



Program *Home Visite* Sebagai Penguatan Citra Positif RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto

Diah Mita Kusuma Wardani^{1*}, Ratnaningrum ZD², MIAH. Lailin³

¹⁻³ Univeritas Islam Majapahit, Indonesia

Alamat: Jl. Raya Jabon No.KM.0,7, Gayaman, Kec. Mojoanyar, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur

Korespondensi penulis: diahmitakusumawardani2006@gmail.com

Abstract. *In the modern era, which demands high-quality healthcare services, public trust has become a critical element for the sustainability of hospitals. This study aims to identify the home visite program as a means of strengthening the positive image of RSI Sakinah in Mojokerto Regency. The research method employed a descriptive qualitative approach, with data collection techniques including in-depth interviews, field observations, and documentation. Informants were selected using purposive sampling, consisting of the head of the hospital's public relations division and patients who received the home visite service. The results showed that the home visite program successfully strengthened the positive image of RSI Sakinah in Mojokerto Regency through empathetic, responsive, and adaptive communication strategies tailored to the social, cultural, and educational backgrounds of patients. This personal approach fostered closer emotional connections between the hospital and its patients, thereby enhancing their loyalty and satisfaction. Quarterly evaluations demonstrated that this program effectively reduced the number of complaints significantly and reinforced the hospital's positive image. The practical implications of this study provide practical guidance for the management of RSI Sakinah to develop more structured communication strategies to strengthen long-term patient loyalty.*

Keywords: *Home Visite, Positive Image, RSI Sakinah*

Abstrak. Dalam era modern yang menuntut pelayanan kesehatan berkualitas, kepercayaan masyarakat menjadi elemen penting bagi keberlangsungan rumah sakit. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi program *home visite* sebagai penguatan citra positif RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Informan dipilih secara *purposive sampling* yaitu kepala divisi *public relations* (PR) rumah sakit dan pasien yang menerima layanan *home visite*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *home visite* berhasil memperkuat citra positif RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto melalui strategi komunikasi yang empatik, responsif, dan adaptif terhadap latar belakang sosial, budaya, serta pendidikan pasien. Pendekatan personal ini menciptakan hubungan emosional yang lebih erat antara rumah sakit dan pasien, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka. Evaluasi triwulanan membuktikan bahwa program ini efektif mengurangi jumlah keluhan secara signifikan dan memperkuat citra positif rumah sakit. Implikasi praktis dari penelitian ini memberikan panduan praktis bagi manajemen RSI Sakinah untuk mengembangkan strategi komunikasi lebih terstruktur guna memperkuat loyalitas jangka panjang pasien.

Kata kunci: *Home Visite, Citra Positif, RSI Sakinah*

1. LATAR BELAKANG

Dalam era modern yang menuntut pelayanan kesehatan berkualitas, kepercayaan pasien menjadi elemen penting bagi keberlangsungan dan kesuksesan rumah sakit. Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto, sebagai lembaga swasta di bidang jasa kesehatan, memiliki tanggung jawab besar untuk memberikan layanan medis yang unggul sekaligus merespons keluhan pasien secara cepat, tepat, dan profesional. Namun, tantangan dalam membangun citra positif sering kali muncul dari ketidakpuasan pasien terhadap layanan yang diberikan. Penanganan keluhan yang tidak efisien berpotensi merusak

kepercayaan pasien dan dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan secara keseluruhan (Firmansyah, 2019).

Sebuah penelitian yang dilakukan di rumah sakit pemerintah di Sijunjung mengungkapkan bahwa sebagian besar pasien merasa puas dengan layanan yang diberikan. Tingkat kepuasan mencapai 89,01%, sementara sekitar 9,4% pasien menilai kualitas layanan kurang memadai. Selain itu, hampir seperempat (29,2%) dari data yang terkumpul menunjukkan bahwa penanganan keluhan dinilai belum optimal oleh para pasien. Penelitian ini menyoroti pentingnya peningkatan dalam manajemen keluhan untuk memastikan semua pasien merasa didengar dan dilayani dengan baik (Rachmi, 2022). Penelitian sebelumnya oleh (Giardina et al., 2021) juga menunjukkan bahwa hingga 70% keluhan pasien di rumah sakit berakar pada komunikasi yang tidak efektif, termasuk miskomunikasi informasi medis dan kurangnya empati dari tenaga medis. Oleh karena itu, strategi *public relations* (PR) yang tepat sangat diperlukan untuk mengubah keluhan menjadi peluang dalam memperkuat hubungan dengan pasien.

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti pentingnya peran PR dalam menangani keluhan pasien. Misalnya, strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh humas RSUP Persahabatan berhasil mengubah mindset pelanggan dari keluhan menjadi apresiasi, sehingga membangun reputasi positif rumah sakit (Eryuniyanti et al., 2023). Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa komunikasi efektif dalam penanganan keluhan melibatkan empat tahapan utama: mendengarkan dengan empati, memberikan respons cepat, mencari solusi tepat, serta memberikan umpan balik kepada pelanggan (Rachmi, 2022).

Namun, masih ada kesenjangan dalam implementasi strategi PR yang optimal, terutama dalam hal pelatihan staf, pengembangan sistem informasi, dan optimalisasi media (Sissigi & Darmastuti, 2023). Komunikasi organisasi yang efektif memiliki dampak signifikan terhadap kinerja karyawan, mutu pelayanan kepada pelanggan, serta reputasi positif organisasi di mata masyarakat. Oleh karena itu, peran Humas (*Public Relations*) menjadi sangat penting dalam membangun hubungan harmonis antara organisasi dan publiknya melalui pendekatan komunikasi yang tepat dan efisien (Hia, Niscaya et.al, 2020).

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus terhadap program *home visite* untuk memperkuat citra yang dilaksanakan oleh RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto. Program ini tidak hanya dirancang untuk menyelesaikan keluhan, tetapi juga untuk memperbaiki citra rumah sakit melalui pendekatan personal dan responsif dalam menyelesaikan permasalahan

yang dialami oleh pasien, yang tidak hanya bertujuan meningkatkan aksesibilitas layanan tetapi juga memperkuat hubungan antara rumah sakit dan masyarakat.

Meskipun beberapa penelitian telah membahas pentingnya penanganan keluhan melalui strategi PR, belum ada yang secara spesifik mengkaji bagaimana strategi PR dapat diterapkan dalam program *home visite* untuk memperkuat citra positif rumah sakit. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi PR yang efektif dalam memperkuat citra positif RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto melalui program *home visite*, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto dalam mengoptimalkan layanan mereka.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam literatur tentang strategi PR di sektor kesehatan, serta menjadi acuan bagi rumah sakit lain dalam mengimplementasikan program serupa. Urgensi penelitian ini semakin relevan mengingat meningkatnya harapan masyarakat terhadap layanan kesehatan yang humanis dan responsif, terutama dalam konteks yang menunjukkan pentingnya komunikasi efektif antara tenaga kesehatan dan pasien (Setiawati & Fatmawati, 2024).

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini mengacu pada teori strategi *Public Relations* yang dikemukakan oleh *Cutlip & Center's*, yang menekankan empat tahapan utama dalam merancang dan melaksanakan program komunikasi efektif. Tahapan tersebut mencakup mendefinisikan masalah atau peluang, perencanaan dan pemrograman, pelaksanaan tindakan dan komunikasi, serta evaluasi program. Dalam konteks Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto, strategi *Public Relations* diterapkan melalui program *home visite*, yang menjadi salah satu upaya untuk memperkuat citra positif rumah sakit di mata pasien.

Menurut *Cutlip & Center's*, kesuksesan sebuah program *Public Relations* diukur dari kemampuan organisasi untuk mendefinisikan masalah atau peluang, merancang tujuan yang selaras dengan visi organisasi, serta mengimplementasikan tindakan yang konsisten dengan nilai-nilai inti organisasi (Cutlip & Center, 2013). Program *home visite* di RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto sejalan dengan prinsip-prinsip tersebut, terutama dalam hal pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku publik.

Penelitian terdahulu oleh (Eryuniyanti et al., 2023) menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang dilakukan secara langsung dapat mengubah pandangan negatif pelanggan menjadi pengakuan positif terhadap organisasi. Hal ini relevan dengan temuan dalam penelitian ini, di mana program *home visite* berhasil mengubah persepsi pasien yang

negatif menjadi positif terhadap layanan RSI Sakinah, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mereka.

Selain itu, penelitian oleh (Sissigi & Darmastuti, 2023), penanganan keluhan yang efektif harus didasarkan pada pendekatan komunikasi yang adaptif terhadap latar belakang sosial, budaya, dan pendidikan pasien. Hal ini sejalan dengan praktik yang dilakukan oleh tim PR RSI Sakinah, yang menyesuaikan strategi komunikasi sesuai dengan karakteristik individu pasien serta program *home visite* RSI Sakinah mampu menciptakan suasana dialog yang lebih nyaman dan efektif bagi pasien.

Berdasarkan teori-teori yang telah diuraikan, program *home visite* di RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto merupakan implementasi nyata dari strategi komunikasi *Public Relations* yang bertujuan untuk memperkuat citra positif rumah sakit.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali makna mendalam dari fenomena yang diteliti, yaitu strategi yang diterapkan oleh *Public Relations* (PR) dalam memperkuat citra positif Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto melalui program *home visite*. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokusnya pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial, yaitu bagaimana program *home visite* berkontribusi pada pembentukan citra positif Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi kondisi objek secara alami, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama. Data dikumpulkan melalui triangulasi sumber dan analisisnya dilakukan secara induktif dengan menekankan makna daripada generalisasi. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mendeskripsikan dan menginterpretasikan fenomena secara holistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program *home visite* di RSI Sakinah Mojokerto, termasuk tim *public relations* dan pasien yang menerima layanan tersebut. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni memilih individu yang dianggap memiliki informasi mendalam terkait topik penelitian. Kriteria pemilihan informan mencakup mereka yang aktif terlibat dalam program *home visite*, seperti kepala divisi *public relations* RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto dan pasien yang telah menerima layanan *home visite*. Teknik ini memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan dapat memberikan wawasan yang signifikan terhadap penelitian (Sugiyono, 2023).

Pengumpulan data dilakukan dengan melalui wawancara mendalam, dilaksanakan secara tatap muka dengan panduan pertanyaan semi-terstruktur untuk menggali informasi mendalam dari informan informan kunci, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan kepala divisi *public relations* RSI Sakinah Kabupaten Mojokerto serta pasien yang pernah mendapatkan layanan *home visite*. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung proses penanganan keluhan melalui program *home visite*, sementara dokumentasi berupa catatan, foto, atau rekaman yang mendukung analisis data. (Sugiyono, 2023) menekankan bahwa kombinasi teknik ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih komprehensif.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi empat tahapan utama. Pertama, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kedua, reduksi data dilaksanakan untuk menyaring informasi relevan yang mendukung tujuan penelitian. Ketiga, penyajian data disusun secara sistematis berdasarkan kategori temuan utama. Terakhir, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan data yang telah dianalisis, dengan verifikasi keabsahannya melalui uji *kredibilitas*, *transferabilitas*, *dependabilitas*, dan *konfirmasiabilitas* untuk memastikan keabsahan temuan. Validitas data diuji menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan data dari berbagai responden seperti pasien dan dokumen internal rumah sakit. untuk memastikan konsistensi dan akurasi informasi (Sugiyono, 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggali informasi mendalam mengenai strategi *public relations* (PR) dalam memperkuat citra positif Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto melalui program *home visite*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan dua informan utama, yaitu dr. Yoefan Faishal Islam selaku Kepala Divisi PR & Marketing RSI Sakinah, dan Ibu Erni Nur Safitri, salah satu pasien yang pernah menerima layanan *home visite*.

Wawancara dilaksanakan pada tanggal 28 Juli 2022 di kantor Pemberian Informasi dan Penanganan Pengaduan (PIPP) RSI Sakinah dan di lingkungan rumah pasien. Selain itu, dokumentasi internal rumah sakit juga digunakan sebagai sumber data sekunder untuk mendukung analisis. Program *home visite* ini dilakukan secara langsung di kediaman pasien. Lokasi ini dipilih berdasarkan domisili pasien yang mengajukan keluhan, sehingga memungkinkan pendekatan lebih personal dan adaptif terhadap latar belakang sosial, budaya, dan pendidikan pasien.

Berdasarkan analisis data, program *home visite* di Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto berhasil memperkuat citra positif rumah sakit melalui penerapan strategi komunikasi yang sesuai dengan teori Cutlip & Center's. Berikut adalah pembahasan rinci berdasarkan empat indikator utama dari teori tersebut:

Mendefinisikan Masalah atau Peluang (*Defining the problem*)

Langkah awal dalam strategi PR adalah mengidentifikasi masalah atau peluang yang dihadapi organisasi. Dalam konteks di Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto, tim PR melakukan analisis mendalam terhadap keluhan pasien untuk menemukan akar penyebab permasalahan. Misalnya, ketidakpuasan pasien sering kali berasal dari faktor internal seperti ketidaksesuaian prosedur operasional standar (SOP), kurangnya keramahan petugas, atau keterlambatan kunjungan dokter. Selain itu, faktor eksternal seperti kebijakan BPJS juga turut memengaruhi persepsi pasien. Melalui pendekatan ini, program *home visite* tidak hanya bertujuan menyelesaikan keluhan teknis tetapi juga menciptakan peluang untuk membangun hubungan emosional yang lebih kuat dengan pasien dan memperkuat citra positif rumah sakit .

Perencanaan dan Pemrograman (*Planning and Programming*)

Setelah masalah teridentifikasi, tahap selanjutnya adalah merancang rencana strategis yang selaras dengan tujuan organisasi. Tujuan utama program *home visite* adalah memperbaiki citra Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto sebagai rumah sakit yang peduli dan membangun kepercayaan pasien melalui penanganan keluhan secara langsung. Untuk mencapai tujuan tersebut, tim PR menetapkan target audiens secara cermat, termasuk mempertimbangkan karakteristik psikografis pasien seperti nilai-nilai, minat, dan gaya hidup. Program ini dirancang untuk memberikan solusi konkret sekaligus menjalin hubungan interpersonal yang kuat.

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam program ini bersifat fleksibel dan adaptif. Petugas PR tidak hanya fokus pada aspek teknis medis tetapi juga memperhatikan kebutuhan emosional pasien. Contohnya, petugas PR mendatangi rumah pasien untuk memberikan klarifikasi langsung dan solusi yang disesuaikan dengan latar belakang sosial, budaya, dan pendidikan pasien. Hal ini mencerminkan upaya sistematis untuk memastikan pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens target.

Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi (*Taking Action and Communication*)

Tim PR RSI Sakinah mendatangi rumah pasien untuk memberikan klarifikasi dan solusi konkret terkait keluhan yang diajukan. Selama kunjungan, komunikasi interpersonal menjadi elemen kunci keberhasilan program. Pelaksanaan program *home visite*

mencerminkan prinsip komunikasi yang efektif, yaitu mudah dipahami, jelas, dan empatik karena disampaikan secara langsung dan lebih personal. Petugas PR tidak hanya memberikan solusi teknis terkait keluhan tetapi juga membangun hubungan emosional dengan pasien. Salah satu pasien, Ibu Erni Nur Safitri selaku triangulasi sumber yang mendapatkan layanan *home visite*, menyatakan bahwa kedatangan petugas PR ke rumahnya ada itikad baik untuk memberikan penjelasan, menjanjikan perbaikan layanan, dan mengclearkan masalah, membuatnya merasa didengarkan dan dihargai sehingga kepercayaannya pulih kembali untuk menggunakan layanan di Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan personal dan responsif mampu menciptakan pengalaman positif bagi pasien, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap rumah sakit dan menimbulkan citra positif rumah sakit.

Komunikasi interpersonal menjadi elemen kunci dalam keberhasilan program ini. Melalui interaksi langsung, petugas PR mampu menyampaikan informasi secara transparan dan logis. Pesan yang disampaikan tidak hanya berfokus pada solusi teknis tetapi juga mencakup aspek empati dan dukungan emosional. Hal ini sejalan dengan strategi komunikasi dalam program *home visite* mencerminkan penerapan prinsip *7 C's of Public Relations Communication*, yaitu *credibility* (kredibilitas), *content* (isi pesan), *consistency* (konsistensi), dan *context* (konteks).

Kredibilitas pesan tercermin dari cara PR menyampaikan informasi secara jelas, akurat, dan logis kepada pasien. Isi pesan yang disampaikan tidak hanya berfokus pada solusi teknis medis tetapi juga mencakup aspek empati dan dukungan emosional. Konsistensi dalam komunikasi tercermin dari keselarasan antara pesan-pesan yang disampaikan dengan nilai-nilai organisasi, seperti profesionalisme, empati, dan transparansi. Konteks komunikasi juga disesuaikan dengan karakteristik psikografis pasien, seperti nilai-nilai, minat, dan gaya hidup individu.

Evaluasi Program (*Evaluating the program*)

Evaluasi merupakan langkah penting untuk memastikan keberhasilan program. Di Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto, evaluasi dilakukan secara sistematis melalui mekanisme triwulanan atau tiga bulan sekali. Aspek yang dievaluasi mencakup efektivitas penanganan keluhan, dampaknya terhadap kepuasan pasien, serta konsistensi antara pesan yang disampaikan dengan nilai-nilai organisasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa program *home visite* berhasil mengurangi jumlah keluhan secara signifikan setelah implementasi dan strategis yang memberikan manfaat signifikan bagi organisasi, seperti meningkatnya kepuasan pasien, loyalitas, dan memperkuat citra positif

rumah sakit. Selain itu, evaluasi juga mengungkap bahwa pasien cenderung kembali menggunakan layanan Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto karena merasa puas dengan pendekatan personal yang diberikan. Namun, beberapa aspek layanan masih memerlukan perbaikan, seperti peningkatan kualitas fasilitas dan pemahaman pasien terhadap kebijakan rumah sakit.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *public relations* dalam program *home visite* berhasil memperkuat citra positif Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto melalui pendekatan komunikasi yang empatik, responsif, dan adaptif terhadap latar belakang sosial, budaya, serta pendidikan pasien. Melalui kunjungan langsung ke rumah pasien, strategi ini tidak hanya menyelesaikan keluhan teknis pasien, tetapi juga membangun hubungan emosional yang lebih erat. Selain itu, juga memenuhi kebutuhan emosional pasien, seperti rasa kecewa atau marah akibat ketidaksesuaian harapan atas layanan yang diberikan. Pendekatan ini menciptakan pengalaman positif bagi pasien, sehingga kepercayaan mereka terhadap rumah sakit meningkat secara signifikan yang berdampak pada citra positif Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Mojokerto.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan pentingnya pendekatan personal dalam menangani keluhan pasien. Misalnya, penelitian (Novianti & Ekoputro, 2024) tentang strategi komunikasi dalam *customer relations* di Rumah Sakit Bunda Sidoarjo menunjukkan bahwa pendekatan cepat, jelas, dan efisien dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, penelitian ini berbeda karena fokusnya pada program *home visite* sebagai alat strategis untuk memperkuat citra positif rumah sakit. Selain itu, penelitian ini juga mendukung temuan (Eryuniyanti et al., 2023) tentang efektivitas komunikasi persuasif dalam mengubah pandangan pelanggan dari keluhan menjadi pengakuan. Perbedaan utama terletak pada implementasi program *home visite* yang lebih personal dan mendalam dibandingkan dengan pendekatan lainnya.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memberikan perspektif baru dalam memahami hubungan antara strategi komunikasi *public relations* dan penguatan citra positif organisasi dalam konteks layanan kesehatan. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya pendekatan personal dan empatik dalam membangun kepercayaan pasien untuk memperkuat citra rumah sakit. Secara praktis, hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan bagi manajemen Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan terstruktur dalam menangani keluhan pasien. Dengan demikian, rumah sakit dapat menciptakan loyalitas jangka panjang di kalangan pasien, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat reputasi positifnya di masyarakat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi strategi public relations (PR) yang efektif dalam memperkuat citra positif Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Mojokerto melalui program *home visite*. Keberhasilan tersebut tercermin dari penurunan jumlah keluhan pasien setelah pelaksanaan program, yang menandakan adanya perubahan persepsi masyarakat terhadap layanan rumah sakit. Citra positif tidak hanya dibangun melalui kualitas medis yang baik, tetapi juga melalui pendekatan komunikasi yang empatik, responsif, dan adaptif terhadap kebutuhan individu pasien, serta pendidikan pasien menjadi kunci keberhasilan program ini untuk memahami informasi yang diberikan. Pendekatan personal dalam menjalin hubungan dengan pasien menjadi poin penting yang mendukung keberhasilan program ini. Konsistensi dalam memberikan solusi atas keluhan pasien serta tindak lanjut nyata dari tim PR RSI Sakinah turut berkontribusi besar dalam membangun loyalitas dan kepercayaan publik. Hal ini berdampak signifikan pada peningkatan kepercayaan, loyalitas, dan penguatan citra positif RSI Sakinah di mata masyarakat.

Program *home visite* mencerminkan strategi komunikasi interpersonal yang efektif dalam meningkatkan hubungan antara rumah sakit dan pasien. Dengan mengadopsi pendekatan yang responsif dan adaptif terhadap latar belakang sosial, budaya, dan pendidikan pasien, tim PR berhasil menciptakan pengalaman positif bagi para pengguna layanan. Hal ini diperkuat oleh testimoni salah satu informan, Ibu Erni Nur Safitri, yang menyatakan bahwa penjelasan petugas sangat jelas dan membuatnya merasa dihargai dan didengar. Kesuksesan ini membuktikan bahwa komunikasi dua arah yang melibatkan empati dan kejelasan informasi dapat menjadi alat ampuh untuk memperkuat citra positif sebuah lembaga kesehatan. Namun, tantangan seperti kebijakan eksternal, misalnya BPJS, masih memerlukan perhatian lebih agar tidak mengganggu persepsi publik terhadap rumah sakit.

Untuk mempertahankan citra positif yang telah terbangun, disarankan agar manajemen RSI Sakinah terus meningkatkan transparansi kebijakan dan prosedur kepada pasien. Edukasi yang lebih intensif, seperti penyediaan materi visual berupa video atau infografis tentang mekanisme BPJS, dapat membantu pasien memahami sistem yang ada. Selain itu, konsistensi dalam menepati janji perbaikan layanan harus tetap dijaga dengan melakukan evaluasi berkala terhadap tindak lanjut solusi yang diberikan. Upaya ini akan semakin memperkuat posisi Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto sebagai institusi yang dapat diandalkan dan peduli terhadap kebutuhan pasien.

Pengembangan program serupa di masa depan juga dapat dilakukan dengan menyesuaikan karakteristik target audiens agar dampaknya semakin optimal.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokusnya yang hanya mencakup satu rumah sakit di wilayah Mojokerto, sehingga hasilnya belum tentu dapat diterapkan secara universal di institusi lain. Untuk penelitian mendatang, disarankan untuk memperluas cakupan studi ke rumah sakit lain di berbagai wilayah guna melihat apakah strategi serupa dapat diterapkan secara luas. Selain itu, analisis dampak jangka panjang program home visite terhadap loyalitas pasien juga perlu dieksplorasi lebih mendalam. Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) dapat memberikan gambaran lebih komprehensif, dengan memadukan survei kepuasan pasien sebagai data kuantitatif dan wawancara mendalam sebagai data kualitatif. Pendekatan ini akan memperkaya pemahaman tentang efektivitas strategi *public relations* dalam membangun citra positif institusi kesehatan.

Sebagai rekomendasi praktis, manajemen Rumah Sakit Islam (RSI) Sakinah Kabupaten Mojokerto disarankan untuk terus mengoptimalkan program *home visite* dengan meningkatkan pelatihan bagi tenaga PR agar lebih adaptif terhadap kebutuhan individu pasien. Selain itu, perlu adanya peningkatan kualitas fasilitas dan pemahaman pasien terhadap kebijakan rumah sakit guna meminimalkan potensi keluhan di masa mendatang. Dengan pendekatan yang lebih terstruktur dan berbasis data, program ini berpotensi menjadi model yang dapat diadopsi oleh rumah sakit lain dalam upaya memperkuat citra positif dan membangun loyalitas jangka panjang di kalangan pasien.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam literatur tentang strategi PR di sektor kesehatan, sekaligus menjadi acuan bagi rumah sakit lain dalam mengimplementasikan program serupa. Urgensi penelitian ini semakin relevan mengingat meningkatnya harapan masyarakat terhadap layanan kesehatan yang humanis dan responsif, terutama dalam konteks yang menunjukkan pentingnya komunikasi efektif antara tenaga kesehatan dan pasien. Hasilnya dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, praktisi komunikasi, dan institusi lain yang ingin mengembangkan model komunikasi adaptif sesuai karakteristik psikografis dan demografis publik sasaran. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendekatan personal dan responsif memiliki potensi besar untuk memperkuat hubungan harmonis antara organisasi dan stakeholders-nya. Dengan terus mengembangkan strategi PR yang inovatif dan terstruktur, rumah sakit dapat menciptakan loyalitas jangka panjang di kalangan pasien, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat reputasi positifnya di masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Dr. M. Anang Firmansyah. (2019). Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan. In *Yogyakarta: Deepublish*.
- Eryuniyanti, Yuliasari, I., & Darwa, D. S. (2023). Strategi Komunikasi Humas RSUP Persahabatan dalam Penanganan Keluhan Pelanggan di RSUP Persahabatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 1–10.
- Giardina, T. D., Korukonda, S., Shahid, U., Vaghani, V., Upadhyay, D. K., Burke, G. F., & Singh, H. (2021). Use of patient complaints to identify diagnosis-related safety concerns: A mixed-method evaluation. *BMJ Quality and Safety*, 30(12), 996–1001. <https://doi.org/10.1136/bmjqs-2020-011593>
- Hia, Niscaya Sihombing, M., & Simamora, N. (2020). Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial STRATEGI*, 2(2), 138–144.
- Novianti, D., & Ekoputro, W. (2024). Strategi Customer Relations Dalam Penanganan Handling Complain Terkait Media Customer Care Di Rumah Sakit Bunda Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Kajian Komunikas*, 3(1), 178–196.
- Rachmi, Y. N. (2022). Implementasi Handling Complain Di Rumah Sakit Bhayangkara Setukpa Sukabumi. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 4(3), 118–128. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v4i3.394>
- scott M. Cutlip, Allen H. Center, G. M. B. (2013). *Effective Public Relations* (11th ed.).
- Setiawati, E. B., & Fatmawati, A. (2024). Komunikasi efektif dalam penanganan handling complaint rumah sakit: scoping review. *Journal of Midwifery and Nursing Studie*, 6(2), 29.
- Sissigi, D., & Darmastuti, R. (2023). Strategi Penanganan Komplain Humas Marketing Rs Panti Rahayu Purwodadi Melalui Edukasi Dengan Pendekatan Budaya Jawa. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 458–468. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.60>
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S,Pd (ed.)). Alfabeta.