

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebuah organisasi dalam menjalankan kegiatannya tidak terlepas dari adanya komunikasi, baik komunikasi antar pegawai maupun antara pegawai dengan atasannya. Kegiatan akan berlangsung dengan baik dan lancar apabila adanya komunikasi yang baik dalam perusahaan tersebut. Sehingga komunikasi yang baik antara karyawan dan atasannya atau sesama pegawai sangat berguna dalam menunjang terciptanya suasana kondusif di dalam organisasi/ institusi tersebut.

Salah satu tantangan besar dalam pencapaian tujuan institusi/ perusahaan adalah komunikasi. Komunikasi dalam suatu institusi memegang peranan yang utama terhadap proses kelancaran penyampaian dan pertukaran pesan/informasi dari seluruh publik yang terkait dengan organisasi. Hal ini dikemukakan oleh schramm (dalam dwijdjowodjoto 2004: 14) yang menyatakan gagasan bahwa "tanpa komunikasi tidak akan ada pengaturan kerja, maka yang terjadi adalah ketidak teraturan. Apabila ditinjau dari segi proses pencapaian tujuan akan terlihat dengan jelas bahwa komunikasi yang efektif menunjukkan pengaruh yang sangat besar dan sangat menentukan."

Komunikasi tanpa disadari telah menjadi arti penting dalam kehidupan manusia. Untuk menghubungkan individu dengan individu lain agar saling

mengerti, saling mendorong dan saling melengkapi satu sama lain perlu adanya komunikasi. Proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang dimana isi informasi tersebut dapat menarik dan memikat pendapat umum (*opinion public*). Dalam kehidupan sehari-hari proses komunikasi merupakan penunjang adanya proses pertukaran dalam penyampaian informasi agar mendapatkan hubungan timbal balik (*feedback*) terhadap apa yang dikomunikasikan. Hal tersebut dimaksudkan untuk memelihara dan membina hubungan balik dengan khalayak yang berlandaskan saling pengertian.

Permasalahan yang kerap terjadi dalam suatu organisasi/ institusi adalah kurang efektifnya penyaluran komunikasi internal baik komunikasi horizontal maupun komunikasi vertikal didalam suatu organisasi. Hal ini dikarenakan dalam suatu organisasi terdapat proses yang dinamis, dimana hubungan antara manusia di dalamnya senantiasa berubah-ubah dan terkoordinasi. Hal ini erat kaitannya dengan fungsi komunikasi sebagai pengendali dalam suatu organisasi, yaitu pengendalian, memotivasi, mengekspresikan perasaan dan informasi. Tanpa komunikasi yang efektif, organisasi tidak akan beroperasi dengan baik.

Dalam institusi atau organisasi akan berpengaruh komunikasi vertikal terhadap interaksi dan kerjasama yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Orang-orang yang tergabung dalam institusi serta kedudukannya dalam sebuah struktur institusi, dituntut untuk bekerjasama dalam rangka mencapai tujuan institusi.

Antara pimpinan dengan bawahan, pimpinan dengan pimpinan ataupun kedudukannya sama harus dapat bekerjasama dan selalu berinteraksi dengan baik. Kerjasama dan interaksi yang terjadi, baik-tidak hasilnya akan sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang terjadi. Apakah tugas-tugas yang diberikan oleh pimpinan kepada bawahan telah dilakukan dengan baik atau tidak, tergantung pada bagaimana komunikasi atau pemberian instruksi itu dapat diterima dan dimengerti bawahan, sehingga bawahan dapat melaksanakan instruksi itu sesuai dengan semestinya. Suatu organisasi/ institusi, baik pemerintahan maupun perusahaan bisnis sama-sama membutuhkan peranan komunikasi dalam aktifitasnya guna mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya.

Pada lembaga perusahaan jasa yang lebih mengutamakan pelayanan terhadap masyarakat juga mengusahakan mencapai pendapatan untuk peningkatan pelayanan dan pembiayaan semua keperluan organisasi. Para pemimpin organisasi diharapkan untuk selalu memperhatikan bagaimana keadaan komunikasi kerja orang-orang yang dipimpinnya agar kegiatan perusahaan dapat terlaksana dengan baik.

Proses aliran informasi merupakan proses yang rumit sehingga membutuhkan mediator sebagai pihak yang menjembatani penyampaian informasi sehingga tidak terjadi kesalah pahaman antar anggota serta krisis informasi sesama anggota suatu organisasi/institusi. Oleh karena itu, diperlukan manajemen humas sebagai bagian dari kinerja humas itu sendiri yang berperan dalam menyalurkan dan mengelola informasi, sehingga terjalin penyampaian dan

pertukaran pesan/ informasi yang efektif didalam lingkungan organisasi guna menunjang keberhasilan dalam pencapaian tujuan institusi.

Humas sebagai mediator yang berada antara pimpinan institusi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai publik, mereka berhak mengetahui rencana kebijaksanaan, aktivitas, program kerja dan rencana-rencana usaha suatu organisasi berdasarkan keadaan, harapan-harapan dan sesuai dengan keinginan publik sasaran.

Kegiatan utama dari humas dalam mewakili *top management* suatu organisasi/institusi, merupakan bentuk kegiatan *two ways communication*, ciri khas dari fungsi dan peranan humas. Hal tersebut dikarenakan salah satu tugas humas ialah bertindak sebagai nara sumber informasi (*source of information*) dan merupakan saluran informasi (*channel of informations*). Menurut Ruslan (2005:87) bahwa:

”Intensitas komunikasi vertikal adalah seberapa jauh dan mendalamnya komunikasi vertikal yang terjadi dalam suatu organisasi. Dalam hal ini mencakup dua aspek yaitu kuantitas dan kualitas komunikasi. Dimana kuantitas komunikasi vertikal mencakup besarnya jumlah frekuensi dalam suatu organisasi. Dalam hal ini berkaitan dengan seberapa seringnya komunikasi dari atas ke bawah telah banyak dilakukan dan seberapa seringnya komunikasi dari bawah ke atas telah banyak dilakukan.”

Sedangkan kualitas komunikasi vertikal berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi komunikasi vertikal dengan kata lain seberapa mendalamnya komunikasi vertikal dilaksanakan dalam suatu institusi. Tak dapat dipungkiri, dalam birokrasi, humas memang tidak diberi keleluasaan untuk melaksanakan fungsi manajemennya. Humas pada beberapa lembaga pemerintahan ataupun yang bukan lebih cocok disebut sebagai *society relations*, yang hanya dapat menyampaikan sesuatu yang telah dibatasi karena bagaimanapun ada sosial *responsibility* yang melekat padanya.

Ada banyak faktor mengapa peran humas pemerintahan tidak berjalan optimal. Setidak-tidaknya ada dua faktor eksternal maupun internal yang mempengaruhi peran humas. Disatu pihak humas harus menyampaikan image positif institusi kepada publik, di lain pihak citra buruk birokrasi begitu mendalam terpatri di pikiran publik. Kondisi demikian membuat pimpinan lantas mengeliminasi peran humas sebagai "corong" kepada publik. Pimpinan khawatir, humas salah menyampaikan informasi atau mengakui aib pimpinan atau lembaganya.

Berangkat dari hal itu tak salah jika akibatnya, orang-orang humas tidak berani berbicara. Ketidak siapan SDM (Sumber Daya Manusia) humas pemerintah banyak terdapat di berbagai instansi salah satu contohnya adalah humas Rumah Sakit Mata Cicendo, humas dimasukkan dalam bagian instalasi pemasaran dan humas, Instalasi ini memiliki dua staf bagian yaitu humas dan pemasaran.

Sejatinya humas merupakan ”jembatan” dalam suatu organisasi baik itu swasta maupun pemerintahan. Akan tetapi pada Rumah Sakit Mata Cicendo, humas kurang mendapatkan ruang gerak dalam mengaplikasikan tugas dan fungsi humas dibidang internal, karena yang terjadi adalah humas hanya bertugas dalam membuat dokumentasi acara, protokoler dan klipng.

Rumah Sakit Mata Cicendo merupakan salah satu instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang pelaksanaan kesehatan pada kesehatan spesialisasi mata. Agar dengan mudah dapat bergerak sesuai dengan program pemerintah dibidang kesehatan mata maka di butuhkan dukungan dan kerjasama yang solid dari seluruh pegawai yang tergabung dalam Rumah Sakit Mata Cicendo.

Dengan keberadaannya sebagai salahsatu rumah sakit mata yang besar di Indonesia, tentu organisasi tersebut harus memiliki manajemen yang terorganisir secara baik. Khususnya manajemen Public Relations. Dimana menurut pengamatan penulis, kinerja pegawai yang profesional mampu memberikan image yang positif bagi publik dan membangun hubungan harmonis dengan internal perusahaan.

Profesionalisme kerja juga seharusnya diterapkan dalam bentuk hubungan komunikasi vertikal untuk kualitas *two ways communication* sekaligus membangun citra bagi organisasi/ institusi. Beberapa diantara arus komunikasi ke atas yang biasa adalah laporan, keluhan, gagasan, pendapat anggota yang disampaikan baik secara lisan maupun tertulis melalui media tertentu.

Kenyataannya komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo masih dapat dikatakan kurang efektif., karena tidak menerapkan profesionalisme berkomunikasi yang baik seperti yang di terapkan organisasi tersebut dalam kegiatan kerja. Pimpinan lebih mengarah ke otoriter, kurang memperhatikan aspirasi atau informasi dari anggota. Apa yang menjadi keinginan pimpinan kerap menjadi keputusan akhir tanpa merundingkan terlebih dahulu dengan staf humas. Hubungan internal ini dalam komunikasi vertikal tentunya tidak sejalan dengan peran rumah sakit yang pada pelayanan publik terbilang baik, dua sisi yang berlainan ini antara hubungan eksternal dan internal tidak menemukan sinkronisasi dari keduanya.

Demikian juga dalam membuat surat perintah, memo, kebijaksanaan selalu sesuai dengan keinginan pimpinan. Hal ini membuat para pegawai merasa canggung untuk menyampaikan aspirasi maupun informasi kepada pimpinan. Sejatinya, intensitas komunikasi sangat penting untuk diperhatikan dalam suatu organisasi, karena dengan intensitas komunikasi maka segala permasalahan yang timbul dalam suatu organisasi akan segera diatasi sehingga tujuan dari organisasi akan tercapai.

Namun yang menjadi pertanyaan adalah adakah selama ini peranan manajemen humas berjalan sesuai dengan program yang telah direncanakan? Apakah manajemen humas tersebut telah dapat berperan serta meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo?. Maka berdasarkan hal tersebut diatas, yang menjadi fokus penelitian penulis adalah “Bagaimana

Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Komunikasi Vertikal Di Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka pokok permasalahan dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perencanaan (*planing*) dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.
2. Bagaimana proses pengorganisasian (*organizing*) humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.
3. Bagaimana proses aktualisasi (*actuating*) humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.
4. Bagaimana proses kontrol (*controlling*) humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan mendasar dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses perencanaan (*planing*) humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.

2. Untuk mengetahui proses pengorganisasian (*organizing*) humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertical di Rumah Sakit Mata Cicendo.
3. Untuk mengetahui proses aktualisasi (*actuating*) dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertical di Rumah Sakit Mata Cicendo.
4. Untuk mengetahui proses kontrol (*controlling*) humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertical di Rumah Sakit Mata Cicendo

D. Kegunaan Penelitian

Dalam hal ini peneliti membagi kegunaan penelitian menjadi dua, yaitu:

a. Kegunaan Akademis :

1. Memberikan deskripsi dan referensi pengalaman pada mahasiswa komunikasi mengenai realita hubungan komunikasi vertikal di dalam suatu organisasi/ institusi.
2. Memberikan sumbangan pikiran mengenai arti penting manajemen humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal dalam mencapai tujuan institusi.
3. Dapat memberikan keterangan yang berguna bagi pengembangan studi tentang manajemen humas.

b. Kegunaan Praktis

1. Bagi Instansi Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung

Penelitian ini diharapkan dapat memudahkan Rumah Sakit Mata Cicendo untuk merumuskan teknik-teknik manajemen humas yang dapat menuju ke arah produk peningkatan kualitas komunikasi vertikal.

2. Bagi Instalasi Pemasaran dan Humas Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung

Sebagai evaluasi terhadap keefektifan manajemen humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.

3. Bagi Pimpinan Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung

Dari sudut pandang pimpinan dan anggota organisasi memberikan pemahaman pada fase menjaga kualitas komunikasi vertikal dengan konsep dua arah dengan demikian memenuhi pimpinan dan karyawan untuk saling menyatakan pendapatnya demi terciptanya *good communication* di Rumah Sakit Mata Cicendo.

F. Kerangka Berpikir

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang selalu dilakukan oleh manusia baik itu secara verbal dan non verbal, tanpa komunikasi manusia tidak bisa melaksanakan segala aktivitasnya karena komunikasi merupakan fitrah yang diberikan tuhan kepada makhluknya. Secara khusus pengertian komunikasi adalah proses berbagi makna melalui verbal non verbal. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. (Deddy Mulyana, 2005: 41)

Hakekat komunikasi dalam tindakannya dan peranannya yang digunakan dalam keseharian manusia mempunyai beberapa kerangka pemahaman sebagaimana yang dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Dedy Mulyana, yakni komunikasi sebagai satu arah, komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan secara searah dari seseorang atau lembaga kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya, baik secara langsung ataupun tidak langsung, komunikasi dianggap telah terjadi karena telah menyampaikan informasi/pesan dari pengirim ke penerima. Pemahaman ini menurut Michael Burgoon disebut definisi berorientasi sumber, definisi ini mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan dengan sengaja oleh seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon orang lain. Komunikasi yang efektif dalam proses satu arah ini bahwa semua proses komunikasi bersifat persuasif. Komunikasi sebagai interaksi, pandangan ini dihadapkan kepada sebab-akibat atau aksi-reaksi yang saling bergantian baik komunikasi yang sifatnya verbal dan non verbal, komunikasi ini lebih dinamis dibandingkan dengan komunikasi satu arah, namun dalam komunikasi dua arah ini masih menunjukkan perbedaan kepada pelaku pengirim dan penerima pesan. Efektivitas pesan dalam komunikasi pesan ini adanya timbal balik (*feed back*) yaitu pesan dapat efektif atau tidak berdasarkan timbal balik yang disampaikan baik yang di sengaja atau tidak. Komunikasi sebagai transaksi merupakan suatu proses personal karena makna yang kita peroleh adalah bersifat pribadi, dalam pandangan ini komunikasi bersifat dinamis dan dalam hal ini komunikasi sebagai transaksi, yang lebih sesuai

untuk komunikasi tatap muka yang memungkinkan pesan verbal dan nonverbal bisa diketahui secara langsung. Komunikasi transaksional efektif bila telah terjadi penafsiran perilaku orang lain, baik perilaku verbalnya dan non verbalnya. Seperti yang dikemukakan Burgoon, yang menekankan variabel yang berbeda, yakni penerima dan makna pesan bagi penerima, hanya saja penerimaan pesan itu juga berlangsung dua arah bukan satu arah.

Hubungan masyarakat pada hakikatnya merupakan bagian dari teknik kegiatan berkomunikasi (*technique of communications*) dengan ciri khas komunikasi dua arah (*two way traffic communication*) antara lembaga atau organisasi yang diwakilinya dengan publiknya atau sebaliknya (Rosadi Ruslan, 2000:19)

Salah satu dari fungsi humas di perusahaan menurut Kustadi Suhandang (2004:162). Sebagai salah satu unsur administrasi dari manajemen perusahaan, Public Relations berkewajiban melaksanakan kebijakan manajer perusahaan, terutama dalam bidang memperkenalkan produk atau jasa yang baru itu. Sedangkan dalam pihak dalam dari perusahaan itu Public Relations harus menjelaskan tujuan dari kebijakan itu, sehingga semua pihak merasa terpanggil dan mau menyukseskan program perusahaannya sesuai dengan apa yang diinginkan manajer.

Fungsi humas melekat pada manajemen, yang berarti bahwa humas melekat pada proses manajemen, yang berarti bahwa humas tidak mungkin dipisahkan dari manajemen. Eksistensi humas sebagai pelembagaan kegiatan komunikasi dalam

organisasi justru untuk menunjang upaya manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, demikian yang di tulis dalam bukunya Onong Uchjana, Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis.(2006:25)

Untuk mencapai tujuan manajemen dalam teori manajemen yang terkenal menggunakan tahapan-tahapan *Planing* (perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (penggantian), dan *controlling* (pengawasan), dan unsur yang terlibat disana secara bertahap dan berkesinambungan dikenal dengan rumus six M *Men* (manusia), *Matrealis* (bahan), *Machines* (mesin), *Methods* (metode), *Money* (Biaya), dan *market* (pasar). Untuk mencapai suatu tujuan melalui keempat tahap dan unsur manajemen akan di bilang berhasil bila di tunjang oleh kegiatan humas, kegiatan humas disini adalah khusus yang bersangkutan dengan komunikasi.

Dari beberapa pendapat mengatakan bahwa humas merupakan bagian dari fungsi manajemen, dalam melaksanakan fungsi manajemen tersebut seorang humas harus cakap dalam mengelola kebijakan atau tujuan perusahaan dengan agenda-agenda atau program-program kehumasan untuk terbinanya komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publik internal dan eksternal.

Proses komunikasi yang dilakukan manajemen humas tidak terlepas dari ruang lingkup organisasi atau perusahaan. Organisasi menurut Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas. Robert

Bonnington dalam buku *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang, demikian yang di tulis Andi Prakosa dalam blognya (adiprakosa.blogspot.com)

Hubungan antara komunikasi dan organisasi terletak pada titik fokus unsur yang berada di dalam organisasi yaitu manusia, hubungan komunikasi manusia dalam organisasi memiliki metode dan tehknik apa yang digunakan, ini menjadi bahan telaah konsep apa yang dijadikan pola komunikasi dalam organisasi.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005).(<http://manajemenkomunikasi.blogspot.com>). Komunikasi formal merupakan komunikasi yang di sepakati oleh organisasi yang bertujuan untuk kepentingan organisasi dan bersifat resmi, bentuk dari komunikasi formal ini bisa berupa kebijakan, memo, jumpa pers, dan surat-surat yang dikeluarkan oleh organisasi. Komunikasi informal ini kebalikan dari komunikasi formal, komunikasi ini muncul dari kesepakatan sosial atau kultural dari masing-masing individu untuk kepentingan pihak individu itu sendiri dan bersifat tidak resmi.

Organisasi tidak tertata dengan baik ketika tidak ada fungsi manajemen sebagai tata kerja dan pembagaian wewenang dalam organisasi, seperti yang di tulis oleh Rosady Ruslan dalam bukunya *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi* (2005:89), organisasi yang merupakan kerangka kerja (*frame of*

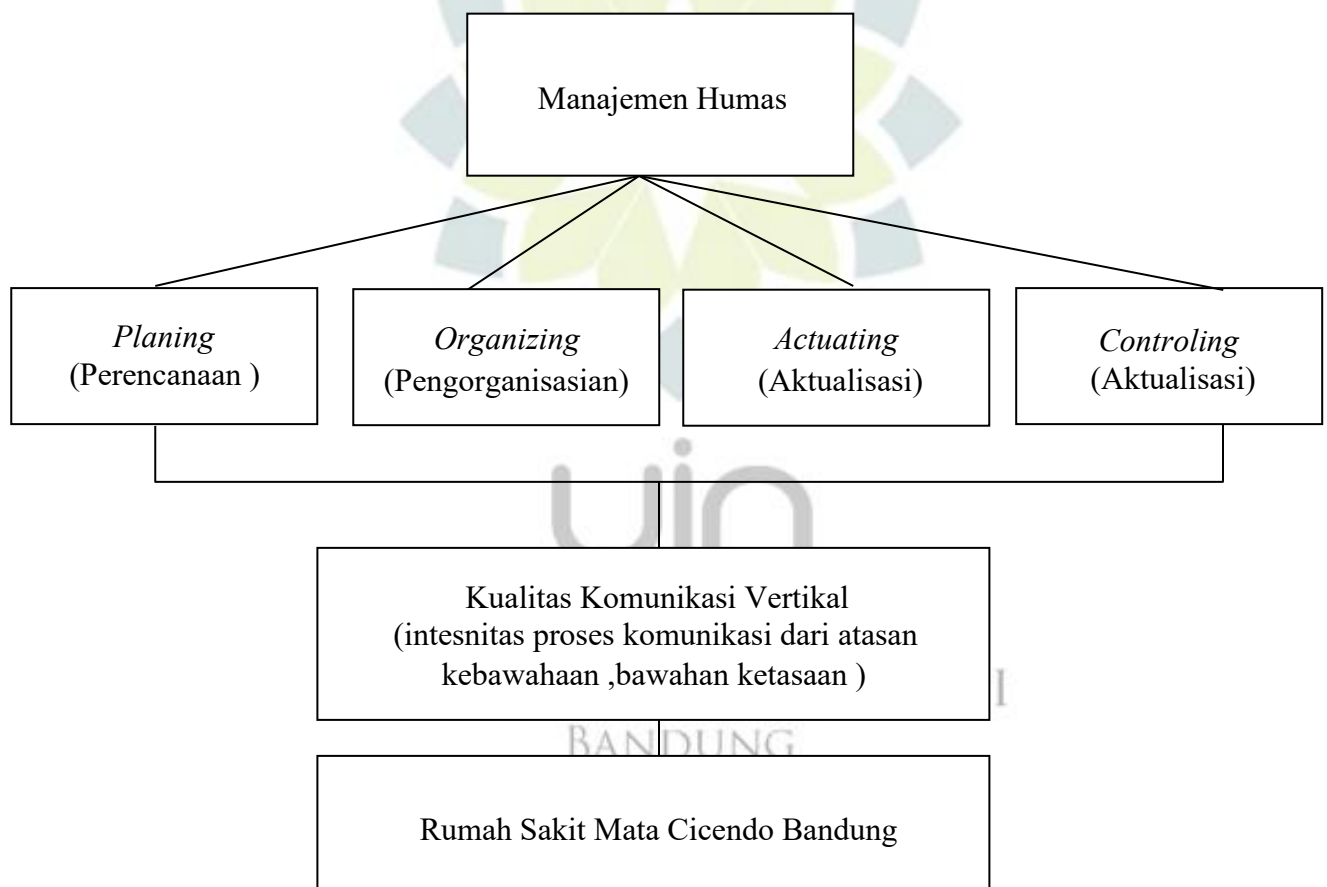
work) dari suatu manajemen adalah suatu yang menunjukkan adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas antara pimpinan dan bawahan dalam suatu sistem manajemen modern. Dengan demikian peran manajemen yang disini adalah seorang humas dalam mengelola sebuah organisasi diperlukan manajemen komunikasi. Menurut G.R. Tery (1927); (dalam Ruslan, 2006:90) *management is a communication*, yaitu adalah hal penyampaian intruksi di satu pihak, dan pelaksanaan kewajiban di pihak lain. Dengan kata lain manajemen komunikasi adalah alat, bukan dari tujuan suatu organisasi.

Salah satu rumah sakit mata di Jawa Barat bahkan di Indonesia yang memang telah diakui ditegah-tengah masyarakat sebagai rumah sakit mata yang mengedepankan pelayanan dan kepuasan terhadap publik yang berbasis dengan standar dunia adalah Rumah Sakit Mata Cicendo.

Perkembangan Rumah Sakit Mata Cicendo yang berdiri dari sejak tahun 1909 sampai dengan sekarang mengalami beberapa perubahan dari bentuk pelayanan rumah sakit, dari menjadi rumah sakit umum pada zaman Jepang dan berubah kembali menjadi rumah sakit khusus mata sampai dengan sekarang. Pelayanan dan kepuasan publik terus dibenahi dan ditingkatkan oleh Rumah Sakit Mata Cicendo baik itu secara internal dari mulai pembenahan secara manajemen sampai pengadaan tenaga professional dan pengadaan alat yang menunjang bagi pelayanan pasien.

Kedudukan Rumah Sakit Mata Cicendo sesuai dengan surat Menteri Kesehatan No.045/Pper/I/2007 tanggal 15 Januari 2007 Rumah Sakit Mata

Cicendo ditetapkan sebagai rumah sakit khusus kelas A Selanjutnya sesuai Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 045/Per/I/2007 tanggal 15 Januari 2007 Rumah Sakit Mata Cicendo ditetapkan sebagai RumahSakit Khusus Kelas A Pendidikan serta sesuai Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. 276 /RMK05/VI/2007 Rumah Sakit Mata Cicendo ditetapkan menjadi Instansi Pemerintah yang menerapkan Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum yang merupakan Rumah Sakit Pendidikan afiliasi dengan Fakultas Kedokteran Universitas Padjadjaran.



Bagan oprasional kerangka pemikiran

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan secara langsung di Rumah Sakit Mata Cicendo, yang bertempat di Jl. Cicendo No. 4 Bandung. Dengan alasan dilokasi tersebut aktivitas Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap kepedulian kepada kesehatan mata sangat diprioritaskan, spesialisasi ini yang menjadi fokus Rumah Sakit Mata Cicendo. Disamping itu dengan pertimbangan sumber data yang berhubungan dengan masalah itu tersedia dan dapat diperoleh secara langsung.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode deskriptif. Yaitu penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa (Jalaludin Rakhmat, 2007:24).

Data yang dikumpulkan berupa kata – kata, gambar, dan bukan angka – angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan – kutipan data untuk member gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto – foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. (Moleong, 2002: 6).

Metode ini dipilih karena bertujuan untuk menjawab masalah yang actual berkaitan dengan manajemen humas dalam meningkatkan komunikasi hubungan vertical di Rumah Sakit Mata Cicendo. Prosesnya adalah mengumpulkan data dan fakta sesuai yang dibutuhkan. Dengan metode ini diharapkan dapat mengetahui

manajemen humas tentang meningkatkan komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.

3. Jenis Data

Sesuai perumusan masalah diatas, maka jenis data yang di butuhkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang berupa kata-kata tertulis dan lisan orang-orang yang diamati atau perilaku dari orang-orang yang diamati. Adapun jenis data yang akan di himpun dan diolah serta dianalisis berupa :

1. Data mengenai proses perencanaan (*planing*) dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo
2. Data mengenai proses pengorganisasian (*organizing*) humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.
3. Data mengenai proses aktualisasi (*actuating*) humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.
4. Data mengenai proses kontrol (*controlling*) humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo.

4. Sumber Data

Sumber data bagi penelitian ini merupakan subjek dari mana data dimabil. Suharismi Arikunto (2006:129) mengatakan bahawa sumber data bisa berupa

responden, benda bergerak, atau proses sesuatu, buku-buku, majalah, atau dokumentasi.

Sumber data terdiri dari:

- a. Sumber data primer, yaitu sumber data yang berkaitan langsung dengan materi permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah sumber yang langsung memberikan data yaitu pihak kepala pimpinan Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung, Instalasi Humas dan Pemasaran Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung, serta beberapa karyawan yang berada di Rumah Sakit Mata Cicendo.
- b. Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang berhubungan dengan materi permasalahan yang dibahas, yang bersifat sebagai data pendukung di dalam pembahasan materi yang meliputi dokumen – dokumen resmi, dan literatur – literatur yang didapat dari bagian Instalasi Humas dan Pemasaran Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung, seperti buku – buku tentang kehumasan, kliping, bulletin, arsip, media online, dan lainnya yang mendukung untuk dijadikan sumber data sekunder di Rumah Sakit Mata Cicendo.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah berikut:

- a. Peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang diucapkan dan berpartisipasi dalam aktivitas yang diteliti. (Moleong, 2010:

164). Observasi memberikan kesempatan untuk mendapatkan data secara otentik, terutama mengenai perilaku yang sifatnya pribadi. Dengan observasi, peneliti langsung terjun ke lapangan dan mengamati aktivitas manajemen Humas dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.

- b. Wawancara, teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin dan terstruktur. Wawancara bebas terpimpin adalah dimana penulis secara bebas tetapi tidak terlepas dari pokok permasalahan mengajukan pertanyaan kepada sumber data. wawancara bebas terpimpin ini di tujunkan kepada pimpinan, manajemen humas dan karyawan. Adapun wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dari pertanyaan – pertanyaan yang akan diajukan. (Moleong, 2002: 138). Wawancara merupakan proses dialog antara peneliti dan objek peneliti, yaitu tujuannya mendapatkan informasi langsung dari narasumber atau responden. Wawancara dalam pengumpulan data sangat berguna untuk mendapatkan data dari orang pertama, menjadi pelengkap terhadap data yang dikumpulkan melalui alat lain. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada Kepala Instalasi Humas dan Pemasaran beserta jajarannya. Wawancara ini dilakukan untuk menghimpun data-data mengenai berbagai langkah manajemen yang dilakukan oleh *manajemen humas* dalam meningkatkan kualitas komunikasi vertikal di Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.

- c. Studi dokumentasi, dengan teknik ini penulis akan mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data, tentang peran manajemen humas. dokumen bisa berbentuk dokumen public data dokumen privat.

6. Analisis Data

Analisis dari data kualitatif secara khas adalah suatu proses yang interaktif dan aktif. Peneliti akan sering membaca data naratif secara berulang – ulang dalam mencari arti dan pemahaman – pemahaman lebih dalam.

Analisa pada dasarnya adalah cara membagi – bagi suatu objek ke dalam komponen – komponennya. Analisa atas sebuah objek dapat dilakukan apabila objek itu memiliki sebuah struktur, yang terdiri dari sejumlah komponen. Sebuah komponen dapat diidentifikasi oleh peneliti, kalau komponen itu memiliki fungsi tertentu terhadap seluruh konstruksi itu. Analisis juga dilakukan untuk menemukan makna dari data yang ditemukan untuk memberikan penafsiran yang dapat diterima akal sehat dalam konteks masalahnya secara keseluruhan. Untuk itu karena berupa penelitian kualitatif, menurut lexi J. Moleong, maka langkah – langkah yang ditempuh dalam menganalisis datanya adalah melalui pemrosesan, kategori, dan penafsiran data.

Noeng Muhajir menguraikan secara rinci mengenai langkah – langkah analisis sebagai berikut:

1. Reduksi data yaitu memilih dan memilah data disesuaikan dengan bahasan penelitian.
2. Katagorisasi data yaitu dalam tahap ini data – data disusun berdasarkan pada rumusan masalah.
3. Penafsiran data yaitu pada tahap ini data yang ada kemudian diinterpretasikan melalui analisis dengan cara induktif, deduktif berdasarkan teori – teori etika komunikasi.

Penarikan kesimpulan yaitu merupakan tahapan akhir dalam menentukan penelitian terhadap data – data yang telah ditemukan, dibahas, dan dianalisa selama penelitian.





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG