

Strategi Komunikasi Humas RSUP Persahabatan dalam Penanganan Keluhan Pelanggan di RSUP Persahabatan

Eryuniyanti^{1✉} Ika yuliasari², Datep Purwa Saputra³

^{1,2,3}Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Jayabaya

Correspondence Author: eryuniyanti-rsp@yahoo.co.id ✉

Article history

Received : 2023-03-13

Accepted : 2023-05-01

Published : 2023-08-12

Kata Kunci:

Strategi, Komunikasi,
Reputasi

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi program Sub Humas RSUP Persahabatan Jakarta dalam penanganan keluhan pelanggan yang disampaikan secara langsung melalui ruang pelayanan public, Gazebo Sahabat Sub Humas RSUP Persahabatan Jakarta untuk membangun reputasi Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan dan mengetahui strategi komunikasi Sub Humas RSUP Persahabatan menangani keluhan serta membangun mindsed pelanggan dari keluhan menjadi apresiasi untuk meningkatkan reputasi Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan. Strategi komunikasi humas dalam penanganan keluhan dan out come nya mengelola keluhan yang disampaikan pelanggan rumah sakit menjadi sebuah apresiasi untuk Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan Jakarta, Dan ini sangat menarik untuk dilakukan penelitian. Strategi komunikasi yang tepat dan jitu dalam melaksanakan komunikasi dengan pelanggan yang telah menyampaikan keluhannya yang menghasilkan sebuah apresiasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Informan penelitian adalah Direktur RSUP Persahabatan, Ketua Komite Etik dan Hukum RSUP Persahabatan Jakarta, Staf Penanganan keluhan (pranata humas) dan pelanggan yang menyampaikan keluhan. Teknik pengumpulan data Wawancara Mendalam (Deep Interview), Observasi/Partisipasi, Diskusi Group, Studi Kepustakaan, Studi Dokumentasi. Teknik analisa data yang dipergunakan adalah Reduksi data (data reduction), Penyajian Data (data display), Penarikan Kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Sub Humas dalam Merubah mindsed pelanggan yang menyampaikan keluhan menjadi sebuah apresiasi untuk membangun reputasi Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan dilakukan strategi komunikasi persuasive.

Abstract: This research aims to determine the implementation of the RSUP Persahabatan sub-public relations program in building the RSUP Persahabatan reputation and to find out the RSUP sub-public relations communication strategy in building a customer mindset from complaints to appreciation to improve the reputation of the RSUP Persahabatan. Public relations communication strategy in turning complaints submitted by hospital customers into an appreciation for the Hospital. And this is very interesting to do research. Appropriate and precise communication strategies in carrying out communications with customers who have submitted their complaints. This research uses a qualitative approach. Research informants were the Director of RSUP Persahabatan, complaint handling staff (public relations institutions) and customers who submitted complaints. Data collection techniques are in-depth interviews, observation/participation, literature studies and documentation studies. The data analysis technique used is data reduction, data display, conclusion and verification. The results of the study show that the Communication Strategy of Sub-Public Relations in changing the mindset of customers who submit complaints into an appreciation to build the reputation of RSUP Persahabatan is carried out by a persuasive communication strategy.



Available online at
<https://jim.usk.ac.id/sejarah>

PENDAHULUAN

Salah satu tugas humas adalah melaksanakan management complain. Semua keluhan yang masuk dikelola oleh humas untuk dapat diselesaikan sesuai Standar Prosedur Operasional. Humas Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan telah menyelesaikan berbagai keluhan yang disampaikan secara langsung atau tidak langsung. Akan tetapi keluhan selesai bukan berarti berhenti sampai disitu. Yang terjadi saat ini adalah humas lebih focus kepada penyelesaian keluhan tetapi dampak keluhan walaupun sudah selesai belum kelihatan. Memanagement complain menjadi sebuah apresiasi saat ini belum kelihatan dalam tugas dan peran humas. Keluhan pelanggan jika tidak dikelola dengan baik akan berdampak pada reputasi rumah sakit, pelanggan yang complain punya peluang untuk berbagi pengalaman buruknya dan ini akan berpengaruh terhadap reputasi Rumah Sakit. Untuk mengarahkan keluhan menjadi apresiasi maka diperlukan strategi Komunikasi.

Strategi komunikasi yang digunakan juga harus memperhatikan kemampuan mengali sampai detail, mengidentifikasi kebutuhan, keluhan pelanggan rumah sakit. Strategi komunikasi yang tepat sangat membantu humas dalam menjembatani antara pelanggan internal dan pelanggan eksternal

Strategi komunikasi humas dalam menyelesaikan keluhan pelanggan merupakan momentum bagi para humas untuk meningkatkan reputasi Rumah Sakit. Begitu juga dengan pemberian Informasi. Dalam undang undang Republik Indonesia nomor 14 tahun 2008 tentang keterbukaan Informasi Publik BAB I pasal 1 ayat 2 informasi public adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan diterima oleh suatu badan public yang berkaitan dengan badan penyelenggaraan public lainnya yang sesuai dengan undang undang. Humas merupakan ujung tombak untuk meningkatkan citra corporate. "citra diri" diruang public.

Hal seperti tersebut diatas menjadi kajian menarik bagi staf humas professional handal berkomunikasi dengan stakeholder. Melihat mekanisme penyelesaian masalah pelanggan yang dilakukan secara mudah, murah, cepat dan akurat sehingga masyarakat merasa puas

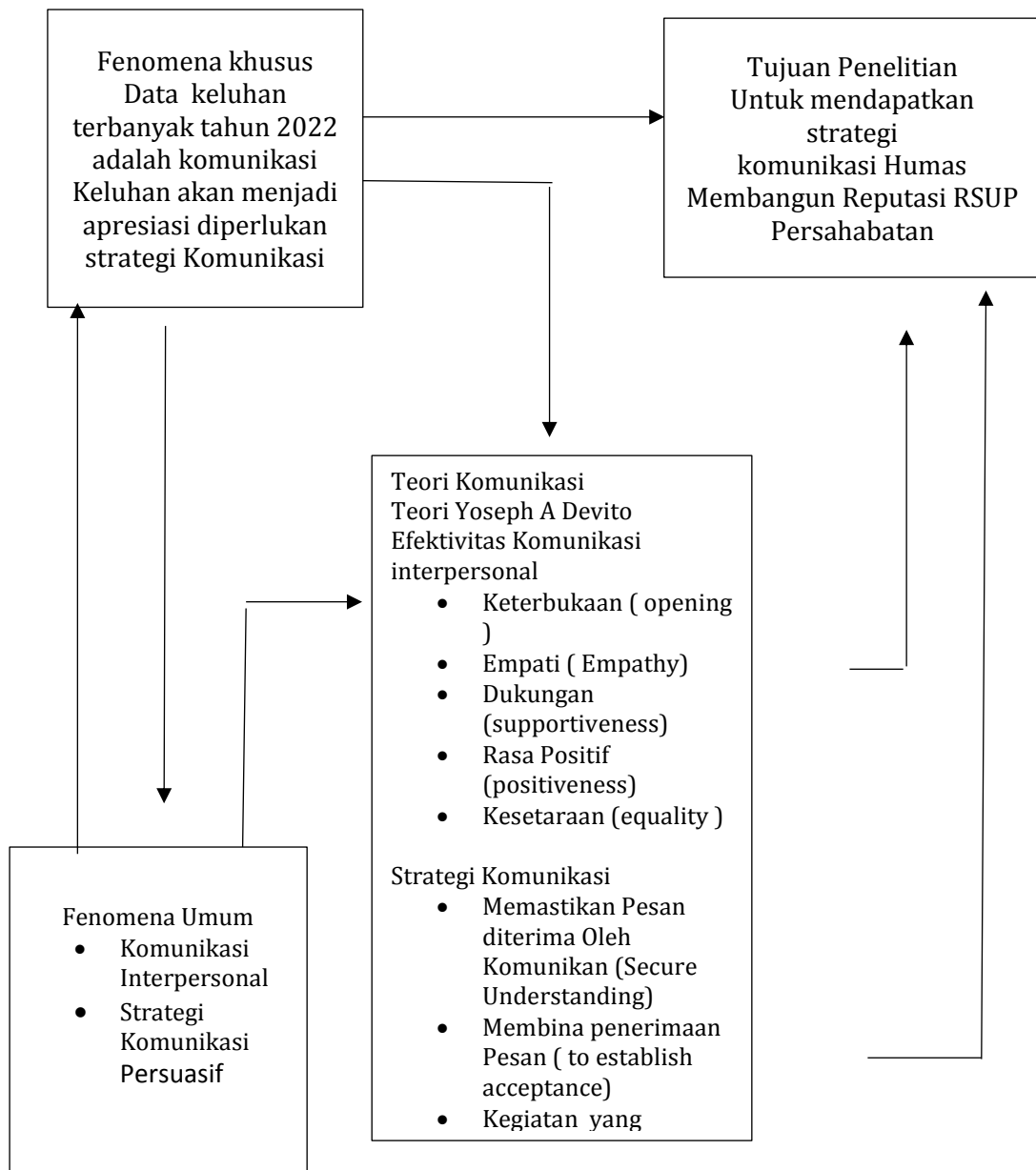
atas pelayanan yang diberikan tentu sebagai humas yang professional harus mampu berkomunikasi dengan baik dalam mengelola keluhan dengan baik terutama pengelolaan strategi komunikasi yang tepat untuk membangun reputasi rumah sakit. Keluhan yang tidak dikelola dengan baik bisa berdampak menurunnya reputasi rumah sakit, sebaliknya keluhan, complain yang dikelola dengan baik dapat membangun Reputasi rumah sakit.

Humas sebagai katalisator dalam organisasi rumah sakit mampu membangun reputasi rumah sakit sehingga pelanggan rumah sakit memiliki kepercayaan kepada Humas khususnya dan Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan umumnya. Humas Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan dapat mengelola keluhan menjadi sebuah apresiasi dan berujung pada reputasi rumah sakit. Penulis menyimpulkan bahwa Humas adalah orang yang mampu membangun reputasi rumah sakit melalui strategi komunikasi yang tepat.

Humas melaksanakan komunikasi melalui strategi komunikasi yang progresif penuh empati, sebagaimana dirumuskan dalam strategi komunikasi interpersonal. Sementara komunikasi dimengerti sebagai umpan balik yang bertujuan untuk membantu seseorang meningkatkan efektivitas antar pribadi. Melalui proses setiap individu menyesuaikan dirinya dengan orang lain lewat peran yang disebut transmitting (pemindahan pesan baik verbal maupun non verbal) dan receiving (penerimaan pesan).

Peran penting yang dilakukan oleh humas adalah menciptakan citra (kesan), baik itu citra positif ataupun citra negatif. Bukan hal yang mudah untuk membangun sebuah citra, terlebih lagi berurusan dengan citra pimpinan dan rumah sakit. Strategi komunikasi sangat berperan dan ini tentu memerlukan strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi dalam masalah ini merupakan suatu hal yang menarik, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti strategi komunikasi humas dalam membangun Reputasi Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan Jakarta. Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, penulis melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Komunikasi Humas RSUP Persahabatan dalam Penanganan keluhan di

RSUP Persahabatan dengan kerangka konsep berikut.



Gambar 1. Model Kerangka Pemikiran Peneliti

METODE

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif karena karena peneliti ingin mendapatkan gambaran keadaan atau fenomena serta untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian peneliti secara realita dan penelitian ini bertujuan menggali secara luas tentang hal-hal atau sebab-sebab yang

mempengaruhi stratei komunikasi Humah RSUP Persahabatan dalam penanganan keluhan dan mampu merubah penilaian negatif menjadipositif. Fokus Penelitian ini adalah untuk meneliti Strategi komunikasi Staf Humas RSUP Persahabatan dalam penanganan keluhan yang disampaikan langsung oleh pelanggan yang datang ke ruangan pelayanan public (Humas) Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan Jakarta.

Selain itu penelitian ini juga dapat melihat bagaimana persepsi pelanggan terhadap Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan Jakarta setelah mendapatkan penanganan keluhannya oleh staf humas. Pelanggan yang awalnya menyampaikan keluhan punya penilaian negatif terhadap Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan tapi setelah dilakukan penanganan keluhan apakah pasien tetap punya image negatif atau malah sebaliknya memberikan apresiasi kepada rumah sakit. Humas sebagai mediator dalam menangani keluhan akan menindak lanjuti keluhan tersebut. Melalui pendekatan komunikasi dengan strategi tertentu keluhan yang disampaikan bisa dikelola dengan baik sehingga mampu merubah image pelanggan dari tidak baik menjadi baik, dari negatif menjadi positif dan hasil akhirnya diharapkan ini mampu membangun reputasi Rumah sakit Umum Pusat Persahabatan, Jakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Humas RSUP Persahabatan telah menyelesaikan keluhan pelanggan yang datang secara langsung ke ruang pelayanan public. Penanganan keluhan diawali dengan membuat perencanaan komunikasi dan membuat saluran strategi komunikasi dengan tahapan selanjutnya adalah membangun fungsi komunikasi yang efektif melalui sosialisasi dan diskusi untuk mengembangkan strategi komunikasi secara menyeluruh dengan menerapkan strategi komunikasi persuasive.

Dengan memperhatikan strategi komunikasi maka Sub Humas melakukan upaya upaya dalam menangani keluhan pelanggan. Upaya yang dilakukan adalah diawali dengan membuat perencanaan komunikasi sampai proses audit komunikasi. Perencanaan dimulai dengan melakukan pemahaman terhadap pelanggan yang menyampaikan komplainnya terkait kebutuhannya dalam mendapatkan fasilitas pelayanan kesehatan. Saluran dalam penanganan complain yang menjadi penelitian peneliti adalah melalui saluran langsung dimana pasien datang ke ruang pelayanan public, gazebo sahabat dan diterima oleh staf humas di ruangan yang nyaman dan privasi, Pelanggan yang menyampaikan keluhannya diterima oleh staff humas dengan mengkondisikan suasana

se nyaman mungkin. Secara terintegrasi keluhannya akan dikoordinasikan oleh staf humas dengan unit unit terkait

Strategi komunikasi yang diterapkan adalah menerapkan strategi komunikasi persuasive dalam penanganan keluhan pelanggan dan melakukan pendekatan teori dari Yoseph A Devito Efektivitas Komunikasi interpersonal dengan menerapkan 6 unsur yaitu Keterbukaan (opening), Empati (Empathy), Dukungan (supportiveness), Rasa Positif (positiveness), Kesetaraan (equality) terbukti sangat membantu dalam penanganan keluhan pelanggan yang datang secara langsung ke ruang pelayanan public Humas RSUP Persahabatan, Jakarta. Dalam penelitian ini diharapkan bagaimana tahapan dalam strategi komunikasi dilalui oleh Sub Humas RSUP Persahabatan, sehingga semua tahapan diatas akan kelihatan bagaimana proses penanganan pengaduan tersebut dapat memberikan efek kepada pelanggan.

Pembahasan

Strategi komunikasi adalah proses mentransformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua pihak memiliki kepentingan didalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat di dalam proses komunikasi (Bungin, 2015: 62).

Strategi komunikasi merupakan rencana komprehensif agar mendapatkan suatu tujuan tertentu pada suatu organisasi, tidak hanya sekedar mencapai akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan kelangsungan organisasi dilingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya (Griffin, 2004: 226)⁴

M. Cultip dan Allen H. Center dalam bukunya "Effective Public Relation" mengatakan bahwa Public Relation merupakan sebuah harta benda kolektif bagi kelompok – kelompok orang yang sama sama terikat oleh suatu kepentingan yang sama dan menunjukkan perasaan kebersamaan.

Strategi Komunikasi Persuasif merupakan bentuk pemberian pengaruh ke pada pihak lain untuk mempengaruhi pola pikir dan tindakan seperti pada *Social*

Judgement Theory (Effendy,2003). Dimensi argumentasi yang di sampaikan oleh Aristotle berupa *ethos, logos*, dan *pathos* (Effendy,2003:351), adalah satu kesatuan dalam segitiga retorika yang amat ampuh dalam membujuk atau seni persuasi. Pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih persuasif dari segi isi/subyek, pendengar/pembaca, dan persona sang pembicara/penulis. *Audiens* membutuhkan ketiga sisi segitiga retorika agar yakin terhadap kredibilitas sang komunikator, argumennya logis dan bisa diterima akal sehat, serta merasa dipahami sebagai manusia, bukan sekedar sebagai obyek yang sedang dipengaruhi. Disini, kuncinya adalah keseimbangan pada kompetensi

komunikator, konteks argumen, dan metode audiensi; jangan berlebihan sehingga malah kontra-produktif, namun tetap harmonis antara ketiga poinnya agar persuasif secara optimal.

Jika dilihat model strategi komunikasi dari Steve Carteledge strategi komunikasi Dimulai dari sebuah perencanaan komunikasi dengan merancang strategi saluran, membangun fungsi komunikasi yang efektif, mengembangkan strategi komunikasi yang menyeluruh, menerapkan strategi komunikasi dan melakukan audit komunikasi terhadap praktek terbaik dan ini lah yang diterapkan dalam membuat strategi Komunikasi

STRATEGI KOMUNIKASI



Gambar 2. Strategi Komunikasi

Hasil penelitian peneliti menyatakan bahwa “ Strategi komunikasi dalam penanganan keluhan pelanggan diruang pelayanan Publik RSUP Prsahabatan rumah sakit umum pusat Persahabatan dapat dilakukan dengan memperhatikan, mengenali karteristik dari pelanggan rumah sakit. Staf Humas memposisikan diri sebagai pelanggan rumah sakit. Dalam penanganan keluhan Humas RSUP Persahabatan sudah dapat menanggapi dengan cepat dan tepat, Upaya merubah mindset pelanggan dari keluhan menjadi

apresiasi dibutuhkan kepiawaian dalam mengenali kareteristik pelanggan tersebut. Strategi komunikasi persuasive dapat dilakukan tetapi tentu tidak secara agresif. Staf Humas harus bisa mentreatmen keluarga pasien. Staf Humas bisa memberikan penjelasan tentang pelayanan yang diberikan rumah sakit sesuai kebutuhannya sesuai standarnya pelayanan rumah sakit dan tentu juga disesuaikan dengan kondisi realita yang sinkron dengan tingkat rumah sakit kelas A Pendidikan merupakan rumah sakit rujukan

nasional dibidang kesehatan respirasi.. “ Jika melihat hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa strategi komunikasi sangat berperan dalam penanganan keluhan . Strategi komunikasi persuasive dapat dilakukan secara halus.

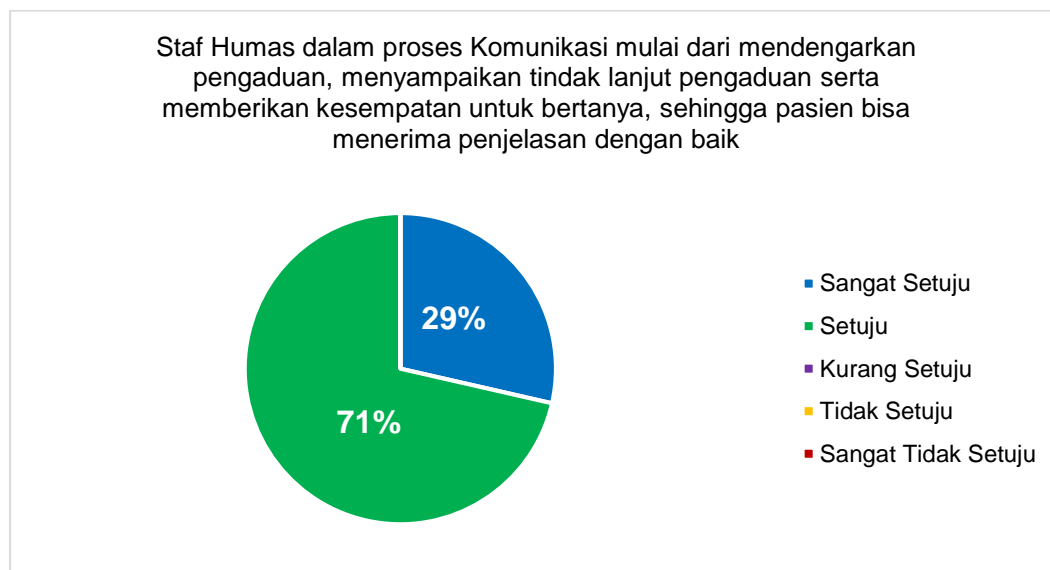
Dalam penelitian selanjutnya peneliti menyatakan “ Strategi komunikasi dilakukan dengan menguasai semua permasalahan secara verbal dan non verbal, Humas harus memahami karaterestik / peforma dari stakeholder rumah sakit.Humas lebih berkomunikasi dengan cara semakin memberikan feedback dan solusi sampai mengenal tingkat pemahaman.Untuk kemudian dilakukan strategi secara persuasive secara realita dan dikemas dengan baik .” Disini kelihatan bahwa strategi komunikasi persuasive harus dapat dikemas dengan fakta yang realita.

Humas melakukan komunikasi persuasif yakni komunikasi yang lebih halus mendekati diri kita dengan psikologis pelanggan . Cara tersebut menjadikan keluhan bukanlah sesuatu yang merugikan tapi akan menjadi suatu keberuntungan bagi rumah sakit . Dengan bertemu staf humas pelanggan tidak akan berbagi pengalaman dan curhat ke media social, ke orang lain atau kemana mana .

Pertemuan Staf Humas dengan pelanggan focus pada penanganan keluhan .Dengan adanya SPO Penanganan keluhan

staf humas tentu akan mengacu pada SPO tersebut. Berdasarkan SPO yang berlaku dengan penuh empati dan terbuka Dalam menangani keluhan pelanggan staf sangat memperhatikan SPO tersebut . Strategi komunikasi ini tentu harus dimulai melalui pendekatan strategi komunikasi persuasive berbicara tentang sisi positif rumah sakit yang didukung oleh data data yang tepat . Komunikasi dapat dilakukan berdasarkan data data , tindak lanjut keluhan pelanggan dijelaskan dengan data yang akurat, tepat sehingga pelanggan bisa memahami permasalahan yang dihadapinya menggunakan pendekatan strategi komunikasi yang mendekati petugas dan pelanggan.

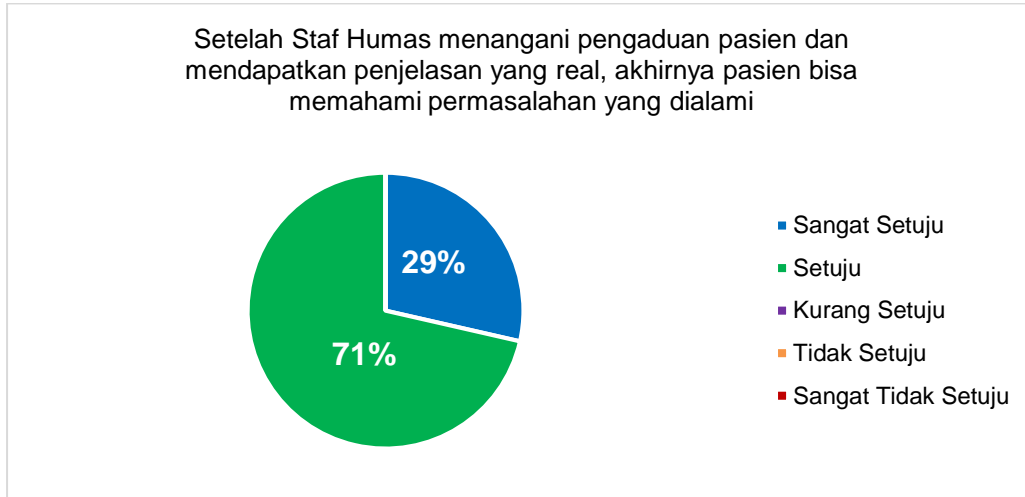
Berdasarkan hasil survey peneliti terhadap pelanggan yang keluhannya sudah diselesaikan oleh staf Humas diketahui bahwa strategi komunikasi staf humas mampu merubah mindset pelanggan yang mempunyai penilaian negatif terhadap RSUP Persahabatan menjadi positif , ini dapat dilihat dari pernyataan pelanggan bahwa dirinya akan menjadikan RSUP Persahabatan sebagai fasilitas layanan Kesehatannya, akan merekomendasikan kepada keluarga serta teman temannya untuk menjadikan RSUP Persahabatan sebagai fasilitas layanan kesehatan seperti kita lihat pada table berikut :



Grafik 1
Proses Komunikasi Staf Humas dalam Penanganan Keluhan

Dari table grafik 1 71 % pelanggan menyatakan setuju Staf Humas dalam proses Komunikasi mulai dari mendengarkan pengaduan, menyampaikan tindak lanjut

pengaduan serta memberikan kesempatan untuk bertanya, sehingga pasien bisa menerima penjelasan dengan baik dan 29 % menyatakan sangat setuju.



Grafik 2
Penanganan Pengaduan OLEH Staf Humas dan Pelanggan dapat memahami

Dari grafik 2 dapat diketahui bahwa 71 % responden menyatakan setuju setelah Staf Humas menangani pengaduan dari pelanggan dan mendapatkan penjelasan yang real, akhirnya pelanggan 4193ias memahami permasalahan yang dialaminya dan 29 %

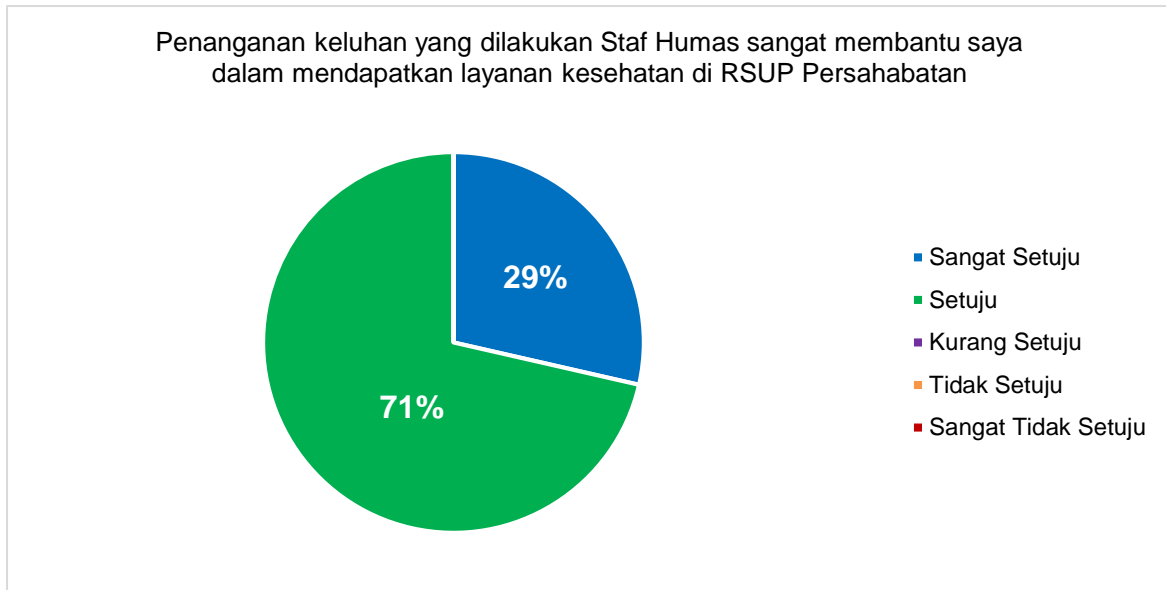
responden menyatakan sangat setuju setelah Staf Humas menangani pengaduan dari pelanggan dan mendapatkan penjelasan yang real, akhirnya pelanggan 4193ias memahami permasalahan yang dialaminya.



Grafik.3
Penjelasan Penaduan oleh Staf Humas

Dari grafik 3 dapat dilihat bahwa 71 % responden menyatakan setuju Staf Humas dapat menjelaskan dengan baik tindak lanjut

dari pengaduan pasien dan 29% menyatakan sangat setuju.

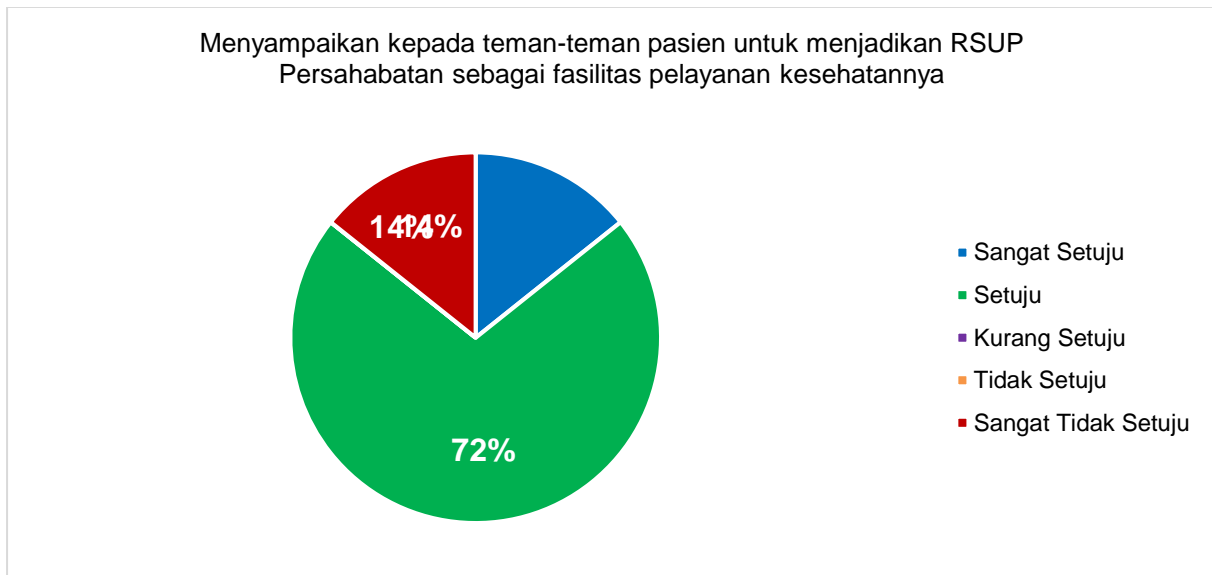


Grafik 4

Penanganan Pengaduan oleh staf Humas sangat membantu Pelanggan

Dari grafik 4 dapat dilihat 71 %responden menyatakan setuju Penanganan keluhan yang dilakukan Staf Humas sangat membantu saya

dalam mendapatkan layanan kesehatan di RSUP Persahabatadan 29 % menyatakan sangat setuju.



Grafik 5

Pelanggan mejadikan RSUP Persahabatan sebagai tempat pelayanan kesehatan

Dari grafik 5 dapat dilihat bahwa 72 % pelanggan setuju akan menjadikan RSUP Persahabatan sebagai fasilitas layanan kesehatan mereka, keluarga dan teman teman dan 14 % sangat tidak setuju dan 14 % tidak

sangat setuju akan menjadikan RSUP Persahabatan sebagai fasilitas layanan kesehatan mereka, keluarga dan teman teman. Hal ini membuktikan strategi komunikasi persuasive yang dilakukan staf

Humas mampu merubah mindset pasien dari yang awalnya complain akhirnya memberikan apresiasi dibuktikan dengan jawaban tetap menjadikan RSUP Persahabatan sebagai fasilitas layanan kesehatannya, keluarga dan teman temannya. Sedangkan pelanggan yang memberikan penilaian sangat tidak setuju bukan berarti pelanggan tersebut tidak setuju dengan penilaian tidak akan merekomendasikan layanan RSUP kepada keluarga dan teman teman tetapi pelanggan tersebut akan menceritakan pelayanan RSUP Persahabatan yang baik namun belum

KESIMPULAN

Strategi Komunikasi staf Humas dalam penanganan keluhan di Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan dilakukan dengan menggunakan strategi komunikasi Persuasif . Untuk melakukan strategi komunikasi dirancang beberapa tahapan yang dapat dijadikan pedoman dalam berkomunikasi. Staf Humas dalam menangani keluhan serta melaksanakan tahapan strategi komunikasi yaitu dimulai dari perencanaan komunikasi dengan menulis serangkaian kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk mencapai perubahan perilaku sesuai target yang diharapkan, Perencanaan komunikasi ini dapat dilakukan dengan memperhatikan POAC (Planning, organizing, action, Controlling) dan tentu juga harus dilakukan dengan melakukan evaluasi dari kegiatan yang telah dilakukan. Strategi komunikasi dengan perencanaan dalam penyampaian pesan dilakukan dengan memperhatikan berbagai unsur komunikasi seperti isi dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan akan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi dalam hal ini adalah strategi komunikasi sehingga tujuan komunikasi akan tercapai.

Saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan pesan dari staf humas kepada pelanggan dilakukan sebagai penerus pesan yang dapat membantu staf humas dalam menangani keluhan pelanggan. Saluran komunikasi yang peneliti jadikan penelitian adalah saluran komunikasi langsung yang disampaikan ke ruang pelayanan public, gazebo sahabat dengan membangun komunikasi yang efektif antara staf humas dan pelanggan serta kedua belah

merekomendasikan pelayanan yang dikomplain sampai ada perbaikan ,Pelanggan sebenarnya memberikan dukungan terhadap unit kerja yang memiliki kendala dalam memberikan pelayanan karena adanya keterbatasan sumber daya manusianya. Tetapi pelanggan meminta ke pada pimpinan RSUP Persahabatan dan pemerintah yang terkait dengan permasalahan sumber daya yang dihadapi salah satu unit pember layanan di RSUP Persahabatan.

pihak terjadi interaksi dengan saling merespon. Membangun fungsi komunikasi yang efektif baik internal maupun eksternal. , mengembangkan strategi komunikasi yang menyeluruh, menerapkan strategi komunikasi dan langkah terakhir setelah proses strategi komunikasi berlangsung maka dilakukan audit komunikasi terhadap pelaksanaan komunikasi dilapangan, melihat bagaimana efektivitas komunikasi dilapangan, dengan audit komunikasi terus dilakukan pengembangan ataupun perbaikan. Dari hasil penelitian peneliti diketahui bahwa 71 % responden menyatakan setuju setelah Staf Humas menangani pengaduan dari pelanggan dan mendapatkan penjelasan yang real, akhirnya pelanggan bisa memahami permasalahan yang dialaminya dan 29 % responden menyatakan sangat setuju setelah Staf Humas menangani pengaduan dari pelanggan dan mendapatkan penjelasan yang real, akhirnya pelanggan bisa memahami permasalahan yang dialaminya, 71 % responden menyatakan setuju Staf Humas dapat menjelaskan dengan baik tindak lanjut dari pengaduan pasien dan 29% menyatakan sangat setuju. Strategi komunikasi Persuasif dengan pendekatan teori komunikasi dari Yoseph A Devito Efektivitas Komunikasi interpersonal dengan menerapkan 6 unsur yaitu Keterbukaan (opening),Empati (Empathy),Dukungan (supportiveness),Rasa Positif (positiveness),Kesetaraan (equality) terbukti sangat membantu dalam penanganan keluhan pelanggan yang datang secara langsung ke ruang pelayanan public Humas RSUP Persahabatan, Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Hartoyo, R., & Sulistyowati, S. (2023). The Role Of The Legal Aid Post Is In Providing Legal Assistance To Disadvantaged People In Order To Obtain Justice In The Courts Of The Holy Land. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1599–1611. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25236>
- Mulyana, Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nurlela, N. (2023). Assitlungeng: Studi Tentang Nilai Solidaritas Masyarakat Nelayan Danau Tempe. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(2), 792–798. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i2.24844>
- Perdana, Y., Sumargono, S., Pratama, R. A., & Lestari, N. I. (2022). The Gait of Islamic Unions in the Political Stage of the National Movement. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 5(2), 269–275.
- Rangkuti, Freddy, (2005). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Rizal, A., & Susilahati, S. (2023). Implementation of the Jakarta Elderly Card Program in Meeting the Basic Needs of the Elderly. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(2), 596–605. <https://doi.org/10.24815/jr.v6i2.31545>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Syawal, I. (2023). KEKARAENGAN RUMBIA: Study of the Traditional Turatea Government System in Jeneponto. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(2).
- Wignjosasono, K. W. (2023). Implementation of the National Insight Values of Hamengku Buwana IX For Character Education. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(2), 653–666. <https://doi.org/10.24815/jr.v6i2.31574>
- Abdullah, Samri, Yuliasari ,Ika. *Komunikasi Politik Politisi Partai Politik (Studi Kasus Presentasi Diri Politisi Partai Golkar Pada Pemilu (2019)*. Akrab Juara : Jurnal Ilmu Ilmu Sosial.
- Riadi, Muchlisin. (2020). *Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan Hambatan)*.
- Cutlip, Scott M., Allen H Center dan Glen M Broom. (2009). *Effective Public Relations, edisi kesembilan. terjemahan Tri Wibowo, B.S., Jakarta : Kencana Preanada Media Group*.
- Khasali, Rhenald. (2005). *Manajemen Public Relations Konsep & Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Grafiti.
- Moleong, Lexy J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2009). *Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ngalimun, (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, Yogyakarta : Penerbit Pustaka Baru Press.
- Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Yuliana, Nina. (2014). *Media Relations*. Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu.
- Komala, Lukiata. (2009). *Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*, Bandung : Widya Padjajaran.
- Wahyuni Pudjiastuti, Tya Tirtasari , (2011). *Kurikulum berbasis Kompetensi Masyarakat*, Kementerian Pendidikan Nasional.
- DR. Narso, MM, M,Si , Drs Marno, M. Si Pengetahuan tentang Negosiasi, Lobby dan advokasi, Pusat Pendidikkan dan Pelatihan Pegawai Kementerian Komunikasi dan infornasi.