

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kesehatan merupakan kebutuhan bagi setiap orang. Setiap manusia diharapkan menjaga kondisi kesehatan fisik dan mentalnya agar dapat melaksanakan berbagai aktifitas hidup yang baik, untuk dapat memiliki kesehatan yang baik diperlukan pola hidup yang baik pula. Namun demikian manusia seringkali mengalami masalah kesehatan, untuk mengatasinya diperlukan sarana kesehatan yang memadai. Sarana kesehatan juga menjadi pengaruh penting bagi berlangsungnya proses pemeliharaan kesehatan masyarakat. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan menyatakan bahwa fasilitas pelayanan kesehatan adalah suatu alat dan/atau tempat yang digunakan untuk menyelenggarakan upaya pelayanan kesehatan, baik promotif, preventif, kuratif, maupun rehabilitatif yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dan/atau masyarakat.

Fasilitas pelayanan Kesehatan yang semakin membaik menjadikan persaingan antar Rumah Sakit semakin meningkat pula. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 147/Menkes/PER/I/2010 tentang Perizinan Rumah Sakit mengelompokkan rumah sakit berdasarkan kepemilikan, yaitu rumah sakit publik dan rumah sakit privat. Rumah sakit publik adalah rumah sakit yang dikelola pemerintah, pemerintah daerah dan badan hukum yang bersifat nirlaba. Sedangkan

rumah sakit privat adalah rumah sakit yang dikelola oleh badan hukum dengan tujuan profit yang berbentuk perseroan terbatas atau persero.

Perkembangan Rumah Sakit di Indonesia semakin tahun semakin meningkat, persaingan antar Rumah sakit pun akan semakin meningkat pula. Berdasarkan sumber dari Kementerian Kesehatan RI- Direktorat Jendral Bina Upaya Kesehatan menjelaskan bahwa pembangunan Rumah Sakit setiap tahunnya terus bertambah. Jumlah rumah sakit pada tahun 2012 di Indonesia adalah 1719, sedangkan di tahun 2015 jumlahnya bertambah menjadi 2091. Kenaikan pembangunan Rumah Sakit meningkat sekitar 17%. Persaingan antar rumah sakit pun semakin meningkat, setiap rumah sakit berupaya untuk memberikan pelayanan kesehatan yang terbaik untuk bisa memberikan kepuasan bagi pasiennya. Seperti halnya Rumah Sakit Santosa Bandung yang berusaha untuk menjadi Rumah Sakit dengan pelayanan Kesehatan terbaik, terbukti dengan dibangunnya gedung Rumah sakit baru di daerah Kopo Bandung, yang mempunyai fasilitas kesehatan berskala Internasional.

Pelayanan Rumah Sakit khususnya di Bandung kini semakin baik, dimulai operasional rumah sakit yang dapat di akses 24 jam. Pasien bisa mengakses kesehatan nya dan dilayani oleh Rumah Sakit di bagian Instalasi Gawat Darurat yang umumnya buka 24 jam, sampai peralatan medis yang canggih serta dilayani dengan dokter dan perawat-perawat yang ramah sehingga menjadikan pasien merasa nyaman dan aman.

Rumah Sakit Santosa Kopo Bandung adalah salah satu rumah sakit swasta di Bandung yang terhitung masih baru di Bandung, memiliki 400 tempat tidur

berstandar internasional dan didukung oleh kurang lebih 200 dokter, Rumah Sakit Santosa juga memiliki divisi *public relations* didalamnya, namun Rumah Sakit Santosa menyebutnya divisi *marketing communication* dan memiliki peran yang sama dengan *public relations* di sebuah perusahaan.

Public Relations menurut Cutlip dan Center (2007:116) adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* memiliki peranan penting didalam sebuah perusahaan atau organisasi untuk membentuk serta menjaga citra sebuah perusahaan atau organisasi.

Divisi *Public Relations* Rumah Sakit santosa Bandung dibagi kedalam tiga bidang, yakni *Coorporate insurance*, Medis dan Media promosi. *Marketing communication* di bidang *corporate and insurance* bertugas untuk menjalin hubungan eksternal Rumah sakit santosa dengan pihak eksternal seperti perusahaan swasta yang memberikan asuransi kesehatan untuk karyawannya, juga perusahaan-perusahaan asuransi. Bidang medis sendiri bertugas untuk membina hubungan baik dengan dokter-dokter dengan penyedia fasilitas-fasilitas kedokteran, juga dengan pihak-pihak rumah sakit lainnya.

Hubungan eksternal yang dibina Rumah Sakit Santosa Bandung dengan perusahaan-perusahaan dan pihak asuransi di dalam bidang kesehatan, berlangsung cukup baik, hampir sebagian besar pasien rumah sakit santosa menggunakan layanan kesehatan asuransi, baik asuransi dari perusahaan maupun asuransi

kesehatan pribadi. Bukan hanya itu mulai tanggal 1 Januari 2014 masyarakat bisa menggunakan jaminan kesehatan nasional (JKN), Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) merupakan asuransi kesehatan yang diberikan oleh pemerintah dan diorganisir oleh badan penyelenggara jaminan sosial (BPJS). (Peraturan Presiden no.111 tahun 2013)

Sebelum muncul jaminan kesehatan nasional (JKN), sebagian besar perusahaan juga memberikan fasilitas kesehatan bagi karyawannya berupa asuransi kesehatan, dengan tujuan untuk menyejahterakan karyawan dan menjaga karyawan agar tetap sehat dan bisa bekerja dengan baik. Sekarang, pemerintah juga memberikan kemudahan didalam mendapatkan pelayanan kesehatan bagi masyarakat Indonesia dengan adanya Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Badan penyelenggara jaminan sosial atau yang lebih dikenal dengan BPJS telah bekerjasama dengan berbagai klinik dan rumah sakit, untuk mempermudah akses masyarakat didalam mendapatkan pelayanan kesehatan.

Badan penyelenggara jaminan sosial (BPJS), adalah perusahaan asuransi yang awalnya dikenal dengan PT. Askes dan adapula BPJS Ketenagakerjaan yang semula dikenal dengan Jamsostek (Jaminan sosial tenaga kerja). Jadi JKN (Jaminan Kesehatan nasional) dengan BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan social) itu berbeda, JKN adalah program yang ada dan diselenggarakan oleh BPJS, dan diawasi oleh Dewan Jaminan Sosial Nasional (DJSN).

Undang-undang nomor 40 tahun 2004 tentang *system* jaminan sosial Nasional (SJSN), dengan adanya Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), maka seluruh masyarakat Indonesia akan dijamin kesehatannya. Dan juga kepesertaannya

bersifat wajib, termasuk masyarakat yang kurang mampu karena metode pembiayaan kesehatan individu yang ditanggung pemerintah. (UU No.40, 2004)

Rumah Sakit Santosa Kopo Bandung adalah salah satu Rumah Sakit yang juga ikut membantu terlaksananya program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), dengan menerima pasien yang berobat menggunakan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Masyarakat kota Bandung antusias dengan adanya program jaminan kesehatan tersebut, sekarang sudah banyak masyarakat kota Bandung yang menggunakan jaminan kesehatan nasional (JKN) yang di atur oleh badan penyelenggara jaminan kesehatan (BPJS). Hal ini menjadikan jumlah pasien di Rumah Sakit Santosa sebagian besar membayar proses pengobatannya dengan menggunakan jaminan kesehatan nasional, walaupun masih ada juga pasien yang berobat dengan membayar tunai atau menggunakan asuransi kesehatan.

Sebagaimana Sumber yang didapat dari Divisi Marketing Komunikasi Rs.Santosa Kopo Bandung, Pada Bulan Agustus 2016 menunjukkan bahwa jumlah pasien dengan menggunakan Asuransi pribadi menurun 5% sementara jumlah pasien yang membayar dengan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) meningkat hingga 10%. Semula pasien yang menggunakan asuransi pribadi persentasenya tidak berbeda jauh dengan pasien pengguna Asuransi kesehatan pemerintah (Askes), namun setelah dirubahnya Askes menjadi Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) selisihnya sangat berbeda jauh, selisih ditahun 2014 yaitu sekitar 0,5 % dan ditahun 2015 menjadi 14, 53%.

Berdasarkan uraian di atas, bidang *Marketing Communication* Rumah sakit santosa harus mampu menyeimbangkan jumlah pasien pengguna jaminan

kesehatan nasional (JKN) dengan pasien pengguna asuransi Pribadi. Hal ini menjadi tugas *marketing communication* Rumah Sakit Santosa Kopo Bandung untuk menghindari kerugian *financial* bagi Rumah sakit, sebelum Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) muncul, jumlah pasien asuransi pribadi di Rumah Sakit Santosa Kopo Bandung lebih tinggi, dan sebagian besar memilih kelas yang harganya cukup mahal, namun setelah muncul Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) pasien yang semula memilih kelas dengan harga tinggi semakin berkurang dan pasien yang memilih kelas menengah kebawah lebih meningkat dengan adanya bantuan dari Badan Penyelenggara Jaminan Sosial yaitu Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Masyarakat sekitar Rumah Sakit Santosa Kopo sebagian besar adalah warga perkampungan, sehingga akses warga untuk mendapatkan pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Santosa Kopo lebih mudah dengan adanya JKN. Hal ini menjadikan kerugian *financial* bagi pihak Rumah sakit ketika pasien dengan Asuransi Pribadi semakin menurun jumlahnya. Sehingga bidang *Marketing Communication* Rumah Sakit Santosa harus bisa membuat strategi pemasaran yang baik agar pasien asuransi pribadi kembali meningkat.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi marketing komunikasi yang digunakan oleh *public relations* Rumah sakit Santosa divisi *corporate and insurance* dalam upaya menyeimbangkan jumlah pasien tersebut. Peneliti mengaitkan tema di atas dengan konsep public relations Cutlip dan Center (2007:113) yang menjelaskan mengenai empat cara proses kerja public relations, yaitu *fact finding*, *planning*, *communicating* dan *evaluating*.

Peneliti ingin mengetahui strategi *Public Relations* Rumah Sakit Santosa Bandung, didalam menemukan gejala-gejala yang muncul didalam masalah yang akan di selesaikan (*fact-finding*), kemudian bagaimana divisi *Marketing Communication* merencanakan dan melaksanakan strategi nya dan di akhiri dengan proses evaluasi. Peneliti mengambil empat langkah tersebut karena sangat relevan untuk dikaitkan dengan masalah yang terjadi, berdasarkan konsep manajemen *Public Relations* Cutlip Center.

1.2 Perumusan Masalah

Untuk membatasi wilayah penelitian sesuai dengan uraian latar belakang penelitian diatas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi *Public relations* Rumah Sakit Santosa Bandung Jl. Kopo no. Bandung divisi *corporate and insurance* didalam menyeimbangkan jumlah pasien Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dengan pasien Asuransi Pribadi. Adapun pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Rumah Sakit Santosa Bandung mendefinisikan permasalahan melalui penelitian dengan menganalisa situasi berupa pemahaman, opini, sikap dan perilaku publik terhadap pihak Rumah Sakit (*Fact-Finding*)?
2. Bagaimana Rumah Sakit Santosa Bandung membuat perencanaan (*Planning*) sebuah rencana atau strategi berdasarkan pada rumusan masalah, yang disesuaikan dengan kebijakan Rumah Sakit?
3. Bagaimana Rumah Sakit Santosa Bandung khususnya bidang marketing communication mengkomunikasikan (*Communicating*) strategi pihak

Rumah Sakit Santosa untuk menarik kembali pasien dengan asuransi Pribadi sehingga dapat menyelesaikan permasalahan di Rumah Sakit?

4. Bagaimana Rumah Sakit Santosa melakukan penilaian terhadap hasil hasil dari perencanaan yang telah dibuat (*Evaluating*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi fenomenologi dalam meneliti dan memperoleh gambaran mengenai strategi *marketing* komunikasi rumah sakit santosa divisi *corporate and insurance* di dalam menyeimbangkan jumlah pasien JKS dengan jumlah pasien insurance, adapun tujuan penelitian ini meliputi :

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai permasalahan melalui penelitian dengan menganalisa situasi berupa pemahaman, opini, sikap dan perilaku publik terhadap pihak Rumah Sakit (Fact-Finding)
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai perencanaan (planning) sebuah rencana atau strategi berdasarkan pada rumusan masalah, yang disesuaikan dengan kebijakan Rumah Sakit
3. Untuk memperoleh gambaran mengenai proses komunikasi (*Communicating*) yang digunakan dalam Pengelolaan *Public Relations* Perusahaan pada Rumah Sakit Santosa untuk menarik kembali pasien dengan asuransi Pribadi sehingga dapat menyelesaikan permasalahan di Rumah Sakit

4. Untuk memperoleh gambaran mengenai penilaian- penilaian yang dilakukan dari hasil strategi yang telah dijalankan, untuk mempertahankan atau memperbaiki strategi yang telah terlaksana.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang faktual didasarkan pada studi fenomenologi, serta dapat menggambarkan tentang pentingnya Pengelolaan *Public relations* didalam sebuah perusahaan .

- 1) Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan

Secara teoritis dapat memberikan kontribusi, pengertian, dan pemahaman mengenai Pengelolaan *Public Relations* didalam sebuah perusahaan yang bisa dijadikan acuan atau bahan pengajaran mengenai *Public Relations* untuk bahan kajian mahasiswa lain.

- 2) Kegunaan Penelitian bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memahami, mengenal serta menerapkan secara aplikatif teori dan konsep *Public Relations* khususnya dalam bidang Pengelolaan *Public Relations* Perusahaan di lapangan, dan meningkatkan keterampilan di bidang *Public Relations*.

- 3) Kegunaan Penelitian bagi Penulis

Penulis mendapatkan pengalaman sehingga penulis dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktek serta penerapan mengenai Pengelolaan *Public Relations* Perusahaan di lapangan.

1.4.2 Secara Praktis

1) Kegunaan Penelitian Bagi Perusahaan

Diterapkannya konsep Pengelolaan *Public Relations* Perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya peranan *public relations* didalam sebuah perusahaan.

2) Kegunaan Penelitian Bagi Praktisi *Public Relations*

Aplikasi yang diterapkan oleh praktisi PR di lapangan diharapkan dapat meningkatkan konsep *Public Relations* Perusahaan dengan memperhatikan peran dan fungsi *Public Relations* sebagai profesi dalam menjalin hubungan-hubungan dengan publik internal dan eksternal, untuk menciptakan, meningkatkan, mempertahankan dan memperbaiki citra perusahaan.

3) Kegunaan Penelitian bagi Pembaca/ Masyarakat Luas

Dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang konsep dari Pengelolaan *Public Relations* Perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui peran dan fungsi *Public Relations* didalam perusahaan

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Penelitian terdahulu

Tabel 1.1 tabel penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
Arsi Rakhmani ssazly (2011)	Konstruksi Makna Profesi <i>Public Relations</i> oleh Praktisi Konsultan <i>Public Relations</i>	Kualitatif	Konstruksi Makna Profesi <i>Public Relations</i> oleh Praktisi Konsultan <i>Public Relations</i>	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan, dalam studi Kualitatif dan makna profesi.	Penelitian terdahulu ini sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif. penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui pandangan atau pemahaman PR mengenai profesi yang ditekuni, namun objek yang dijadikan penelitian adalah Praktisi Konsultan <i>Public Relations</i>
Septiana Maulina Rahayu (2014)	Strategi Komunikasi Pemasaran dalam bisnis kuliner berbasis <i>mix media</i>	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sangat berperan penting didalam proses promosi, mengidentifikasi jenis media dan karakteristik media didalam melakukan pendekatan kepada target yang bervariasi	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan, dalam studi fenomenologi .	Penelitian terdahulu sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi fenomenologi, serta menggunakan media sebagai alat promosi untuk bisa menjalin hubungan eksternal dengan konsumen walaupun objek yang dilibatkan berbeda

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Kajian Konseptual

Menurut Deddy Mulyana (2001:41) Komunikasi adalah suatu kebutuhan pokok bagi manusia. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi social dapat mengisyaratkan bahwa komunikasi itu sangat penting dalam membangun konsep dalam diri, untk mengaktualisasikan diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, dan terhindar dari ketegangan dan tekanan antara lain dengan melalui komunikasi yang menghibur, dan juga untuk memupuk hubungan luas dengan orang lain.

Cutlip dan Center (2007:116) mengemukakan bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

Elvinaro Ardianto (2008:120) menyebutkan bahwa alat dan teknik *Public Relations* yang sering digunakan dalam *marketing* dan sasaran penjualan suatu bisnis disebut *Marketing Communicaton* atau *Marketing Public Relations*. *Public Relations* memperluas peranannya dalam bidang pemasaran produk atau jasa pada akhir tahun 17970-an dan awal 1980-an di Amerika Serikat. Banyak pengelola *marketing* menerapkan *Public Relations* sebagai pendukung unsur promosi dalam *marketing mix* (bauran pemasaran terdiri dari product, price, place promotion).

Menurut Scott M. Cutlip & Allen H. Center (2007:13) proses manajemen *Public Relations* sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Proses

perencanaan ini dapat dilakukan melalui “Empat tahapan atau langkah-langkah pokok” yang menjadi landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan adalah *fact finding, planning, communicating and evaluating*.

Berikut adalah bagan alur pikir penelitian:

Tabel 1.2 tabel alur pikir penelitian



1.7. Langkah-langkah Penelitian

1.7.1. Metode Penelitian

Metode adalah alat atau cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data empiris dan menganalisis data. Metode ditentukan oleh kriteria-kriteria yang ada dalam metodologi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan berbagai pendekatan metodologis berdasarkan bermacam-macam kaidah teori.

Menurut Sugiyono (2010 : 26) Makna penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

- 1) Penelitian alamiah, mempelajari kondisi dalam proses.
- 2) Analisis induktif dimana peneliti masuk dalam rincian serta kekhususan data untuk menemukan kategori-kategori utama.
- 3) Penelitian “holistik”, gejala dilihat sebagai suatu kesatuan sistem yang kompleks, melebihi jumlah dari bagian-bagiannya.
- 4) Data kualitatif, terinci dan *thick description*.
- 5) Kontak pribadi dan pengalaman; peneliti harus dekat pada kelompok, individu, situasi, gejala yang dipelajari.

Peneliti menggunakan Penelitian kualitatif menggunakan metode pengumpulan data dan analisi yang non kuantitatif. Sasarannya adalah mengeksplorasi hubungan sosial, dan mendeskripsikan pengalaman. Penelitian kualitatif kompleks dan luas. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memberi makna atas fenomena secara holistik dan harus memerankan dirinya secara aktif dalam keseluruhan proses studi. Temuan-temuan dalam studi kualitatif sangat dipengaruhi oleh nilai dan persepsi peneliti. Danim dalam (Sugiyono, 2010 : 35)

1.7.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sumber data primer, yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama yaitu para staf di divisi *Public Relations* Rumah Sakit Santosa Kopo Bandung, khususnya bidang *corporate and insurance*.
- 2) Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.7.3. Teknik Pemilihan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*. “*Purposive sampling* dikenal juga dengan sampling pertimbangan ialah teknik *sampling* yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu.” (Alma 2007:63)

Penentuan informan dalam penelitian ini, peneliti tentukan sebanyak tiga orang dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Syarat yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah staf di divisi marketing komunikasi Rumah Sakit Santosa Kopo Bandung, khususnya bidang *corporate and insurance* yang aktif dan masih bekerja di Rumah Sakit Santosa, Kopo Bandung minimal dalam kurun waktu satu tahun.

1.7.4. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi Partisipatif Pasif

Observasi partisipatif atau observasi partisipan merupakan teknik pengumpulan data yang paling lazim dipakai dalam penelitian kualitatif, dalam observasi ini peneliti mendatangi Rumah Sakit Santosa Kopo, Bandung serta mengamati pekerjaan yang dilakukan oleh praktisi *Public Relations*.

2) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam ini dilakukan, karena ada beberapa bagian data yang tidak mungkin ditemukan pada observasi partisipatorik. Pada wawancara mendalam ini peneliti akan mewawancarai satu persatu staf dari divisi marketing komunikasi Rumah Sakit Santosa Kopo Bandung, khususnya bidang *corporate and insurance* secara *face to face*. Yang mana akan diberikan beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini, namun peneliti tidak harus terfokus kepada draft yang telah disusun, artinya wawancara ini bisa menanyakan hal-hal yang dirasa perlu dan bersifat mendalam walaupun tidak terdapat dalam daftar pertanyaan. Tujuannya adalah supaya wawancara yang dilakukan betul-betul mendapatkan data yang konkret serta dapat diketahui peneliti secara terperinci.

1.7.5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2010:244).

Adapun tujuan dari analisis kualitatif, yaitu menemukan makna dari data yang dianalisis, seluruh teknik analisis menggunakan content (isi makna) sebagai klimaks dari rangkaian analisisnya. Oleh karena itu, analisis data kualitatif lebih menjelaskan fakta dalam dan lebih menjelaskan hal-hal yang tidak dipertontonkan objek penelitian kepada orang luar (Bungin, 2011:67-68).

Merujuk dari pemahaman di atas maka peneliti menganalisis data tersebut berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara mendalam yang tidak akan ditambah atau dikurangi, akan tetapi dalam penjabarannya peneliti akan menggambarannya serta menafsirkannya berdasarkan logika ilmiah.

1.7.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Rumah Sakit Santosa, Kopo Bandung. Alasan peneliti memilih tempat ini karena Rumah Sakit Santosa Kopo merupakan Rumah sakit swasta dengan kelas A yang memiliki alat-alat medis yang cukup lengkap, serta salah satu Rumah Sakit yang cukup baik dalam pelayanan dan memberikan

akses mudh bai pasien, baik umu ataupun asuransi. Proses Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan mulai dari observasi awal sampai kepada penyusunan skripsi.

Adapun jadwal penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3 Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Jan 2017	Feb 2017	Maret 2017	April 2017	Mei 2017
1	Tahapan Pertama : Observasi lapangan dan Pengumpulan Data					
	Pengumpulan Data Proposal Peneliti					
	Penyusunan Proposal Penelitian					
	Bimbingan Proposal Penelitian					
	Revisi Proposal Penelitian					
2	Tahap Kedua : Usulan Penelitian					
	Sidang Usulan Penelitian					
	Revisi Usulan Penelitian					
3	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi					
	Pelaksanaan Penelitian					
	Analisis dan Pengolahan Data					
	Penulisan Laporan					
	Bimbingan Skripsi					
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi					
	Bimbingan Akhir Skripsi					
	Sidang Skripsi					
	Revisi Skripsi					





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG