

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kehadiran *Public Relations* di dalam suatu perusahaan atau organisasi adalah untuk menjadi salah satu garda terdepan dalam berkomunikasi dengan publik – publik dari organisasi tersebut, selain itu *Public Relations* juga memiliki tanggung jawab untuk menciptakan, mengembangkan dan mempertahankan citra perusahaan, juga memperoleh *good will* dan sikap saling pengertian yang terjalin antara perusahaan dengan publiknya. Fungsi dan peranan *Public Relations* itu sendiri adalah agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara maksimal untuk kepentingan internal dan eksternal publik. Salah satu upaya untuk membangun komunikasi yang efektif dengan publik eksternal perusahaan adalah melalui kegiatan *Media Relations* yaitu dimana perusahaan berupaya untuk membangun relasi yang baik dengan media yang bersifat jangka panjang.

Media massa memberikan kemudahan bagi praktisi *Public Relations* dalam memberikan informasi dan pemberitaan kepada khalayak luas karena pada saat ini media mainstream atau media massa bahkan new media seperti media sosial menjadi sumber berita bagi masyarakat, yang mana bila ditinjau lebih jauh lagi, tujuan lain dari membangun hubungan baik dengan media ini adalah untuk membangun, mempertahankan serta meningkatkan citra perusahaan atau organisasi.

Nasir, Yusran (2018) dalam jurnalnya yang berjudul *Aktivitas Media Relations* Humas Pemerintah Kota Sabang dalam Membangun Hubungan dengan

Media Massa, volume 3, nomor 2 halaman 385-386 memaparkan tentang kegiatan *Media Relations* Humas Pemerintah Kota Sabang serta tantangan dan kendala yang dihadapi oleh Humas dengan menjalin relasi bersama media. Penelitian ini menemukan kegiatan *media relations* dilakukan oleh praktisi *public relations* dan memberikan kemudahan akses informasi bagi media. Lembaga atau organisasi yang melakukan relasi dengan media melakukan beberapa kegiatan di atas harus juga melakukan beberapa kegiatan informal lainnya supaya hubungan personal dengan media untuk membina hubungan baik guna mencapai tujuan yang telah disepakati secara bersama.

Melakukan hubungan baik dengan institusi media dengan pelaksanaan *event – event special* yang khusus diselenggarakan oleh organisasi atau bisa juga dilakukan dengan sekedar pimpinan organisasi berkunjung ke kantor media. Hal – hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan adanya upaya untuk menjalin relasi yang baik dengan institusi media tersebut.

Jo dan Kim dalam Iriantara (2019: 96) menjelaskan bahwa ada tiga bentuk kegiatan Media Relations yang bisa dijalankan oleh suatu perusahaan, Pertama, gunakan metode informal dengan mendapatkan kontak pribadi (*personal contact*). Hubungan pribadi yang terjalin antara wartawan dan perusahaan memberikan kemudahan berkomunikasi ketika dihadapkan dengan publisitas negatif. Kedua, melakukan *press gathering* dan memberikan fasilitas yang berharga kepada wartawan dengan tujuan menjaga relasi dan mempengaruhi para wartawan. Ketiga, memberikan informasi serta menyebarluaskan siaran pers kepada para

wartawan dengan akses yang mudah, seperti melalui *press conference* dan pemberian *press release*.

Rumah Sakit Umum Pusat (RSUP) Dr. Hasan Sadikin Bandung merupakan salah satu instansi milik pemerintah yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan kesehatan dan merupakan rumah sakit pendidikan dan penelitian. Fungsi utama Sub Bagian Humas RSHS Bandung adalah untuk membangun komunikasi dua arah dan juga ikatan yang baik antara lembaga dan publik - publiknya.

Relasi yang terjalin antara lembaga khususnya Sub Bagian Humas dan wartawan merupakan hubungan yang saling membutuhkan. Komunikasi yang kuat di antara kedua belah pihak sangatlah diperlukan agar relasi terjalin dalam jangka panjang, maka dari itu Subbagian Humas RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung memiliki tanggung jawab untuk menjalankan kegiatan Media Relations melalui berbagai macam kegiatan, seperti *personal contact*, menjalin kemitraan, *press gathering*, *press conference*, dsb.

Berdasarkan data pra wawancara, kegiatan humas dan protokoler RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung diantaranya yang Penyusun lakukan dengan menganalisis website resmi rshs <http://web.rshs.or.id/> Peneliti menemukan adanya upaya-upaya yang dilakukan oleh Sub Bagian Humas RSHS Bandung dalam melaksanakan kegiatan Media Relations diantaranya adalah dengan menyediakan materi atau berita yang dibutuhkan oleh pihak media dimuat dalam rubrik berita.

Konferensi Pers merupakan salah satu kegiatan Media Relations yang kerap digunakan oleh para praktisi humas dalam mencapai tujuan perusahaan

dalam menyampaikan informasi yang sesungguhnya kepada media, sehingga tercapai keterbukaan antara perusahaan dan publik. Salah satu kegiatan konferensi pers yang dilaksanakan oleh RSHS Bandung adalah tanggapan yang diberikan oleh perusahaan mengenai berita tidak benar terpapar virus COVID-19 oleh Bagian Humas Reny Meisuburriyani pada hari Senin, 27 Januari 2020.

REPUBLIKA.CO.ID - Humas RSHS Bandung Reny Meisuburriyani mengatakan manajemen rumah sakit akan menggelar jumpa pers tentang pasien terduga virus corona tersebut pada Senin (27/1/2020) pagi. <https://www.republika.co.id/berita/q4q2nr354/pasien-terduga-viruscorona-dirawat-di-rshs-bandung>.

Kegiatan jumpa pers (konferensi pers) yang dilakukan oleh Sub Bagian Humas RSHS Bandung ini merupakan kegiatan yang pelaksanaannya disesuaikan dengan kebutuhan pemberian informasi atau pengumuman kegiatan/kebijakan dan bersifat klarifikasi. Beberapa media yang rutin memuat berita mengenai RSHS Bandung adalah AyoBandung.com, Tribun Jabar, Galamedia, PRFM (Pikiran Rakyat FM).

Berdasarkan pemaparan di atas, munculnya pemberitaan positif mengenai RSHS Bandung yang dimuat oleh berbagai media lokal atau nasional, Penyusun melihat adanya ketertarikan untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai strategi *Media Relations* Rumah Sakit Hasan Sadikin Bandung melalui program-program yang dirancang dan dilaksanakan untuk menjalin hubungan yang baik dengan media, sehingga pemberitaan positif yang berkenaan dengan Rumah Sakit Hasan Sadikin Bandung dapat mempertahankan citra baik bagi lembaga.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif pendekatan interpretatif untuk mendeskripsikan lebih mendalam mengenai Strategi Media Relations Humas RSHS Bandung dalam Mempertahankan Citra Lembaga.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka fokus penelitian ini adalah “ *Strategi Media Relations RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam Mempertahankan Citra Lembaga*”.

Sebagai berikut:

1. Bagaimana Humas RSUP Hasan Sadikin Bandung mengelola relasi dalam upaya mempertahankan citra lembaga?
2. Bagaimana Humas RSUP Hasan Sadikin Bandung mengembangkan strategi relasi dalam upaya mempertahankan citra lembaga?
3. Bagaimana Humas RSUP Hasan Sadikin Bandung mengembangkan jaringan dalam upaya mempertahankan citra lembaga?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menggambarkan bagaimana Humas RSUP Hasan Sadikin Bandung mengelola relasi dalam upaya mempertahankan citra lembaga.
2. Untuk menggambarkan bagaimana Humas RSUP Hasan Sadikin Bandung mengembangkan strategi dalam upaya mempertahankan citra lembaga
3. Untuk menggambarkan bagaimana Humas RSUP Hasan Sadikin Bandung mengembangkan jaringan dalam upaya mempertahankan citra lembaga.

## **1.4 Manfaat Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi yang berfokus pada strategi *Media Relations* baik secara teori maupun praktik. Secara teori, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sedikit sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya ilmu *Public Relations* yang berfokus dalam teori dan konsep kegiatan tersebut, serta mampu menjadi acuan sebagai penelitian terdahulu bagi mahasiswa yang ingin melaksanakan penelitian tema sejenis dengan memberikan pemahaman bagi para mahasiswa dalam menerapkan teori dan konsep kegiatan *Media Relations*.

Penelitian ini berfokus pada strategi serta peran *Media Relations* dalam upaya mempertahankan citra lembaga, sehingga hasil dari penelitian ini juga diharapkan secara praktiknya dapat memberikan manfaat kepada Bandung khususnya Sub Bagian Humas sebagai tempat penelitian ini mengenai bagaimana strategi *Media Relations* disusun dengan rapi serta pentingnya menjalin hubungan baik dengan media.

## **1.5 Landasan Pemikiran**

### **1.5.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini diawali dengan penjelasan dari penelitian terdahulu yang dianggap mempunyai hubungan dengan tema yang akan diteliti. Peneliti telah mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan tema penelitian sebagai bahan masukan untuk peneliti.

**Pertama**, penelitian skripsi ini berjudul *Public Relations* dan *Media Relations* (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi *Media Relations* Sebagai Upaya

Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo) merupakan skripsi yang dibuat oleh Wahid Faysal Hakim dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2013. Metode yang digunakan merupakan deskriptif kualitatif, di mana isinya menjelaskan penelitian dan menjelaskan suatu kejadian, tanpa harus memaparkan korelasi melalui pengujian hipotesa, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi.

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa beberapa hal yang diperlukan dalam *Media Relations* merupakan *good will*, *trust*, dan keterbukaan. Bentuk kegiatan seperti, *press release*, *Media Gathering*, *press conference*, *media visit* yang dilakukan oleh praktisi *Public Relations* Hotel Ibis Solo. Pendekatan *Media Relations* yang *Public Relations* hotel Ibis lakukan merupakan menjalin relasi secara personal melalui beberapa aplikasi komunikasi, juga menjalin hubungan secara terus menerus dan juga menyediakan fasilitas bagi media sehingga mudah dalam mendapatkan informasi.

**Kedua**, penelitian skripsi ini berjudul Strategi *Media Relations* Hotel Lorin Solo Dalam Mempertahankan Citra merupakan penelitian yang dibuat oleh Nia Noviana dari Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah Iain Surakarta pada tahun 2017. Metode yang digunakan merupakan deskriptif kualitatif, di mana isinya menjabarkan penelitian dan menjelaskan suatu kejadian, tanpa memaparkan korelasi melalui pengujian hipotesa, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi.

Penelitian ini menjelaskan bahwa dalam menjaga citra Hotel Lorin Solo, public relations manager menggunakan strategi *Media Relations* yaitu dengan menjalin hubungan media serta mengembangkannya. *Public relations* menjalin kerja sama dengan beberapa media di solo. Kegiatan *Media Relations* yang dilakukan oleh Hotel Lorin Solo yaitu *konferensi pers, press briefing, press release*, kegiatan khusus, wawancara pers. Perusahaan dengan media mengetahui bahwa pihaknya menjalankan perannya masing-masing untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

**Ketiga**, penelitian Jurnal yang dibuat oleh Yusran Nasir dengan judul *Aktivitas Media Relations Humas Pemerintah Kota Sabang dalam Membangun Hubungan Dengan Media Massa*, volume 3, nomor 2, halaman 385-386 menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara.

Jurnal ini menjelaskan tentang aktivitas *Media Relations* yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Sabang serta tantangan dan kendala yang dihadapi oleh Humas dengan menjalin relasi dengan media. Penelitian ini menemukan kegiatan *Media Relations* yang dilakukan oleh praktisi *Public Relations* di antaranya konferensi pers, *coffee morning*, dan memberi kemudahan akses informasi untuk media. Perusahaan yang melakukan relasi dengan media dengan melakukan beberapa kegiatan di atas harus juga melakukan beberapa kegiatan informal lainnya supaya hubungan personal dengan media terjalin dengan sangat baik guna mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

**Keempat**, penelitian Jurnal yang dibuat oleh Rita Herlina, Nela Widiastuti, Rani Rahmayani dan Eli Susana dengan judul Manfaat *Internet Corporate* sebagai *Media Relations* Hotel Java Retro & Suites, volume 2, nomor 1, halaman 32-39 menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam.

Penelitian ini menjelaskan bahwa *public relations* dapat memanfaatkan *internet corporate* atau *Cyber PR* yang dimiliki oleh perusahaan untuk menjalin hubungan dengan media, karena dengan dikelolanya atau dimanfaatkannya *Cyber PR* yang dimiliki oleh perusahaan nantinya media akan sangat mudah untuk mengakses dan mendapatkan informasi yang tepat dan cepat karena bersumber langsung dari *public relations* melalui *Cyber PR* yang dimiliki oleh perusahaan.

**Kelima**, penelitian Jurnal yang dibuat oleh Andi Refandi Febriyansyah, Maylanny Christin dan Ayub Ilfandy Imran dengan judul Strategi *Media Relations* Pt. Pelabuhan Tanjung Priok Dalam Menanggapi Krisis, volume 4, nomor 2, tahun 2016 menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi langsung penelitian di PT. Pelabuhan Tanjung Priok dan juga didukung oleh data dokumentasi dari perusahaan.

Kesimpulan dari jurnal ini menjelaskan strategi yang dipakai perusahaan merupakan strategi bertahan, PT. Pelabuhan Tanjung Priok melakukan hal positif dan memberi tahu media bahwa perusahaan ini beda dengan perusahaan yang

sedang mengalami krisis supaya perusahaan ini tidak terpengaruh citranya oleh perusahaan tersebut.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Perbedaan
Wahid Faysal Hakim Universitas Muhamadiyah Surakarta (Skripsi) 2013	<i>Public Relations dan Media Relations</i> (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi <i>Media Relations</i> Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo)	Deskriptif kualitatif	Perbedaan penelitian Wahid Faysal Hakim dengan peneliti terletak pada objek yang ditelitinya, yaitu penelitian Wahid meneliti perusahaan Hotel Ibis dalam meningkatkan citra melalui media relations, sedangkan peneliti meneliti Lembaga Rumah Sakit Hasan Sadikin yang merupakan lembaga daerah. Wahid juga mengambil dua objek untuk informan penelitian, yaitu dari pihak Hotel Ibis Solo dan wartawan, sedangkan peneliti tidak

			mengambil sudut pandang dari wartawan.
Nia Noviana Iain Surakarta (Skripsi) 2017	Strategi <i>Media Relations</i> Hotel Lorin Solo Dalam Mempertahankan Citra	Deskriptif kualitatif	Perbedaan penelitian Nia Noviana terletak pada objek yang diteliti, yakni Nia meneliti perusahaan Hotel Lorin solo dalam mempertahankan citra melalui strategi <i>media relations</i> , sedangkan peneliti meneliti di lembaga pemerintahan RSUP Hasan Sadikin. Peneliti juga menggunakan konsep mengelola relasi, mengembangkan jaringan dan maembangkan strategi, sedangkan Penelitian Nia menggunakan teori tentang citra.
Yusran Nasir	Aktivitas <i>Media</i>	Deskriptif	Perbedaan penelitian

<p>Jurnal, volume 3, nomor 2, halaman 385-386.</p>	<p><i>Relations</i> Humas Pemerintah Kota Sabang dalam Membangun Hubungan Dengan Media Massa</p>	<p>kualitatif</p>	<p>Yusran Nasir terletak pada objek yang diteliti, yusran meneliti Pemerintah Kota Sabang dalam membangun hubungan dengan media massa, sedangkan peneliti meneliti lembaga RSHS. Peneliti juga menggunakan konsep mengembangkan strategi, mengembangkan jaringan dan mengelola relasi, sedangkan Yusran menggunakan <i>relationship management theory</i>.</p>
<p>Rita Herlina, Nela Widiastuti, Rani Rahmayani dan Eli Susana Jurnal, volume</p>	<p>Manfaat <i>Internet Corporate</i> sebagai <i>Media Relations</i> Hotel Java Retro &amp; Suites</p>	<p>Deskriptif kualitatif</p>	<p>Perbedaan penelitian Rita dkk terletak pada objek yang diteliti, rita dkk meneliti Hotel Java Retro &amp; Suites dalam hal memanfaatkan <i>Cyber Public Relations</i> sebagai</p>

<p>2, nomor 1, halaman 32- 39.</p>			<p><i>internet Corporate</i>, sedangkan peneliti meneliti di lembaga RSUP Dr Hasan Sadikin yang berfokus pada kegiatan <i>Media Gathering</i>.</p>
<p>Andi Refandi, Maylanny Christin dan Ayub Ifandy Imran Jurnal (Vol 4 No 2: 2016)</p>	<p><i>Strategi Media Relations Pt. Pelabuhan Tanjung Priok Dalam Menanggapi Krisis</i></p>	<p>Deskriptif kualitatif</p>	<p>Perbedaan penelitian Andi dkk dengan peneliti terletak pada subjek yang diteliti, penelitian andi bersubjek pada perusahaan yang sedang menghadapi krisis, sedangkan penelitian peneliti bersubjek pada menjaga citra lembaga yang berfokus pada kegiatan <i>Media Gathering</i>. Peneliti juga menggunakan konsep mengelola relasi, mengembangkan jaringan dan mengembangkan</p>

			strategi, sedangkan andi dkk menggunakan teori manajemen krisis
--	--	--	---

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

## 1.6 Landasan Teoritis

Penelitian ini membahas mengenai pengelolaan rumah sakit umum pusat dr hasan sadikin bandung dalam memberikan pelayanan umum kesehatan dan edukasi kesehatan kepada khalayak. Peran Humas dalam menyusun dan menjalankan strategi – strateginya untuk dapat menjalin sinergitas dengan pihak media secara maksimal dengan tujuan mendapatkan publikasi positif, merupakan upaya yang dilakukan oleh Humas Rumah Sakit Umum Pusat Hasan Sadikin Bandung dalam mempertahankan citra baik sebagai lembaga yang bertanggung jawab di masyarakat.

### 1.6.1 Model *Two-way Symmetric*

Penelitian ini menggunakan model *Two-way Symmetric* sebagai bentuk pendekatan dalam menggambarkan pola komunikasi yang dijalankan oleh humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dan media massa. Model tersebut merupakan salah satu model dari 4 model Teori Excellence yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt. Model seperti ini mengungkapkan bahwa suatu komunikasi propaganda kampanye dilakukan melalui pola komunikasi dua arah dan komunikasi timbal balik yang berimbang, model ini mampu menghindari terjadinya suatu konflik dengan lebih etis dalam penyampaian pesan – pesan melalui teknik komunikasi

persuasif untuk membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Penggunaan model *Two-way Symmetric* diharapkan proses pelaksanaan strategi *Media Relations* Humas RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung dalam mempertahankan citra lembaga dapat terkelupas dan terpaparkan dengan jelas.

### **1.6.2 Kerangka Konseptual**

Kegiatan *Media Relations* merupakan suatu strategi yang dilaksanakan oleh Humas di suatu perusahaan dengan tujuan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pihak media serta meningkatkan citra lembaga guna mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan konsep metode penelitian studi kasus strategi *Media Relations* humas RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung dalam mempertahankan citra lembaga.

#### **1. Strategi**

Tujuan perusahaan atau organisasi adalah untuk dapat menjangkau, berkomunikasi dan mendapatkan kepercayaan publik, sehingga humas harus menggunakan strategi dalam menjalankan aktivitasnya. Adnanputra dari Ruslan (2012: 133) menjelaskan bahwa strategi merupakan bagian integral dari rencana yang komprehensif dan komprehensif untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai dengan cara yang benar.

Hasil dari proses perencanaan yang dijalankan muncul dalam bentuk prosedur kerja yang dapat membantu pencapaian tujuan perusahaan. Strategi tersebut berupa langkah-langkah yang telah dirancang dan direncanakan dalam

proses perencanaan. Strategi kegiatan kehumasan sebenarnya menitikberatkan pada bagaimana memperoleh goodwill dari publik perusahaan.

Ruslan (2012:161) menjelaskan bahwa apabila strategi tersebut berhasil maka perusahaan akan memperoleh sikap, tindakan dan pandangan yang menguntungkan bagi perusahaan, dan memiliki citra yang baik bahkan reputasi yang baik.

Strategi yang dirancang oleh humas perusahaan berisikan rencana langkah – langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan dari perusahaan, setiap perusahaan memiliki tujuan yang berbeda – beda berdasarkan waktu dan situasi yang mereka hadapi, seperti memperoleh good will, meningkatkan brand awareness, dan mempertahankan citra positif memerlukan strategi yang efektif dan efisien.

## **2. *Media Relations***

Media Relations merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang terencana dan berkesinambungan yang bertujuan untuk menjaga hubungan antara organisasi dengan publik eksternalnya. Media yang berisi wartawan, redaktur, dan organisasi media merupakan bagian penting dari kegiatan Media Relations ini demi mendapatkan pemberitaan yang bersifat positif bagi perusahaan ataupun organisasi.

Iriantara (2019: 43) dalam buku yang ia tulis menjelaskan bahwa Media Relations merupakan salah satu kegiatan menjalin hubungan harmonis dengan publik eksternal perusahaan yakni dengan pihak media massa sebagai sarana

komunikasi antara organisasi dengan publik, serta bertujuan untuk mencapai keberhasilan perusahaan secara efektif dan efisien.

*Media Relations* merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan publiknya sebagai perusahaan yang bertanggung jawab, melalui *Media Relations* perusahaan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran publik terhadap kegiatankegiatan perusahaan. Berita yang dimuat oleh media massa dianggap lebih memiliki kredibilitas dibandingkan dengan tulisan yang dibuat sendiri oleh perusahaan karena media dianggap sebagai pihak ketiga yang independen.

Silva dalam Iriantara (2019: 58) memaparkan beberapa saran yang dapat digunakan dalam membangun hubungan baik dengan media, antara lain:

- 1) memiliki kontak yang dapat membangun dan menjaga hubungan relasi dengan media serta dapat memberikan informasi yang akurat, cepat dan terpercaya,
- 2) memiliki juru bicara yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari media,
- 3) menyiapkan diri untuk menangani permintaan informasi untuk memberikan siaran pers, konferensi pers, wawancara, artikel, berita, dsb,
- 4) hindari usaha untuk mempengaruhi penilaian profesional wartawan dengan segala macam bentuk insentif, seperti pemberian uang,
- 5) mengundang media untuk mengikuti semua kegiatan yang dipandang bisa menarik perhatian media,
- 6) berterima kasih dan mengakui peran awak media saat media membantu menyebarluaskan informasi tentang organisasi dan peristiwa terkait organisasi.

Media relations menurut Frank Jefkins adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas

dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan (Jefkins, 2000:98).

Hubungan harmonis yang telah terjalin tersebut semakin membuka kesempatan bagi perusahaan untuk mencapai publisitas dan pemberitaan dapat terkontrol sesuai dengan yang diharapkan Praktisi Humas. Salah satu tolok ukur keberhasilan *Media Relations* adalah ketika media dengan sukarela memberitakan mengenai kegiatan perusahaan. Bila media sampai bersedia menyediakan berita tanpa biaya, artinya hubungan baik antara organisasi dengan media telah terjalin dan selanjutnya bisa bekerja sama dalam kegiatan yang lainnya.

Praktisi *Public Relations* dalam menjalankan setiap program atau kegiatan - kegiatannya agar mencapai tujuan perusahaan dalam mendapatkan kepercayaan publik eksternal maupun publik internalnya membutuhkan strategi-strategi, salah satu strategi yang kerap dipakai oleh praktisi Public Relations adalah strategi menjalin hubungan baik jangka panjang dengan media atau disebut dengan strategi Media Relations.

Sub Bidang Humas RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung menjalin hubungan komunikasi dua arah dengan pihak media karena hubungan yang terjalin adalah hubungan yang saling membutuhkan. Perusahaan atau organisasi dalam keperluannya untuk mempublikasikan kegiatan yang telah dilakukan dan juga sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan publiknya yang lebih luas, begitupun media juga memerlukan berita terkait dengan lembaga

Untuk membantu peneliti dalam memperkuat penelitian ini, Penyusun juga menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Yosol Iriantara dalam buku

yang berjudul “Media Relations (konsep, pendekatan dan praktik)” edisi revisi, Iriantara (2019: 94-113) menjelaskan bahwa dalam melaksanakan kegiatan Media Relations terdiri dari tiga konsep strategi berikut.

1) Mengelola Relasi

Salah satu tugas seorang praktisi humas adalah membangun serta memelihara komunikasi dengan publik atau stakeholder-nya. Menjalinkan relasi dengan pihak media bertujuan agar perusahaan dapat menjangkau publik sasarnya dengan menjadikan media sebagai sarana mendengarkan suara publik dan berkomunikasi dengan publik-publiknya. Oleh karena itu, dalam konteks Media Relations mengelola relasi dengan pihak media massa menjadi sangat penting sebagai salah satu penunjang strategi tercapainya kegiatan Media Relations.

2) Mengembangkan Strategi Relasi

Setelah relasi antara perusahaan dengan pihak media terjalin, maka tahapan selanjutnya adalah dengan mengembangkan strategistrategi yang bisa digunakan untuk berkomunikasi dengan publikpublik perusahaan. Strategi tersebut merupakan kebijakan yang harus diambil melalui taktik-taktik untuk mencapai tujuan perusahaan seperti untuk meningkatkan brand awareness maupun merubah sikap masyarakat untuk lebih mendukung pada kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan oleh perusahaan.

3) Mengembangkan Jaringan

Mengembangkan jaringan menjadi salah satu aspek pokok dalam kegiatan menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan media, salah satu cara yang

bisa dilakukan dalam mengembangkan jaringan adalah dengan memasuki atau menjalin hubungan baik dengan organisasi-organisasi profesi seperti organisasi wartawan yang dihimpun dalam Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Asosiasi Jurnalis Independen (AJI), dan Asosiasi Jurnalis Televisi (AJTV). Relasi yang terjalin ini bertujuan untuk membuka peluang bagi perusahaan untuk menarik perhatian media dalam setiap kegiatan Media Relations yang dilakukan.

### **3. Citra**

Citra merupakan pandangan dari seseorang, perusahaan, masyarakat atau komite terhadap suatu lembaga, seseorang, perusahaan dan lain sebagainya. Philip Kotler (2009:299) menjelaskan bahwa citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra lembaga terbentuk oleh pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima oleh masyarakat dari berbagai sumber. Pengetahuan dan informasi tersebut membentuk persepsi masyarakat yang berpengaruh terhadap citra suatu lembaga, oleh sebab itu setiap lembaga senantiasa membangun citra positif di masyarakat karena dapat meningkatkan pertumbuhan dari eksistensi lembaga itu sendiri.

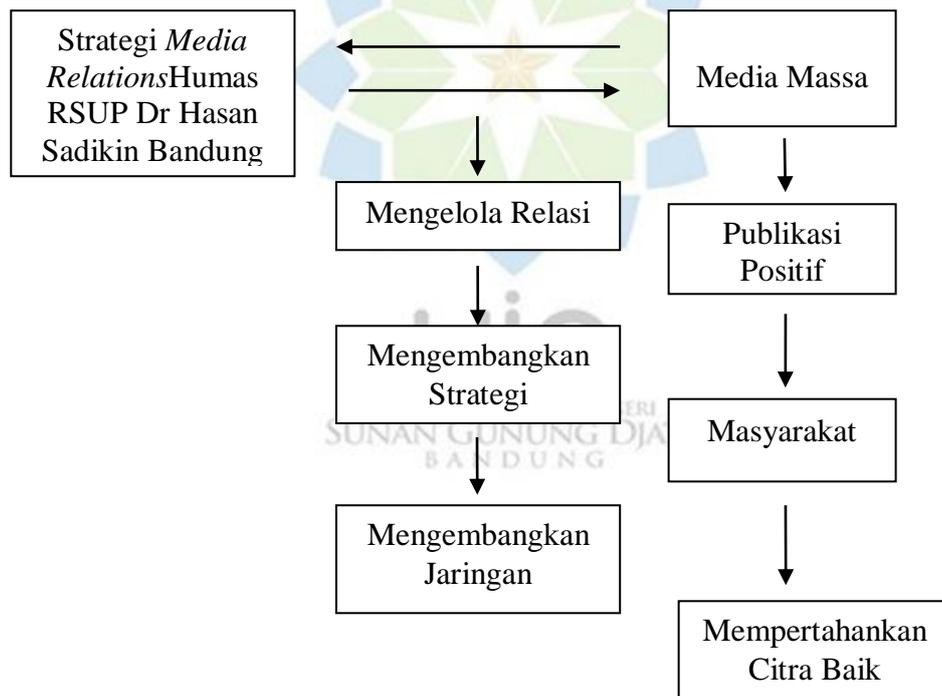
Menurut Ardianto terdapat 5 jenis citra yaitu :

- a) Citra bayangan, citra yang melekat pada orang atau anggota-anggota organisasi dan citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
- b) Citra yang berlaku, adalah kebalikan dari citra bayangan atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
- c) Citra yang diharapkan, adalah citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.

- d) Citra perusahaan atau citra lembaga, adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Suatu badan usaha yang memiliki citra positif lebih mendapat kepercayaan dari khalayak.
- e) Citra majemuk, banyaknya jumlah pegawai cabang atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi secara keseluruhan.

#### 4. Kerangka Konseptual

Adapun bagan kerangka konseptual penelitian yang sejalan dengan teori dan konsep yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1.2 Bagan Kerangka Konseptual

### 1.7 Langkah-Langkah Penelitian

#### 1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di Rumah Sakit Umum Pusat (RSUP) Dr. Hasan Sadikin bertempat di Jl. Pasteur, Pasteur, Kec. Sukajadi Kota Bandung 40161. Peneliti menjadikan Rumah Sakit Umum Pusat (RSUP) Dr. Hasan Sadikin Bandung sebagai tempat penelitian karena pada lokasi penelitian tersebut terdapat adanya ketersediaan sumber data dan informasi sebagai landasan tujuan untuk melakukan penelitian. Penelitian ini juga didasarkan pada fenomena yang peneliti lihat dan menjadikan fenomena itu sebagai tema untuk penelitian karena dirasa cocok dengan lembaga atau organisasi itu sendiri.

### **1.7.2 Paradigma dan Pendekatan**

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berasal dari pandangan suatu masyarakat atau cara masyarakat melihat dan mengamati suatu fenomena yang ada di sekitarnya, fenomena-fenomena yang ada di dalam masyarakat terbangun dan dikonstruksikan oleh masyarakat itu sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, Ardianto (2011:161) paradigma konstruktivisme merupakan suatu paradigma yang hanya melihat kebenaran dari fenomena sosial dan dijadikan konstruksi sosial. Paradigma konstruktivisme menjelaskan perilaku masyarakat atau seseorang terbentuk berdasarkan pembangunan lingkungan atau pengaruh lingkungan dari tanggapan terhadap diri sendiri.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini karena peneliti hanya melakukan pengamatan dan menjelaskan mengenai realitas sosial yang dapat digunakan sebagai data data penelitian. Menurut Arifin, (2012:140) memandang bahwa suatu pengetahuan tidak didapatkan dari sebuah

pengalaman terhadap fakta akan tetapi didapatkan dari suatu pemikiran terhadap subjek yang diteliti.

Paradigma konstruktivisme menjelaskan bagaimana perilaku seseorang, kelompok, organisasi, atau masyarakat yang terbentuk berdasarkan perkembangan lingkungan atau reaksi lingkungan terhadap akibat dari perubahan itu sendiri. Penyusun menggunakan paradigma konstruktivisme dalam melakukan penelitian ini karena berusaha untuk memahami proses dan interaksi sosial yang terjadi antara praktisi humas RSUP Hasan Sadikin Bandung dengan pihak media dengan mengkonstruksikan strategi Media Relations.

Penyusun menggunakan pendekatan interpretatif yaitu pendekatan yang berupaya untuk memperjelas suatu peristiwa ataupun fenomena yang memiliki keterkaitan dengan fenomena sosial. Newman (1997: 72) menjelaskan bahwa pendekatan interpretatif merupakan metode yang fleksibel, artinya pernyataan dan perilaku dapat memiliki banyak arti dapat diinterpretasikan oleh berbagai sudut pandang.

Pendekatan interpretatif Penyusun pilih karena dalam melakukan penelitian ini Penyusun menggunakan penelitian kualitatif dimana objek penelitian tidak akan berubah bahkan ketika Penyusun memasuki objek tersebut maupun ketika Penyusun keluar dari objek tersebut. Pendekatan interpretatif juga Penyusun pilih karena dapat lebih menginterpretasikan data – data yang ada serta Penyusun harap pendekatan interpretatif dapat menjelaskan bagaimana Strategi *Media Relations* RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam mempertahankan citra lembaga.

### **1.7.3 Metode Deskriptif-Kualitatif**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif kualitatif. Djam'an Satori (2011:23) berpendapat bahwa penelitian deskriptif kualitatif dilakukan untuk mencari kejadian-kejadian yang tidak dapat dijelaskan dengan angka tetapi lebih bersifat mendeskripsikan suatu tahapan kerja atau proses, tata cara, definisi mengenai berbagai konsep, ciri-ciri suatu objek dan masih banyak lainnya. Peneliti mencoba menjelaskan bagaimana Strategi *media relations* RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam mempertahankan citra lembaga.

Penyusun mencoba menjelaskan bagaimana strategi Media Relations Sub Bagian Humas RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung dalam mempertahankan citra lembaga melalui metode deskriptif-kualitatif dengan mendeskripsikan secara mendalam dan sistematis dari hasil analisis data dan fakta yang ditemukan dan dari hasil wawancara yang dilakukan selama proses penelitian.

### **1.7.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Jenis Data**

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yang merupakan data yang berbentuk sebuah kata-kata atau deskriptif, tidak dalam bentuk sebuah angka atau bilangan. Peneliti menggunakan jenis data kualitatif karena pada penelitian ini karena peneliti hanya menjelaskan dengan bentuk kata katakata atau deskriptif dan tidak menggunakan data dalam bentuk angka atau bilangan. Data kualitatif pada penelitian ini merupakan jawaban dari fokus penelitian yang ada pada fokus penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu

mengenai Strategi *media relations* RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam mempertahankan citra lembaga.

## **2. Sumber Data**

Data asal dalam penelitian ini terdapat dua bagian, yaitu sebagai berikut:

- a. Sumber data primer, di mana di dalamnya yang menjadi sumber referensi pertama yaitu kepala bagian dan para staf atau anggota praktisi Bagian Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung.
- b. Sumber data sekunder, yang menjadi sumber data sekunder penelitian ini merupakan data yang tidak didapat dari narasumber, tetapi didapat dari bentuk dokumen resmi perusahaan dan literatur yang didapat dari Bagian Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dan pihak yang berkaitan seperti majalah, website resmi lembaga, annual report, arsip dan lainnya yang dapat digunakan sebagai data sekunder.

### **1.7.5 Penentuan Informan atau Unit Informan**

Peneliti menentukan informan sebanyak tiga orang dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah:

1. Informan para staff Bagian Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung.
2. Informan terlibat langsung dalam kegiatan Media relations.

### **1.7.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik *in depth interview* (wawancara mendalam). Wawancara mendalam dilakukan dengan menemui informan secara tatap muka dan melalui daring dikarenakan kondisi

COVID-19, untuk mendapatkan informasi dan data lengkap yang mendalam. Informan akan diberikan pertanyaan-pertanyaan terkait dengan penelitian ini, namun peneliti tidak akan terfokus pada panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya. Pertanyaan di luar dari panduan wawancara akan diajukan jika dirasa perlu dan bersifat mendalam. Hal ini dilakukan agar informasi yang didapatkan bersifat konkret dan mendalam.

### **1.7.7 Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan proses pencarian, mengolah dan menyusun secara sistematis data yang telah didapat dengan cara mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam sebuah pola, hingga membuat kategori dan kesimpulan agar dapat dipahami.

Metode analisis data yang akan digunakan oleh peneliti merupakan analisis model Miles dan Huberman dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif (Moelong, 2002: 248). Data yang dianalisis terbagi menjadi tiga bentuk yaitu:

#### **1. Reduksi Data**

Tahap pertama dalam penelitian ini yaitu reduksi data. Menurut Miles dan Huberman (2009:16) berpendapat bahwa reduksi data merupakan proses memilih, memutar, penyederhanaan, pengabstrakan dan perubahan data kasar yang ada dilapangan, sehingga data yang diperoleh tersebut dapat menjadi gambaran yang jelas mengenai hasil pengamatan dan wawancara mengenai Strategi *media relations* RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam Mempertahankan Citra Lembaga. dalam proses tahap pertama yaitu reduksi data peneliti mendapatkan data dari bebrbagai sumber pendukung

data yaitu melalui pra wawancara, data-data yang disediakan di *website* resmi dan data-data yang sudah dimuat di media *online* maupun media *offline*.

## 2. Penyajian Data

Tahap kedua dalam teknik analisis data yaitu penyajian data, yaitu dimana informasi yang sudah terkumpul dan tersusun sehingga dapat dilakukan penarikan kesimpulan dan mengambil tindakan, dalam penelitian kualitatif biasanya penyajian data disajikan secara singkat contohnya seperti adanya grafik, tabel, bagan dan lain sebagainya. Tujuan penyajian data tersebut yaitu agar pembaca yang membaca penelitian tersebut dapat lebih mudah mengerti mengenai maksud dan tujuan dilakukannya penelitian tersebut dan dapat lebih memahami mengenai bagaimana proses Strategi *media relations* Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam Mempertahankan Citra Lembaga.

## 3. Penarikan Kesimpulan

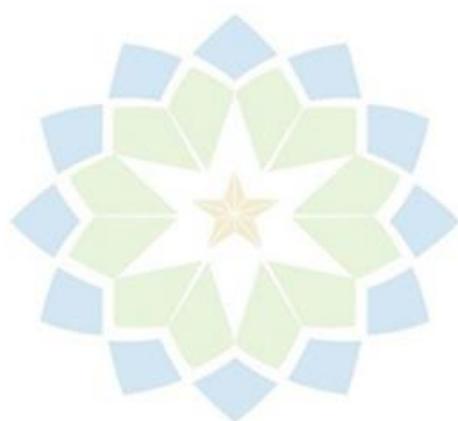
Tahap yang terakhir dalam teknik analisis data yaitu kesimpulan, kesimpulan merupakan proses penarikan hasil akhir dari semua proses atau tahapan yang dilakukan. Peneliti membuat sebuah kesimpulan berdasarkan sebuah data yang sudah diproses melalui tahap pertama dan kedua yaitu reduksi data dan penyajian data. Penarikan kesimpulan tidak selamanya akan memiliki kesimpulan yang sama setiap waktunya akan tetapi kesimpulan dapat berubah apabila ditemukan data yang kuat untuk melakukan proses pengumpulan data berikutnya. Penarikan kesimpulan

juga membutuhkan bukti yang kuat, bukti didapatkan dari tahap pertama dan kedua yaitu adanya reduksi data dan penyajian data selain itu penarikan kesimpulan juga harus melampirkan data yang sudah ditemukan di lembar lampiran di halaman akhir.

### 1.7.8 Rencana Jadwal Penelitian

Daftar Kegiatan	Januari 2021	Februari 2021	Maret 2021	Agustus 2021	September 2021	Desember 2021
<b>Tahapan Pertama : Observasi dan Pengumpulan Data</b>						
Sidang Proposal						
Revisi Proposal						
<b>Tahapan Ketiga : Penyusunan Skripsi</b>						
Pelaksanaan Penelitian						
Penulisan laporan dan Pengolahan Data						
Bimbingan Skripsi						
<b>Tahapan Keempat : Sidang Skripsi</b>						
Bimbingan Akhir Skripsi						
Sidang Skripsi						
Revisi Skripsi						

Tabel 1.3 Rencana Jadwal Penelitian



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG