

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengamatan dan juga penelitian yang telah dilakukan oleh Penulis, dapat disimpulkan bahwa meskipun Rumah Sakit EMHAKA telah melakukan perubahan nama beberapa kali, HUMAS Rumah Sakit EMHAKA menggunakan strategi yang efektif dengan mengimplementasikan Teori Citra positif dan Model Komunikasi Berlo seperti: memperkuat saluran komunikasi dua arah dengan pasien, memberikan pelayanan yang professional, respon yang cepat dan bersifat transparan terhadap informasi kepada pasien, melaksanakan program CSR, memanfaatkan teknologi seperti media sosial sebagai sarana menyampaikan informasi dan edukasi seperti Instagram, facebook dan juga Youtube, memahami karakteristik Audiens dan memberikan perlakuan yang baik kepada para pasien dan juga masyarakat, serta melakukan evaluasi melalui survei kepada masyarakat dan juga pasien mengenai persepsi mereka terhadap Rumah Sakit. Dengan menerapkan strategi komunikasi ini, HUMAS Rumah Sakit EMHAKA dapat menciptakan hubungan dua arah dengan pasien dan masyarakat yang baik, Kepercayaan masyarakat lewat pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai, dan membangun reputasi dan juga Citra positif Rumah Sakit ditengah masyarakat, sehingga dengan terus menerapkan strategi ini, Rumah Sakit EMHAKA dapat berkembang menjadi Rumah Sakit yang terpercaya dan juga berkualitas.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut ini adalah saran agar Rumah Sakit EMHAKA dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan juga fasilitas dalam membangun citra Positif di masyarakat, tentunya seorang HUMAS dan manajemen Rumah Sakit EMHAKA harus memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

- Meningkatkan pelayanan dan fasilitas pada Rumah Sakit EMHAKA, seperti menambah pelayanan/ Poli yang baru, sehingga semakin banyak variasi pelayanan yang dapat diberikan kepada masyarakat.
- Menyediakan fasilitas tambahan, seperti: Menyediakan tisu pada toilet Rumah Sakit atau bagi para pasien yang sedang dirawat, agar dapat digunakan dengan baik oleh para pasien, serta dapat memperluas area parkir agar dapat menjangkau para pasien/ masyarakat dalam skala yang lebih besar.
- Melakukan Optimalisasi terhadap Media Sosial yang dimiliki oleh Rumah Sakit EMHAKA, seperti pada Instagram, Facebook dan mungkin dapat menambah Media sosial lainnya seperti TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih Luas, serta dapat melakukan promosi terhadap konten yang dibuat agar dapat menghasilkan hasil yang lebih optimal seperti menggunakan jasa Influencer.
- Rumah Sakit EMHAKA dapat semakin memperbanyak berbagai kegiatan CSR dan memperluas jangkauannya, agar para masyarakat dapat lebih mengenal Rumah Sakit EMHAKA dan semakin meningkatkan Reputasi Rumah Sakit.

Dengan menerapkan saran diatas, diharapkan Rumah Sakit EMHAKA dapat semakin meningkatkan citra Positifnya di Masyarakat dan dapat menjadi Perusahaan di bidang layanan kesehatan yang dipercaya oleh masyarakat.