategi Komunikasi <i>Marketing</i> <i>Public</i> <i>Relations</i> PT. JNE dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan</p>	2012	<p>Studi Deskriptif Analisis, Teori Strategi <i>Marketing</i> <i>Public</i> <i>Relations</i>, dan Kepuasan Pelanggan.</p>	<p>Pada penelitian ini menunjukkan dari teori kepuasan pelanggan dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya terhadap jasa pelayanan yang perusahaan berikan, sehingga perusahaan dapat memiliki langkah-langkah dalam</p>	<p>Perbedaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan.</p>

				meningkatkan loyalitas pelanggannya.	
2	Ainun Nurrahmawati Indah Lestari Strategi Komunikasi Komunitas Bandung Berdaya Dalam Pengembangan Kewirausahaan	2014	Studi Deskriptif Kualitatif, model Komunikasi Intraksional.	Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa strategi komunikasi yang dilakukan mulai dari strategi penyusunan pesan, strategi menetapkan komunikator, strategi penentuan physical context dan strategi pencapaian efek telah dirancang dengan baik, hal ini membuat komunitas Bandung Berdaya	Perbedaan dalam penelitian ini adalah dari teorinya.

				dapat mencapai tujuannya dalam upaya pengembangan kewirausahaan.	
3.	Alya Sukma Waty Strategi Komunikasi Rumah Sakit Ibu dan Anak Citra Ananda Ciputat dalam Meningkatkan Pelayanan	2018	Paradigma <i>konstruktivisme</i> melalui pendekatan deskriptif kualitatif.	Berdasarkan dari hasil penelitian, ditemukan bahwa strategi komunikasi Rumah Sakit Ibu dan Anak Ananda dalam mensosialisasikan layanan <i>home care</i> dengan dilakukannya tiga tahap. Tahap formulasi, tahap implementasi, dan evaluasi.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah dari teorinya.