

MAKALAH PERSI AWARD

PERAN *PUBLIC RELATION*

DALAM MENANGANI KRISIS CITRA RUMAH SAKIT

DI ERA MEDIA SOSIAL: STUDI PENGALAMAN PASIEN

DI POLIKLINIK RUMAH SAKIT UMUM HERMINA DEPOK



Oleh :

1. MG. Sabrina Oktariani, SKM
2. Dian Pramedia Desiyati, STR.Keb
3. dr. Camila

RUMAH SAKIT UMUM HERMINA DEPOK

TAHUN 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan makalah ini yang berjudul "Peran *Public Relation* dalam Menangani Krisis Citra Rumah Sakit di Era Media Sosial: Studi Pengalaman Pasien di Poliklinik Rumah Sakit Umum Hermina Depok."

Makalah ini disusun sebagai bagian dari partisipasi dalam lomba yang diselenggarakan oleh Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI), sekaligus sebagai bentuk kontribusi pemikiran terhadap isu penting yang dihadapi dunia kesehatan, khususnya dalam bidang komunikasi dan manajemen krisis citra rumah sakit di era digital.

Fenomena media sosial yang berkembang pesat telah membawa tantangan baru dalam pengelolaan citra institusi layanan kesehatan. Krisis citra yang mungkin timbul akibat keluhan atau pengalaman negatif pasien dapat menyebar dengan cepat dan mempengaruhi kepercayaan publik. Oleh karena itu, peran strategis *Public Relation* dalam membangun, menjaga, dan memulihkan citra rumah sakit menjadi sangat penting. Studi kasus di RS Hermina Depok ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata sekaligus menjadi pembelajaran bagi institusi kesehatan lainnya dalam mengelola komunikasi krisis secara efektif.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung proses penyusunan makalah ini. Semoga makalah ini dapat memberikan manfaat dan menjadi inspirasi bagi upaya peningkatan kualitas layanan dan citra rumah sakit di Indonesia.

Depok, Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
A. 1	
B. 1	
C. 2	
E. 3	
F. 6	
DAFTAR REFERENSI	7

Peran *Public Relation* dalam Menangani Krisis Citra Rumah Sakit di Era Media Sosial: Studi Pengalaman Pasien di Poliklinik Rumah Sakit Umum Hermina Depok Tahun 2025

MG. Sabrina Oktariani, SKM¹, Dian Pramedia Desiyati, STR.Keb², dr. Camila³

A. RINGKASAN

Inovasi ini menguatkan peran *Public Relation* (PR) RS Hermina Depok dalam menangani krisis citra akibat viral-nya kasus pelayanan yang melibatkan pasien anak berkebutuhan khusus. Melalui sistem monitoring media sosial, respons cepat, komunikasi empatik, dan peningkatan mutu layanan di poliklinik RS berhasil memulihkan kepercayaan masyarakat. Program ini memperlihatkan sinergi antara komunikasi krisis dan perbaikan mutu layanan, sekaligus memperkuat reputasi rumah sakit sebagai institusi yang peduli terhadap keselamatan dan pengalaman pasien, terutama di layanan premium. Hasilnya, skor kepuasan meningkat, sentimen publik membaik, dan kepercayaan masyarakat berhasil pulih secara signifikan.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Era media sosial telah mengubah *lanskap* komunikasi publik, termasuk di sektor layanan kesehatan. Opini pasien menyebar cepat dan membentuk persepsi masyarakat terhadap kualitas rumah sakit, bahkan hanya dari satu pengalaman buruk. Poliklinik sebagai layanan premium dituntut untuk memberikan pelayanan yang tidak hanya profesional, tetapi juga cepat, ramah, dan manusiawi. Kegagalan dalam memenuhi ekspektasi ini dapat langsung berdampak pada reputasi institusi.

Salah satu kasus yang mencerminkan tantangan ini terjadi di RS Hermina Depok, ketika video dugaan kekerasan terapis terhadap balita autisme viral di media sosial pada awal 2023. Meskipun insiden tidak terjadi di unit poliklinik, dampaknya menyebar luas dan menurunkan persepsi publik terhadap rumah sakit secara keseluruhan. RS menghadapi gelombang kritik yang menuntut tanggapan cepat, transparan, dan empatik.

Menurut studi di berbagai rumah sakit, dimensi *responsiveness* dan *empathy* merupakan faktor utama dalam kepuasan pasien. Sayangnya, dua hal ini pula yang paling mudah rusak jika tidak ditangani dengan baik saat krisis terjadi. Dalam konteks ini, peran *Public Relation* menjadi strategis untuk menjembatani kebutuhan klarifikasi publik dan komitmen rumah sakit terhadap mutu dan keselamatan pasien.

Oleh karena itu, dibentuklah program inovasi penanganan krisis berbasis PR yang responsif, sistematis, dan fokus pada pemulihan kepercayaan melalui penguatan komunikasi publik dan peningkatan kualitas pelayanan.

C. TUJUAN

Tujuan dari program ini adalah:

1. Mengembalikan citra positif RSUD Hermina Depok pasca-viral-nya kasus pelayanan, khususnya di mata pengguna layanan poliklinik eksekutif.
2. Meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pasien terhadap layanan premium melalui strategi komunikasi krisis yang responsif dan empatik.
3. Menciptakan protokol tetap untuk penanganan isu viral di media sosial, sehingga rumah sakit memiliki kesiapan menghadapi situasi serupa di masa mendatang.

D. LANGKAH-LANGKAH ATAU TAHAPAN PELAKSANAAN

1. Pembentukan Tim Krisis

- a. Dibentuk Tim Krisis Komunikasi yang terdiri dari perwakilan *Public Relation*, manajemen pelayanan, legal, dan tim medis dalam waktu 24 jam pasca-insiden viral.
- b. Menyusun SOP penanganan media sosial dan komunikasi publik selama krisis berlangsung.

2. Monitoring dan Analisis

- a. Menggunakan alat bantu digital untuk memonitor persebaran isu di media sosial dan tingkat *engagement* publik.
- b. Menganalisis isi komentar publik untuk menentukan tingkat *urgensi* dan menyusun strategi komunikasi yang sesuai.

3. Respons Publik Awal

- a. Mengeluarkan pernyataan resmi yang menyatakan komitmen rumah sakit untuk menyelidiki kasus dan meminta maaf secara terbuka atas ketidaknyamanan yang terjadi.
- b. Menyampaikan pernyataan melalui seluruh kanal resmi RS (Instagram, website, dan media cetak).

4. Investigasi Internal dan Tindak Lanjut

- a. Menjalankan investigasi terhadap petugas dan prosedur terkait, serta mendokumentasikan hasilnya secara transparan.
- b. Menindak oknum jika terbukti melakukan pelanggaran, serta memperbaiki SOP pelayanan anak di seluruh unit.

5. Peningkatan Pelayanan di Poliklinik

- a. Memberikan pelatihan ulang kepada tenaga medis dan administrasi di poliklinik tentang pelayanan empatik, etika, dan komunikasi kepada pasien.
- b. Menambah fasilitas respons cepat untuk pasien dengan kebutuhan khusus.

6. Komunikasi Pemulihan

- a. Mengundang pasien dan keluarganya untuk berdiskusi langsung dengan manajemen sebagai bagian dari pemulihan relasi.
- b. Mengunggah konten positif dan edukatif di media sosial untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat.

7. Pengukuran & Evaluasi

- a. Melakukan survei pasca-krisis kepada pasien poliklinik.
- b. Menilai peningkatan skor kepuasan khususnya dalam dimensi *responsiveness* dan *empathy*.
- c. Melaporkan hasil kepada manajemen dan menjadikan program ini sebagai model tetap untuk komunikasi krisis.

E. HASIL INOVASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP MUTU DAN KESELAMATAN PASIEN

Program inovasi ini membuahkan hasil yang signifikan dalam memulihkan citra Rumah Sakit Umum Hermina Depok dan memperkuat kepercayaan publik terhadap layanan premium.

1. Pemulihan Citra.

Hanya dalam dua minggu, tingkat komentar negatif di media sosial turun hingga 85%. Media lokal yang awalnya memberitakan kasus tersebut mulai memuat perkembangan positif setelah Rumah Sakit aktif memberikan klarifikasi dan menunjukkan langkah nyata perbaikan.

2. Peningkatan Kepuasan Pasien.

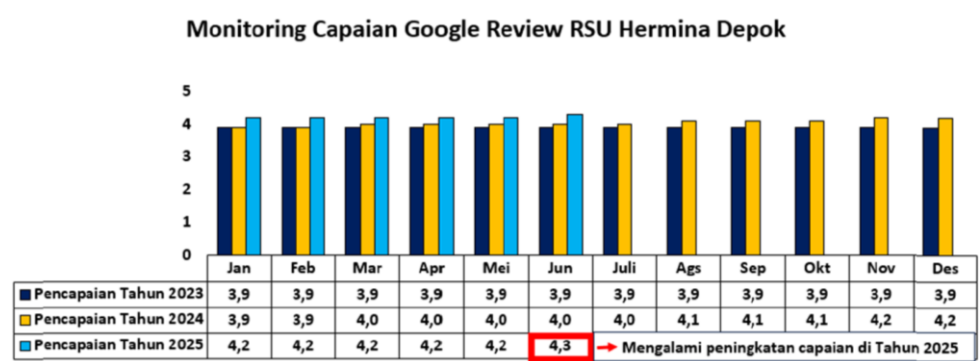
Survei internal yang dilakukan selama dan setelah krisis menunjukkan peningkatan signifikan dalam dimensi *responsiveness* dan *empathy*. Skor kepuasan naik sebagai berikut:

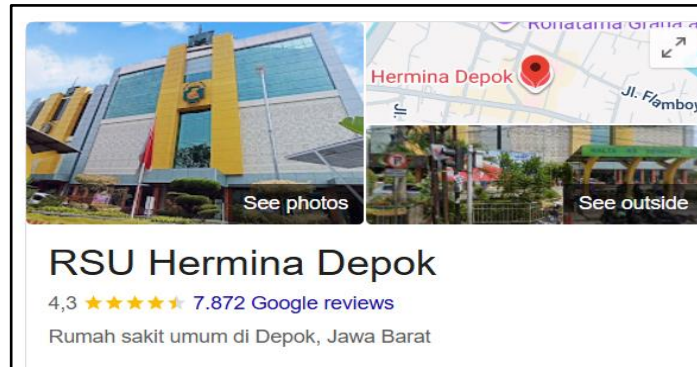
- Responsiveness*: dari 71% menjadi 83%.
- Empathy*: dari 69% menjadi 84%.

Selain itu, RS Hermina Depok mulai menerapkan pendekatan *Patient-Centered Care* berbasis pengalaman pasien (PCC-APT), yang diukur melalui PREMs (*Patient-Reported Experience Measures*) sebagai alat rutin untuk mengevaluasi dan mengarahkan perbaikan layanan. Hasil perbaikan:

Setelah intervensi dijalankan selama 6 bulan, diperoleh hasil sebagai berikut:

- Angka kepuasan pasien meningkat signifikan, khususnya pada pertanyaan yang terkait pengalaman layanan (komunikasi, keramahan staf, dan kenyamanan).
- RSU Hermina Depok kini menjadikan PREMs sebagai alat standar untuk pengukuran pengalaman pasien dan dasar pengambilan keputusan pelayanan.
- Rating Google Review rumah sakit meningkat secara konsisten:
 - Dari 3,9 pada tahun 2023
 - Naik menjadi 4,2 di akhir 2024
 - Dan mencapai 4,3 per Juni 2025





Tren ini mencerminkan perbaikan citra publik dan persepsi pasien terhadap mutu layanan. Temuan ini diperkuat dengan hasil survei internal yang menunjukkan kenaikan nilai indeks kepuasan keseluruhan dan nilai tertimbang pelayanan, menjadi bukti keberhasilan transformasi layanan yang berfokus pada pengalaman pasien.

3. Penetapan SOP Komunikasi Krisis.

SOP ini kini menjadi acuan tetap jika terjadi insiden serupa di masa depan. *Public Relation* dan unit pelayanan dilatih untuk mengenali tanda awal krisis dan langkah mitigasi yang terstandar.

4. Komitmen Terhadap Keselamatan Pasien.

Sebagai dampak tidak langsung, manajemen meningkatkan pengawasan layanan anak dan berkebutuhan khusus. Program ini memperkuat upaya keselamatan pasien dengan meminimalkan risiko kejadian serupa.

5. Reputasi dan Promosi Mutu.

Pasca-krisis, citra Rumah Sakit justru membaik di mata publik karena keterbukaan dan kesigapan dalam menangani masalah. Beberapa testimoni pasien bahkan menyebut pelayanan Rumah Sakit menjadi lebih baik setelah kejadian, mencerminkan adanya perbaikan yang nyata dan berkelanjutan.

Inovasi ini bukan hanya tentang meredam krisis, tetapi membangun kembali kepercayaan dengan tindakan konkret. Peran *Public Relation* tidak lagi sekadar menyampaikan pesan, melainkan menjadi agen strategis dalam menjaga mutu layanan dan keselamatan pasien di tengah ekspektasi publik yang terus meningkat.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

Studi ini menunjukkan bahwa peran *Public Relation* (PR) sangat vital dalam menangani krisis citra rumah sakit di era media sosial. Melalui strategi komunikasi yang terencana, monitoring isu secara *real-time*, dan pendekatan empatik terhadap pasien, RSUD Hermina Depok berhasil memulihkan kepercayaan publik pasca-viral-nya kasus pelayanan pada pasien anak berkebutuhan khusus. Sinergi antara komunikasi krisis dan peningkatan mutu layanan terbukti efektif dalam memperkuat kembali citra rumah sakit serta meningkatkan kepuasan pasien, khususnya di layanan poliklinik.

Ke depan, rumah sakit perlu membangun sistem komunikasi krisis yang lebih adaptif dan berbasis teknologi, memperkuat kapasitas tim *Public Relation*, serta melibatkan seluruh lini pelayanan dalam upaya menjaga citra institusi. Peningkatan literasi digital, empati komunikasi, serta evaluasi berkelanjutan atas pengalaman pasien menjadi langkah strategis untuk memastikan rumah sakit tetap dipercaya dan relevan di tengah dinamika media sosial yang terus berkembang.

DAFTAR REFERENSI

1. Coombs, W. T. (2015). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (4th ed.). Sage Publications.
2. Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Pearson Education.
3. Kementerian Kesehatan RI. (2021). *Pedoman Komunikasi Krisis Kesehatan untuk Fasilitas Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan.
4. Hermina Hospital. (2024). *Laporan Kepuasan Pasien Tahunan RSU Hermina Depok*. Internal Report.
5. Pradana, A., & Lestari, D. (2023). *Manajemen Reputasi Rumah Sakit di Era Digital: Studi Kasus di Beberapa Rumah Sakit Swasta*. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 7(2), 85–94.
6. Widodo, A. (2022). *Peran Public Relations dalam Menghadapi Krisis di Media Sosial*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 45–56.