



PERAN *PUBLIC RELATION* TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI RUMAH SAKIT UMUM PUSAT
DR. TADJUDDIN CHALID MAKASSAR

Momen Amalia¹, Fadila Iin²

^{1,2}Universitas Megarezky Makassar

*E-mail: Momen.amalia@gmail.com

Public Health and Medicine Journal (PAMA)
Februari 2026. Vol 4(1), 13-22
Issn : 2987-0054
Reprints and permission
<http://>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh peran *Public Relations* (PR) terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar. Peran PR yang dikaji meliputi kompetensi, komunikasi, strategi, dan *job description*. Desain penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *cross-sectional* serta didukung data kualitatif melalui wawancara mendalam. Sampel penelitian sebanyak 110 responden pasien rawat inap yang dipilih secara purposive. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner, lembar observasi, dan wawancara. Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat menggunakan uji *chi-square* dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien terhadap kompetensi PR sebesar 54,5%, komunikasi 45,5%, strategi 53,6%, dan *job description* 54,5%. Sementara itu, kepuasan pasien secara umum sebesar 56,4%. Uji statistik menunjukkan nilai p untuk variabel kompetensi ($p=0,21$), komunikasi ($p=0,10$), strategi ($p=0,06$), dan *job description* ($p=0,75$), yang seluruhnya $>0,05$. Hal ini mengindikasikan tidak terdapat pengaruh signifikan antara peran PR terhadap kepuasan pasien. Kesimpulan penelitian ini adalah peran PR di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid belum berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Disarankan peningkatan kapasitas SDM PR, penguatan strategi komunikasi berbasis digital, serta evaluasi rutin kinerja PR untuk mendukung peningkatan mutu pelayanan rumah sakit.

Kata kunci: *Public Relation*, Kepuasan Pasien, Rumah Sakit, Strategi Komunikasi

PENDAHULUAN

Rumah sakit adalah bagian penting dari system sosial dan kesehatan, menurut WHO (*World Health Organization*). WHO menyatakan bahwa rumah sakit memberikan layanan komprehensif, penyembuhan penyakit, dan pencegahan penyakit. Rumah sakit juga berfungsi sebagai tempat pelatihan tenaga kesehatan dan penelitian medis. Rumah sakit didefinisikan menurut Undang-Undang No. 44 Tahun 2009 tentang rumah sakit sebagai institusi pelayanan kesehatan yang memberikan layanan kesehatan kepada individu secara keseluruhan, termasuk rawat jalan, gawat darurat, dan rawat inap (Sarlia, 2021).

Untuk mencapai kepuasan pasien yang dirawat, pelayanan kesehatan menjadi tonggak utama produktivitas. Faktor-faktor yang menentukan kepuasan pasien dapat dilihat dari produk dan layanan rumah sakit. Pelayanan rawat jalan adalah salah satu jenis pelayanan kesehatan di rumah sakit yang sangat penting untuk penyelenggaraan pelayanan kesehatan karena memungkinkan pasien untuk memasuki rawat inap dan memenuhi keinginan dan kebutuhan pasien. Kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang memenuhi keinginan dan kebutuhan pasien Sumadi et al, (2021).

Untuk meningkatkan kepuasan pasien dan citra institusi, rumah sakit harus memberikan layanan informasi yang baik kepada pasien. Dalam mengelola komunikasi antara rumah sakit dan masyarakat umum, *Public Relations Officer* (PRO) bertanggung jawab secara straregis. Organisasi atau perusahaan memerlukan fungsi humas yang berjalan dengan baik meskipun prinsi-prinsip humas berlaku untuk semua jenis perusahaan atau organisasi, pekerjaan atau tanggung jawab praktisi humas dapat berbeda tergantung pada situasi dan jenis organisasi atau

perusahaan. Organisasi atau perusahaan terbagi menjadi dua kategori berdasarkan tujuan mereka diantaranya organisasi profitable dan nonprofitable (Chairunnisak, 2025).

Rumah sakit sangat penting bagi masyarakat karena kesehatan sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai institusi kesehatan yang memberikan layanan medis kepada masyarakat, rumah sakit harus memberikan layanan medis berkualitas sehingga sesuai standar yang ditetapkan dan memiliki kemampuan untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat (Chairunnisak, 2025).

Kepuasan pasien yang bergantung pada proses komunikasi adalah salah satu indikator keberhasilan pelayanan kesehatan di rumah sakit yang mempengaruhi reputasi lembaga. Komunikasi terjadi antara manajemen dan karyawan. Dengan kata lain, dalam suatu perusahaan ada dua komponen komunikasi. Pertama adalah komunikasi manajemen (*managent communication*) atau komunikasi perusahaan (*Organizational Communication*), dan yang kedua adalah komunikasi antarmanusia (*humas relations communication*) (Citra, 2019).

Hasil observasi langsung dari pengambilan data awal di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar menunjukkan bahwa jumlah pasien rawat jalan sebanyak 229.390.000 pada tahun 2022, sebanyak 295.303.000 pada tahun 2023, dan 271.454.000 pada tahun 2024, selanjutnya bulan Januari – Maret kunjungan rawat inap sebanyak 3.149.000 tahun 2025. Dalam tiga tahun terakhir jumlah keluhan pasien yang paling banyak ditemukan melalui media *Scan Barcode QR* menunjukkan bahwa banyak pasien mengeluh tentang beberapa hal, seperti waktu tunggu yang lama, kunjungan dokter yang tidak sesuai, sikap petugas dalam memberikan layanan, dan prasarana yang tidak sesuai, yang dapat mengurangi kepuasan pasien terhadap rumah sakit dan menyebabkan pasien tidak loyal kembali ke rumah sakit.

Pengelola rumah sakit harus berhati-hati dalam memberikan layanan mereka karena keluhan pasien membuat mereka harus hati-hati dalam menangani keluhan pelanggan. Jika rumah sakit tidak menangani keluhan pelanggan dengan tepat, keburukan rumah sakit dapat dengan mudah berkembang di antara mereka, yang sangat merugikan rumah sakit. Dimana *public relations* berfungsi sebagai jembatan antara organisasi dan masyarakat untuk berkomunikasi, mereka harus memiliki sifat dan sikap yang baik agar mendapat kepercayaan publik, sehingga organisasi dan masyarakat menjadi harmonis menurut Nugroho & Yonasi dalam Paramita et al, (2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Sulung et al. pada tahun 2022 dengan judul "Implementasi *Public Relations* dalam meningkatkan pelayanan informasi Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Tengku Sulung Kabupaten Indragiri Hilir" menunjukkan bahwa rumah sakit Umum Daerah (RSUD) Tengku Sulung menciptakan kepercayaan dengan berkomunikasi dengan masyarakat. Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Tengku Sulung memberikan informasi kepada masyarakat melalui interaksi dan komunikasi yang baik dan jelas. Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Tengku Sulung juga melakukan sosialisasi, terutama tentang pengobatan gratis. PR RSUD Tengku Sulung menggunakan media sosial sebagai alternatif untuk memberikan informasi kepada pasien dan masyarakat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hasan GEDDK, 2017) dengan judul "Strategi *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Organisasi", *public relations* rumah sakit Royal Surabaya menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan

citranya. Strategi-strategi tersebut meliputi program, *corporate social responsibility*, peningkatan kualitas pelayanan, siaran kesehatan di televisi dan radio, iklan di media cetak, kunjungan ke institusi atau perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *mixed methods* studi ini menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif, dengan tujuan mengukur dan menganalisis hubungan antara variabel dan memprediksi perilaku, untuk menentukan pengaruh antara peran *public relations* terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid di Makassar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan umur pasien di rawat inap RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar sebagai berikut:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin

Karakteristik	n	%
Umur Responden		
15-35	39	35,5
36-45	22	20,0
46-80	49	44,5
Total	110	100,0
Jenis Kelamin		
Laki-laki	28	25,5
Perempuan	82	74,5
Total	110	100,0

Pada Tabel 4.1 didapatkan bahwa responden didominasi oleh umur 46-80 tahun sebanyak 49 orang dengan persentase 44.5%. Selanjutnya umur 15-35 tahun sebanyak 39 orang dengan persentase 35.5% dan umur 36-45 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 20.0%. Semakin cukup usia seseorang maka semakin matang

dalam berpikir dan bertindak serta memberikan tanggapan. Selanjutnya responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 82 orang dengan persentase 74.5% dan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 28 orang dengan persentase 25.5%. sebagian besar pasien di ruang rawat inap di dominasi oleh perempuan dimana perempuan cenderung mengalami berbagai kondisi kesehatan.

2. Analisis Univariat

a. Kepuasan Pasien

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Kepuasan Pasien di RSUP
Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

Kepuasan Pasien	(f)	(%)
Puas	62	56,4%
Tidak Puas	48	43,6%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari total responden yang jumlahnya sebanyak dikategorikan puas dengan persentase 56,4%, sedangkan yang tidak puas sebanyak 48 orang dengan persentase 43.

b. Kompetensi Public Relations

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi Kompetensi *Public Relations*
di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

Kepuasan PR	(f)	(%)
Baik	60	54,5%
Tidak Baik	50	45,5%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari total responden yang jumlahnya sebanyak 110 responden, sebanyak 60 orang dikategorikan baik dengan persentase 54,5%, sedangkan yang tidak baik sebanyak 50 orang dengan persentase 45,5%

c. Komunikasi Public Relation

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Komunikasi *Public Relations* di RSUP
Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

Kepuasan PR	(f)	(%)
Baik	50	45,5%
Tidak Baik	60	54,5%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa total responden yang jumlahnya sebanyak 110 responden, sebanyak 50 orang dikategorikan baik dengan persentase 45,5%, sedangkan yang tidak baik sebanyak 60 orang dengan persentase 54,5%.

d. Kompetensi Public Relation

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Strategi *Public Relations*
di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

Strategi PR	(f)	(%)
Baik	59	53,6%
Tidak Baik	51	46,4%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari total responden yang jumlahnya sebanyak 110 responden, sebanyak 59 orang dikategorikan baik dengan persentase 53,6%, sedangkan yang tidak baik sebanyak 51 orang dengan persentase 46,4%.

e. *Job Descriptions Public Relations*

Job Descriptions	(f)	(%)
PR		
Baik	60	54,5%
Tidak Baik	50	45,5%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari total responden yang jumlahnya 110 responden, sebanyak 60 orang dikategorikan baik dengan persentase 54,5%, sedangkan yang tidak baik sebanyak 50 orang dengan persentase 45,5%.

3. *Analisi Bivariat*a. *Pengaruh Kompetensi Public Relations terhadap Kepuasan Pasien di RSUP DR. Tadjuddin Chalid Makassar*

Tabel 4.7

Signifikansi Pengaruh Kompetensi *Public Relations* terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

Kompetensi	Kepuasan Pasien		P Value
	Puas	Tidak Puas	
	n	n	n
PR	%	%	%
Baik	37	23	60
	33.6	20.9	54.5
Kurang	25	25	50
Baik	22.7	22.7	45.5
Total	62	48	110
	56.4	43.6	100.0

Berdasarkan tabel 4.7 signifikansi pengaruh kompetensi *public relations* terhadap kepuasan pasien rawat inap RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar menunjukkan bahwa dari 110 responden terdapat 37 orang (33.6%) memiliki kategori kompetensi PR baik dan puas. Kategori kompetensi PR baik dan tidak puas sebanyak 23 orang (20.9%). Selanjutnya kategori kurang baik tetapi puas sebanyak 25 orang (22.7%), sementara kategori kurang baik dan tidak puas sebanyak 25 orang (22.7%). Berdasarkan hasil uji statistic menggunakan uji *chi square* diperoleh nilai $p=0,21$ hal ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Pertanyaan informan terkait Kompetensi *Public Relations* sebagai berikut :

“memang di rumah sakit ini pelatihan PR pernah diadakan kayanya itu di tahun 2021 pernah ada ehh 2022 kalau ndak salah”

(HY, 38 Tahun)

“memang kami biasa ada ya untuk pelatihan PR, bagaimana itu komunikasi yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pasien dan itu pelatihannya untuk semua pegawai terutama di bagian pelayanan”.

Pernyataan dari pertanyaan kedua informan biasa sebagai berikut :

“Biasanya kita terkendala oleh pelayanan misalnya rawat jalan dimana pasien harus diberi pemahaman bagaimana perawatan di rawat jalan mulai dari pendaftaran dan sabar menunggu semisal ada pasien yang merasa prosesnya begitu lama car akita mengatai tetap memberikan edukasi dengan cara yang sopan”.

(SP, 30 Tahun)

Adapun pernyataan dari informan kunci sebagai berikut :

“Kadang-kadang mereka itu diluar daripada ini diluar kemampuan kita apa lagi klau terkait doktermi yang dia permasalahan biasanya sih dokter yang visitenya terlambat kemudian fasilitas kalau fasilitaskan memang

biasanya tergantung anggaran Dimana fasilitas ada masalah dan butuh dana itu biasanya tidak langsung di tindak lanjuti”

(MY, 54 Tahun)

b. Pengaruh Komunikasi Public Relations Terhadap Kepuasan Pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chlid Makassar

Tabel 4.8

Signifikansi Pengaruh Komunikasi Public Relations Terhadap Kepuasan Pasien Di RSUD Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

	Kepuasan Pasien			P Value
	Puas	Tidak Puas	Total	
Kompetensi	n	n	n	1.10
PR	%	%	%	
Baik	24	22	50	
	21.8	23.6	45.5	
Kurang	38	22	60	
Baik	34.8	20.0	54.5	
Total	62	48	110	
	56.4	43.6	100.0	

Berdasarkan tabel 4.8 signifikansi pengaruh komunikasi PR terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar menunjukkan bahwa dari 110 responden, terdapat 24 orang (21.8%) memiliki kategori komunikasi PR baik dan puas. Kategori komperensi PR baik dan tidak puas sebanyak 26 orang (23.6). Selanjutnya kategori kurang baik tetapi puas sebanyak 38 orang (34.5%), sementara kategori kurang baik dan tidak puas sebanyak 22 orang (20.0%). Berdasarkan hasil uji statistic menggunakan uji *chi square* diperoleh nilai $p= 0.10$ hal ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Berikut ini merupakan

kutipan hasil wawancara yang menggambarkan praktik komunikasi PR di rumah sakit:

“Kalau sebelum pelayanan itu ada CS yang membantu pasien poli terus juga pasien lewat pendaftaran online jadi mereka jadi garda terdepan istilahnya, kalau terkait sesudah pelayanan koplain contohnya di rawat inap setelah tidak terhendel di serahkan kepada humas nanti humas menggali informasi kita harus konformasi ke petugas kami jadi kami lebih kepada bagaimana kami mengedukasi pasien sampai mereka paham kejadian yang sebenarnya”.

(HY, 38 Tahun)

“Dalam memberikan pelayanan itu pasti kita punya yang Namanya kekurangan apa lagi untuk memberikan pelayanan dari kami itu punya kuesioner kami bagikan kepada pasien jika selama kami pelayanan tidak memberikan yang terbaik tetapi sebisa mungkin kami selalu berikan yang terbaik dengan cara kami berikan kuesioner kemudian pasien mengisi jika pasien merasa tidak puas pasien bisa menuliskan apa saja yang harus kami perbaiki”.

(SP, 30 Tahun)

c. Pengaruh strategi public relations terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

Tabel 4.9

Signifikansi Pengaruh Strategi Public Relations Terhadap Kepuasan Pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

	Kepuasan Pasien			P Value
	Puas	Tidak Puas	Total	
Kompetensi	n	n	n	0.06
PR	%	%	%	
Baik	38	26	50	
	34.5	23.6	45.5	
Kurang	24	27	51	
Baik	21.8	24.5	46.4	

Total	62	48	110
	56.4	43.6	100.0

Berdasarkan tabel 4.9 signifikansi pengaruh strategi PR terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar menunjukkan bahwa dari 110 responden, terdapat 38 orang (34.5%) memiliki kategori komunikasi PR baik dan puas. Kategori komperensi PR baik dan tidak puas sebanyak 21 orang (19.1%). Selanjutnya kategori kurang baik tetapi puas sebanyak 24 orang (21.8%), sementara kategori kurang baik dan tidak puas sebanyak 27 orang (24.5%). Berdasarkan hasil uji statistic menggunakan uji *chi square* diperoleh nilai $p=$

0.06 hal ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Berikut merupakan kutipan hasil wawancara yang menggambarkan pelaksanaan strategi PR di rumah sakit: “Untuk penanganan complain kita ada SOP yang menggambarkan bagaimana prosedur complain yang masuk kepada siapa kita harus berkoordinasi selain itu kita edukasi Kembali pasien karena biasanya dek pasien complain karena mereka kurang paham informasi terkait jadwal visite dokter dll”.

(HY, 38 Tahun)

“Program dari RS terkhusus PR kami menyediakan sarana kepada pasien yang ingin complain itu kami punya satu ruangan setelah itu kami dafri humas akan melakukan evaluassi terkait kendala tersebut tempatnya kami baru pusatkan di lt 2 gedung lili”

(SP, 30 Tahun)

d. Pengaruh *Job descriptions public relations* terhadap kepuasan pasien di ruang rawat inap RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

Tabel 4.10

Signifikansi Pengaruh *Job Descriptions Public Relations* Terhadap Kepuasan Pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar

Kepuasan Pasien			P
			Value
	Puas	Tidak Puas	Total
Kompetensi PR	n	n	n
	%	%	%
Baik	38	26	50
	34.5	23.6	45.5
Kurang Baik	24	27	51
	21.8	24.5	46.4
Total	62	48	110
	56.4	43.6	100.0

0.06

Berdasarkan tabel 4.10 signifikansi pengaruh *job descriptions* PR terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar menunjukkan bahwa dari 110 responden, terdapat 33 orang (30.0%) memiliki kategori komunikasi PR baik dan puas. Kategori *job descriptions* PR baik dan tidak puas sebanyak 27 orang (24.5%). Selanjutnya kategori kurang baik tetapi puas sebanyak 29 orang (26.4%), sementara kategori kurang baik dan tidak puas sebanyak 21 orang (19.1%). Berdasarkan hasil uji statistic menggunakan uji *chi square* diperoleh nilai $p= 0.75$ hal ini nerarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara yang menggambarkan pelaksanaan *job description* PR di rumah sakit:

“Kita itu ada tuntunan SKP dari situ mereka sdh ditetapkan apa targetnya dalam setahun apa yang harus mereka capai terus setiap bulanya itu ada penilaian indicator kinerja untuk melihat berapa sih target yang dicapai setiap bulan itu yang menjadi dasar penilaian pimpinan”.

(SP, 30 Tahun)

Adapun pernyataan dari informan kunci sebagai berikut :

“Oohh kan kita itu humas ada beberapa item yang dilaporkan ada di SKP di situ ada daftar pekerjaan mereka dan itu ada nilainya setiap bulan kalau tidak tercapai pendapatannya berkurang jadi petugas itu terikat, targetnya 100% perbulan kalau ini tidak tercapai dia punya jasa itu berkurang bagaimana caranya ya dimassukan dalam kegiatan harian”.

(MY, 54 Tahun)

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti bahwa pernyataan informan dapat dijelaskan bahwa RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar pernah melaksanakan pelatihan PR yang berfokus pada peningkatan kemampuan komunikasi, khususnya dalam hal kesopanan dan etika berinteraksi dengan pasien. Pelatihan ini terutama ditujukan kepada petugas yang berada di bagian pelayanan, karena mereka adalah pihak yang secara langsung berinteraksi dengan pasien setiap hari. Pelatihan ini mencerminkan kesadaran rumah sakit akan pentingnya kompetensi komunikasi sebagai bagian dari pelayanan prima, di mana sikap sopan santun bukan hanya mencerminkan profesionalitas petugas, tetapi juga menjadi salah satu indikator utama dalam penilaian kepuasan pasien terhadap

layanan rumah sakit. Ketika petugas mampu berkomunikasi dengan baik, ramah, dan santun, hal ini secara langsung mempengaruhi persepsi positif pasien terhadap mutu layanan yang mereka terima.

Peneliti menyatakan walaupun komunikasi *public relations* tidak secara langsung mempengaruhi kepuasan pasien, namun PR tetap berperan penting dalam membentuk citra positif rumah sakit yang secara tidak langsung dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pasien selama menerima pelayanan.

Peneliti menyatakan bahwa walaupun strategi PR tidak memberikan pengaruh langsung terhadap kepuasan pasien, namun keberadaan strategi tersebut tetap memiliki nilai penting dalam mendukung citra institusi dan komunikasi eksternal rumah sakit. Dalam konteks pelayanan kesehatan, kepuasan pasien lebih dipengaruhi oleh kualitas pelayanan medis, komunikasi interpersonal antara tenaga kesehatan dan pasien, serta kenyamanan fasilitas yang diterima selama perawatan. Oleh karena itu, meskipun strategi PR dijalankan dengan baik, jika tidak disertai dengan peningkatan pelayanan inti, maka dampaknya terhadap kepuasan pasien cenderung tidak signifikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan kebijakan rumah sakit, terutama dalam memperkuat peran PR agar tidak hanya bersifat simbolik atau kosmetik. PR harus diberdayakan secara struktural untuk menjangkau dimensi emosional dan relasional pasien, sehingga perannya tidak hanya mendukung citra rumah sakit , tetapi juga berkontribusi nyata dalam membentuk pengalaman layanan yang berkualitas dan memuaskan bagi pasien.

C. Kesimpulan

a. Kompetensi *Public Relations*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kompetensi *public relations* terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar.

b. Komunikasi *Public Relations*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara komunikasi *public relations* terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar.

c. Strategi *Public Relations*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara strategi *public relations* terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar.

d. *Job Description Public Relations*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *job description public relations* terhadap kepuasan pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, D., Budiman, B., & Encum, E. (2020). Analisa Kepuasan Pengguna Aplikasi Rumah Sakit Majalengka Mobile Menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction. *INFOTECH Journal*, 6(2), 10–17.
- Chairunnisak, S., & Malikussaleh, U. (2025). Peran dan Strategi Public Relations Officer (PRO) dalam Mengoptimalkan Layanan Informasi RSUD dr. Zainoel Abidin di Banda Aceh pengguna pelayanan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata masyarakat dan dikelola. 1.
- Lubis, M. (2020). Peran Strategis dan Kompetensi Public Relations Rumah Sakit di Era Disruptif. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 202–213.
- Büyükdoğan, B., Gedik, H., Dereli, Y., & Tanyeli, Ö. (2017). The impact of service quality and public relations on patient satisfaction in hospitals. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(60), 186-197.
- Manajemen, P. S., & Malang, U. (n.d.). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). 45–64.
- Nofriani, R., & Kurniadi, H. (2020). Strategi Humas Dan Kaitannya Dengan Peningkatan Mutu Layanan Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunika* 26.
- Paramita, S., Setyo Utami, L. S., & Sari, W. P. (2020). Peran Komunikasi Kesehatan Dalam Pelayanan Rumah Sakit Melalui “Health Public Relations. ”*JurnalBaktiMasyarakatIndonesia*”, 2(2),259–266.
- Saharuddin, S. (2021). “Peningkatan Pengetahuan Kader Posyandu tentang Deteksi Dini Stunting Melalui Pelatihan.” *Journal of Health Education and Literacy*, 3(1), 27–33. <https://doi.org/10.31605/j-healt.v3i1.787>
- Soumokil, Y., Syafar, M., & Yusuf, A. (2021). Analisis Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Umum Daerah Piru. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 10(2), 543–551. <https://doi.org/10.35816/jiskh.v10i2.645>

- Sulung, T., Indragiri, K., & Mutia, T. (2022). Kata kunci. 3, 23–40. <https://doi.org/10.46730/japs.v3i1.70>
- Sumadi, Efendi, T. F., Agustini, T., & Aslama, S. (2021). Pengaruh Pelayanan Dengan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Pasien Umum Rawat Jalan (Studi Kasus di Rumah Sakit Universitas Sebelas Maret Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1774–1784. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Datep, D., Datep Purwa Saputra, M. M., & Ika, D.I. Y. (2023). Strategi Komunikasi Humas RSUP Persahabatan Dalam Penanganan keluhan Pelanggan di RSUP Persahabatan. *JIMPS*, 8(4), 4187-4196.
- Setianingsih, A., & Susanti, A. S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit “S”. *Menara Medika*, 4(1).
- Agustina, D., Salsabila, L. N., Nasution, E. M., & Deliana, S. (2023). Strategi peningkatan mutu pelayanan kesehatan di rumah sakit. *Detector: Jurnal Inovasi Riset Ilmu Kesehatan*, 1(3), 64-70.
- Fuada, N., Susanti, E., & Oktarini, S. (2022). Gambaran pelaksanaan penanganan keluhan pelanggan di rumah sakit umum daerah m. Natsir solok. *Menara Medika*, 4(2).
- Sinaga, S. E. N. (2018). Persepsi Pasien/keluarga terhadap Mutu Pelayanan Rawat Jalan (Reliability, Assurance, Empathy) di RS Misi Lebak. *Jurnal Keperawatan Komprehensif (Comprehensive Nursing Journal)*, 4(1), 41-46.
- Ramadhenti, A. D., Pradety, S. N., & Nisa, A. K. (2024). Strategi Membangun Reputasi Positif AIESEC Melalui Inovasi Hubungan Masyarakat di Instagram. *JURNAL HARMONI NUSA BANGSA*, 1(2), 113-120.
- Anisa, R., Dewi, R., & Yustikasari, Y. (2025). Public Relations Marketing Program of Regional General Hospital (RSUD) in Bandung Regency in Building Communication with the Public. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(2), 351-358.
- Suraying, S., Jufriyanto, M., Hafidah, L., Amir, F., & Suprayitno, E. (2025). Komunikasi Terapeutik Petugas Kesehatan Berhubungan dengan Kepuasan Pasien. *Wiraraja Medika: Jurnal Kesehatan*, 15(1), 35-42.
- Andayani, F. (2019). Peran Public Relations dalam Menangani Keluhan Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Malang. Universitas Brawijaya. Diakses dari <https://repository.ub.ac.id/239134/>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kartikasari, T. (2016). Pengaruh Kinerja Public Relations terhadap Kepuasan Pasien di RSUD Dr. Moewardi Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses dari <https://eprints.ums.ac.id/49548/>
- Wulandari, A. (2020). Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Pelayanan di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Purbalingga. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. Diakses dari <https://repository.uinsaizu.ac.id/23130/>

