

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Melihat permasalahan saat ini, kasus pertama pandemi Covid-19 terlihat di Kota Wuhan Provinsi Hubei China pada Desember 2019 dan infeksi ini telah merebak ke berbagai penjuru negara di seluruh dunia. Pada 15 April 2020, terdapat 210 negara dan wilayah di seluruh dunia telah melaporkan lebih dari 1.998.111 juta kasus yang terkonfirmasi dan 126.604 ribu kematian Covid-19 dan menunjukkan keberadaan di enam benua (Ahmad, 2020). Situasi pandemi Covid-19 berhasil mengubah citra/pandangan perawat secara menyeluruh. Banyak sekali media pemberitaan di seluruh dunia yang *mengekspose* tentang kontribusi dan kerja keras perawat dalam menangani masalah kesehatan selama pandemi Covid-19. Bahkan tidak sedikit yang beranggapan bahwa perawat digambarkan sebagai *superhero*, pahlawan serta malaikat yang bersedia membantu dan menolong orang yang membutuhkan secara profesional (Noviani, Suprabowo, *et al.*, 2021). Di sisi lain, para perawat rela menghadapi risiko terpapar infeksi dan kematian sebagai pelindung terdepan di masa pandemi Covid-19 (Sim, 2020). Hasil penelitian (Noviani, Suprabowo, *et al.*, 2021) menunjukkan bahwa *nursing brand image/citra* perawat di Indonesia yang dipersepsikan oleh perawat menjadi lebih positif, namun dalam penelitian (Godsey *et al.*, 2020) *nursing brand image/citra* perawat tidaklah konsisten dengan apa yang telah mereka kerjakan selama menjadi perawat.

Sebagaimana halnya, *brand image* perawat dan profesionalitas memiliki keterkaitan satu sama lain, tanpa tindakan yang profesional, *brand image* seorang perawat tidak akan terbentuk. Sebagian besar perawat tidak menjadikan pengetahuan dan keterampilannya sebagai identitas kepada pasien. Perasaan malu dan ketidakpercayaan diri tersebut muncul ketika wawasan mereka dan kemajuan informasi yang kurang memadai serta sistem pelayanan kesehatan di Indonesia yang menempatkan perawat sebagai profesi kelas dua (Nursalam, 2014). Kesan seperti ini yang membuat sebagian besar perawat dipandang mempunyai kapabilitas yang rendah dan kewenangannya yang sedikit dalam pengambilan keputusan dalam bidang pelayanan kesehatan. Oleh karena dasar pendidikan profesi yang rendah dan rendahnya pelaksanaan pendidikan keperawatan secara profesional, maka perawat lebih condong untuk melakukan aktifitasnya yang monoton dan hanya mengikuti arahan dari dokter (Nursalam, 2014).

Berkaitan dengan masalah profesionalitas dalam kerja, islam telah lebih dahulu menuliskan pandangannya terhadap masalah ini. Hulaify (2019) menyebutkan terdapat dua dasar kata yang menjadi panduan yaitu *Al Shalah* dan *Al Itqan*. *Al Shalah*, mengandung arti kebaikan atau manfaat. Sebagaimana dalam Al-Quran Surah An-Nahl ayat 97 yang artinya “Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.” Sedangkan *Al Itqan*, mempunyai

makna kemantapan/kesempurnaan atau *perfectness* yang artinya “Sesungguhnya Allah SWT mencintai jika seseorang melakukan sesuatu pekerjaan yang dilakukannya dengan *Itqan* / sempurna (profesional).” HR. Thabrani dan Baihaqi.

Berhubungan dengan penjelasan bahwa *brand image* perawat dan profesionalitas adalah dua hal yang saling berkaitan maka perawat dan calon perawat masa depan perlu memahami makna dari kata *brand* tersebut. Istilah *brand* atau “merek” mengacu pada tanda, logo, slogan, dan merek dagang apapun yang menawarkan produk, jasa, dan profesi yang digunakan sebagai identitas individu, organisasi, ataupun perusahaan sebagai pembeda antara produk atau jasa lainnya (Kotler & Keller, 2016). Pendapat lain dikemukakan oleh (King, 2015) yang mengatakan bahwa *brand* atau “merek” bukan apa yang dikatakan diri sendiri, melainkan apa yang dikatakan, dirasakan, dan dipikirkan orang lain tentang cara pelayanan atau tindakan yang diberikan oleh suatu organisasi dan perawat itu sendiri.

Di Indonesia, citra perawat cenderung dipersepsikan sebagai “asisten dokter” dan berkomitmen untuk tugas-tugas rumah tangga, daripada mengabdikan diri untuk merawat. Pernyataan ini juga sependapat dengan penelitian Shields dan Hartati (2003) yang mengatakan bahwa perawat dianggap sebagai pembantu "dokter". Pernyataan tersebut juga selaras dengan penelitian (Godsey *et al.*, 2020) yang menemukan berbagai laporan literatur yang menunjukkan bahwa perawat telah diabaikan sebagai penyedia layanan kesehatan mandiri karena tidak *up to date* dan tidak akurat yang sering kali dimuat oleh media *stereotype* serta menggambarkan perawat sebagai profesi yang *caring* dan memiliki keyakinan,

namun kurang dalam memberikan pengaruh dan menjalankan wewenangnya karena mereka hanya berperan tunduk kepada dokter. Citra inilah yang dapat mematahkan semangat generasi muda untuk memilih keperawatan sebagai karir/profesi (Gunawan *et al.*, 2018).

Perawat yang ingin mencapai tujuan dari *brand image*/citra seorang perawat tidak hanya mengedepankan tampilan luarnya saja atau pun gelar keperawatan yang dimiliki, karena semua itu tidak akan cukup untuk membangun citra diri atau *brand image* seorang perawat. Pada hakikatnya, untuk mencapai tujuan dari *brand image* seorang perawat, perlu menggali lebih dalam dari apa yang akan dilakukan dan mengenali komponen atau ciri khas sebagai atribut utama yang ingin perawat bangun dan tunjukkan kepada semua pasien dan tenaga kesehatan lainnya (Godsey *et al.*, 2020).

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang memilih *registered nurse* sebagai sasaran utama dalam penelitiannya, pada penelitian ini penulis memilih mahasiswa Profesi Ners Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) sebagai sasaran utama karena mereka adalah calon perawat profesional yang dapat merubah stigma masyarakat terhadap *nursing brand image*/citra perawat menjadi lebih tinggi dan positif. Hal ini sejalan dengan apa yang diinginkan oleh Program Studi Pendidikan Ners (PSPN) Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dimana sebagai lulusan keperawatan dapat mencerminkan karakter identitas profesional dan memiliki *nursing brand image* sebagai perawat yang lebih baik. PSPN FKIK UMY merupakan sebuah lembaga pendidikan keperawatan yang telah terakreditasi A

sejak tahun 2015 dan kembali mempertahankan akreditasi A pada tahun 2019 untuk program akademik maupun profesi (Noviani, 2020). Maka dari itu, peneliti ingin mengeksplor lebih banyak mengenai persepsi *nursing brand image/citra* perawat kepada mahasiswa Profesi Ners UMY.

Dalam hal ini, peneliti telah melakukan studi pendahuluan kepada 2 mahasiswa Profesi Ners UMY (Co-Ners 29) yang dilakukan pada tanggal 19 dan 20 April 2022 dengan memberikan pertanyaan melalui media online *WhatsApp* dengan fitur *VN (Voice Note)*. Hasil studi pendahuluan tentang persepsi *nursing brand image/citra* perawat menurut mahasiswa Profesi Ners UMY (Co-Ners 29) sebagai berikut pernyataannya:

“....Citra perawat itu sangat penting karena setiap profesi memiliki kelebihan dan kekurangan masing masing dan stigma perawat dianggap sebagai pembantu dokter kurang terap karena dokter dan perawat mempunyai kewajiban serta tugas masing masing jadi tidak bisa dilihat dari satu sisi saja. Selain itu, citra perawat juga berguna sebagai identitas perawat dalam memberikan pelayanan kesehatan....” (P1).

“....Menurut saya citra perawat itu penting karena setiap bidang profesi memiliki ciri khas masing masing. Selain itu, untuk meminimalisir anggapan perawat sebagai pembantu dokter, sebagai perawat harus memiliki pemikiran kritis dalam tindakan serta mengerjakan kegiatan yang seharusnya bisa dilakukan mandiri oleh perawat tanpa diperintah dokter....” (P2).

Dalam kesempatan lain, peneliti telah melakukan studi pendahuluan kembali pada tanggal 5 Oktober 2022 kepada satu mahasiswa Profesi Ners UMY

2018 (Co-Ners 30) (P4) dan Kaprodi Profesi Ners UMY (D1) dengan memberikan pertanyaan melalui media online *WhatsApp* dan wawancara langsung. Hasil dari studi pendahuluan tentang persepsi *nursing brand image/citra* perawat menurut mahasiswa Profesi Ners UMY 2018 (Co-Ners 30) sebagai berikut pernyataannya:

“....Menurut saya citra perawat itu penting karena yang berada 24 jam bersama pasien adalah perawat sehingga peran perawat sangat dibutuhkan dalam melakukan asuhan keperawatan. selain itu, citra perawat dipengaruhi oleh sikap dan rasa caring perawat karena hal itu yang akan menentukan persepsi pasien atau orang lain terhadap profesi perawat....” (P4)

Hasil Studi Pendahuluan kepada Kaprodi Profesi Ners UMY, sebagai berikut:

“....Kalau image sebagai perawat profesional sangat penting, apalagi sudah S1, profesi, dan mendapat gelar ners yang sudah diakui undang-undang sebagai perawat profesional dan hal itu sudah membuat imagenya baik. Namun jika dilihat sebagai pengguna, harus dilihat dari performanya atau kinerjanya, etikanya, komunikasinya, dan skillnya harus sesuai dengan level akademiknya agar memunculkan imagenya. Sebagai lembaga pendidikan harus bisa mencreate kurikulum yang baik supaya bisa mencetak lulusan yang baik” (D1)

Melihat hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan, peneliti semakin tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam kepada mahasiswa Profesi Ners UMY tentang persepsi mereka terhadap *nursing brand image* pada masa post Covid-19. Selain itu, peneliti ingin meyakinkan tentang pentingnya memiliki

nursing brand image kepada mahasiswa Profesi Ners UMY supaya mereka dapat mempersiapkan diri tentang *nursing brand image* apa yang ingin mereka bangun dan tunjukkan kepada pasien, tenaga kesehatan dan juga masyarakat agar stigma negatif tentang perawat semakin positif kedepannya.

B. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang yang telah dibuat, maka rumusan masalah yang dapat muncul adalah “Bagaimana Persepsi Mahasiswa Profesi Ners Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap *Nursing Brand Image* pada Masa Post Covid-19?”

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengeksplor lebih dalam tentang persepsi mahasiswa Profesi Ners Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap *nursing brand image* pada masa post Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa Profesi Ners

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pemahaman bagi mahasiswa Profesi Ners tentang pentingnya memiliki *nursing brand image*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi dalam membuat penelitian yang baru dan dengan temuan yang baru kedepannya.

3. Bagi Organisasi Keperawatan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran serta ajang promosi bagi profesi keperawatan agar lebih dikenal dan meningkatkan aspek dalam hal *nursing brand image*.

4. Bagi Lembaga Pendidikan Keperawatan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi sistem pendidikan dalam merancang program peningkatan *nursing brand image* bagi mahasiswa/mahasiswi keperawatan.

5. Bagi Pelayanan Kesehatan

Hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman pengetahuan dan peningkatan kinerja perawat dalam memberikan pelayanan kesehatan di rumah sakit.

E. Penelitian Terkait

Tabel 1. 1 Penelitian Terkait

No	Judul Jurnal	Tujuan	Metode	Hasil	Kesimpulan	Perbedaan
1	<i>The Image of Nursing as Perceived by Nurses: A Phenomenological Study (Gunawan et al., 2018)</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi citra keperawatan menurut persepsi perawat Indonesia.	<i>studi fenomenologis</i>	Hasil didapatkan ada Lima tema muncul yang mempengaruhi citra perawat a) Keperawatan dianggap sebagai sumber daya yang kritis, oleh karena itu penting untuk mengetahui citranya untuk berkontribusi mengkonsolidasikan identitasnya dan akibatnya meningkatkan jumlah dan tempatnya di antara profesional perawatan kesehatan dan masyarakat. b) Budaya Islam, c) definisi pekerjaan d) peran perawat, e) kepercayaan diri f) hubungan antar	Penelitian menunjukkan bahwa citra keperawatan di Belitung Indonesia secara spiritual dan kultural dipengaruhi oleh konsep agama khususnya Islam dalam praktik klinis berdasarkan kebutuhan pasien. Perawat Indonesia cenderung lebih percaya diri dalam merawat pasien, dan ini terkait dengan pendidikan. Namun, citra perawat sebagai asisten dokter juga tetap ada, yang mungkin dipengaruhi oleh nilai respek dan senioritas. Oleh karena itu, mengubah citra ini tetap penting. Perawat perlu berpikir tinggi	Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif Informan adalah mahasiswa Profesi Ners UMY 2018 (Co-Ners 30) Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam

				generasi perawat.	sebagai perawat profesional dan didorong untuk menolak posisi-posisi yang tidak berkaitan dengan keperawatan dan kesehatan.	
2	<i>Perceived images and expected roles of Indonesian nurses (Sommers et al., 2018)</i>	Untuk mengeksplorasi bagaimana non-perawat dan perawat dalam hal citra yang dirasakan dan peran yang diharapkan menjadi perawat di Indonesia.	<i>studi survei cross-sectional</i>	Seratus empat puluh tiga orang menyelesaikan survey dengan tingkat respons 11,6%. 13 adalah perawat dan 130 adalah non-perawat. Adapun implikasi praktis, untuk meminimalkan kesenjangan antara harapan dan persepsi non-perawat dan perawat tingkat pelayanan keperawatan, pendidik keperawatan dan pemimpin harus terus memantau persepsi pasien dan calon pelanggan di masa depan terhadap citra perawat di Indonesia dan upaya untuk meningkatkan citra tersebut, antara lain melalui on-job training untuk memperkuat	Tidak ditemukan perbedaan yang signifikan antara perawat dan non-perawat di tingkat lima skala persepsi dan lima skala harapan. Pada individu per item persepsi dan harapan, perawat dan non-perawat berbeda berkaitan dengan enam citra yang dirasakan dan dua peran yang diharapkan dari perawat Indonesia. Dibandingkan dengan perawat, non-perawat kurang cenderung setuju dengan pernyataan persepsi bahwa bahasa Indonesia	Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif Informan adalah mahasiswa Profesi Ners UMY 2018 (Co-Ners 30) Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam

			<p>citra perawat. sikap peduli dan keterampilan komunikasi kepada pasien dan anggota keluarganya. Untuk meningkatkan citra profesional perawat, penting untuk memantau citra perawat melalui mata publik dan juga citra perawat. peserta memiliki tingkat harapan yang lebih tinggi secara statistik signifikan untuk perawat Indonesia menjadi asisten dokter (item 6) dan cerdas dan analitis (item 15) daripada peserta kelompok keperawatan. dengan pernyataan persepsi bahwa perawat Indonesia adalah asis Keterbatasan penelitian lain adalah tingkat respon yang rendah (11,6%) dengan hanya 13 perawat berpartisipasi dalam penelitian ini (sepersepuluh dari 130 peserta nonperawat). penilaian diri secara berkala. Sebuah kampanye pendidikan</p>	<p>perawat rela berkorban, memberikan bantuan kepada orang lain, mengabdikan diri peduli, berkomitmen untuk tugas-tugas rumah tangga dan pengetahuan mampu. Dengan demikian, peserta non-keperawatan lebih mungkin untuk setuju dengan pernyataan persepsi bahwa perawat Indonesia adalah asisten dokter. Sebaliknya, non-perawat lebih mungkin daripada perawat mengharapkan perawat Indonesia menjadi asisten dokter dan menjadi cerdas dan analitis.</p>	
--	--	--	--	---	--

				publik untuk meningkatkan citra perawat Indonesia bisa fokus pada terpilih karakteristik positif, seperti perawat Indonesia yang berbakti peduli, memberikan bantuan kepada orang lain dan berpengetahuan.		
3	<i>Registered Nurse's Perception on Nursing Brand Image during the Covid-19 Pandemic Era in Indonesia (Noviani, Suprabowo, et al., 2021)</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi perawat terdaftar tentang citra merek keperawatan di Indonesia selama era pandemi Covid-19.	<i>Penelitian kualitatif deskriptif dilakukan dengan teknik purposive sampling</i>	Analisis data mengungkapkan lima tema, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Caring</i> sebagai citra merek keperawatan 2) budaya kolaborasi interprofesional 3) Memberikan perawatan holistik 24 jam 4) Menjadi lebih dihormati 5) Menjadi pembelajar sepanjang hayat. 	Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk lebih memahami persepsi perawat terdaftar terhadap citra merek keperawatan selama pandemi Covid-19 di Indonesia. Penelitian ini berfokus untuk mendeskripsikan persepsi perawat tentang citra merek keperawatan yang dipengaruhi oleh persepsi diri, citra publik, identitas profesional, dan citra keperawatan di media. Di masa pandemi Covid-19, perawat	Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif Informan adalah mahasiswa Profesi Ners UMY 2018 (Co-Ners 30) Penelitian ini menggunakan teknik wawancara

					merasa brand image keperawatan di Indonesia semakin positif.	mendalam
4	<i>Registered nurse perceptions of factors contributing to the inconsistent brand image of the nursing profession (Godsey et al., 2020)</i>	Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman branding dalam profesi keperawatan dan menginformasikan perkembangan teori-teori baru tentang branding profesi jasa.	<i>kualitatif dikodekan secara tematis, dianalisis, dan dikelompokkan ke dalam delapan faktor yang mempengaruhi</i> .	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi citra perawat tidak konsisten, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendidikan / kredensial 2. <i>Image</i> bukan prioritas 3. Sikap leadership yang kurang 4. Kurangnya profesionalisme 5. <i>Portrayals in the media and online</i> 6. Pengalaman pribadi pasien 7. Perawatan dari tenaga kesehatan profesional lainnya 8. Peran gender 	Dengan memperkuat branding dapat menyebabkan dampak langsung pada banyak faktor yang diyakini berkontribusi besar kepada citra keperawatan yang tidak konsisten. Pencitraan merek mampu mendorong institusi keperawatan, organisasi profesional, dan pemimpin untuk memperhatikan citra keperawatan sebagai prioritas tinggi.	Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif Informan adalah mahasiswa Profesi Ners UMY 2018 (Co-Ners 30) Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam