

ABSTRAKSI

Latar belakang masalah ini adalah adanya pemuatan kolom pikiran pembaca dalam sebuah koran Kedaulatan Rakyat. Pada pikiran pembaca tersebut memuat keluhan pembaca terhadap pelayanan yang diterima di RSU PKU Muhammadiyah dan itu terulang hingga beberapa kali. Adanya keluhan tersebut menjadi alasan mengapa penelitian ini dilakukan, yaitu untuk mengetahui strategi apa yang akan dipakai oleh RSU PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan *customer relations* di RSU PKU Muhammadiyah, bagaimana pelaksanaannya, media apa yang digunakan, faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan kegiatan *customer relations* dan strategi apa yang dijalankan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan menggambarkan fakta mengenai kegiatan *customer relations* yang ada di RSU PKU Muhammadiyah. Pengambilan data dilakukan dengan teknik *interview* (wawancara), observasi, dokumentasi, dan melalui studi pustaka. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang artinya adalah penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan dan perilaku yang diamati.

Penelitian ini menggunakan teori tentang definisi komunikasi menurut Carl Hovland dalam bukunya Abdurachman Oemi "Dasar-Dasar *Public relations*", komunikasi organisasi menurut Goldhaber yang dikutip dalam bukunya arni Muhammad "Komunikasi Organisasi", *public relations* menurut Harlow dalam bukunya Effendy, *customer relations* seperti teori Smith yang dikutip Rhenald Kasali "Manajemen *Public Relations*".

Pada penyajian data peneliti menemukan fakta bahwa strategi *customer relations* bertumpu pada aktifitas *customer service*. Aktifitas ini dapat dijalankan oleh *customer service* dengan baik tetapi ada juga kekurangannya. Akses yang terbuka lebar untuk menghubungi *customer service* baik itu melalui telepon, *fax*, *website* ataupun dengan datang langsung memudahkan bagi pelanggan atau pasien untuk mengaksesnya. Upaya yang dilakukan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan kritik serta saran maupun keluhan yang berguna untuk kemajuan rumah sakit.

Kesimpulan dari penelitian ini antara lain bahwa *customer relations* di RSU PKU Muhammadiyah memang hal yang utama namun perlu ada perbaikan-perbaikan dari segi fungsi maupun kinerja. Sosialisasi mengenai fasilitas maupun arus informasi adalah hal yang perlu diperhatikan. *Public relations* hendaknya dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan tugas dan fungsinya.