

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa terutama jasa rumah sakit, akan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap pasiennya. Pelayanan yang baik bisa dalam bentuk terbaru yang ditetapkan oleh suatu perusahaan. Dalam penyampaian informasi tersebut agar tidak terdapat salah pengertian dari para pasiennya maka dibutuhkan seorang Humas.

“*Public relations* adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari mereka. Pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya”. (W. Emerson Reck dalam Abdurrachman, 1995 : 25)”.

Seorang humas harus dapat mengembangkan hubungan yang harmonis antara pihak perusahaan dengan pihak pelanggan dan untuk meningkatkan citra perusahaan. Sesuai dengan definisi humas yang dikemukakan diatas, “Tujuan Public relations yaitu mengembangkan goodwill dan memperoleh opini publik yang favourable atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, baik eksternal maupun internal” (Abdurrachman, 1995 : 34).

Bidang profesi Humas merupakan salah satu aspek manajemen yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Kehadirannya dibutuhkan

karena PR merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting PR sebagai “sumber informasi terpercaya kian ramai pada era globalisasi dan banjir informasi seperti saat ini”(Anggoro dalam Jurnal Public relations, 2002 : 10).

Humas dapat menjadi efektif dalam kegiatan rumah sakit apabila menopang fungsi *marketing* dan harus terlebih dahulu diperjelas dalam perencanaan marketing. Perencanaan harus matang dalam menentukan sasaran dan target perusahaan, yaitu dengan penerapan strategi dan taktik promosi untuk penjualan suatu produk. Dalam hal ini humas alat untuk memperkuat fungsi manajemen perusahaan dan mendukung tujuan pemasaran. Peran humas pada bisnis rumah sakit sangatlah penting dalam rangka lebih memantapkan keberadaannya di tengah masyarakat. Humas mempunyai peran untuk meyakinkan calon pasien rumah sakit untuk mau berobat di rumah sakit. Selain kegiatan eksternal ini, public relation juga memiliki kegiatan internal.

Hubungan dengan publik diluar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak. Perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Penciptaan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umumnya. Salah satunya dengan melakukan komunikasi dengan media secara informatif dan persuasif. Informasi yang disampaikan melalui media, semuntuk memberikan hasil yang sempurna berdasarkan fakta yang sebenarnya. Secara persuasif, komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan (publik) sehingga timbul rasa tertarik.

Masalah yang perlu dipecahkan dalam kegiatan media relations humas meliputi bagaimana memperluas pasar bagi produksinya, memperkenalkan produksinya kepada masyarakat mendapatkan penghargaan dan penerimaan dari publik maupun masyarakat dan meningkatkan citra dan memelihara hubungan baik dengan media, mengetahui sikap dan pendapat publik terhadap perusahaan, memelihara hubungan baik dengan wartawan dan pers. Memelihara hubungan baik dengan publik dan pemasok yang berhubungan dengan operasional perusahaan dan mencapai rasa simpatik dan kepercayaan dari publik dalam masyarakat. Tindakan-tindakan yang harus dilakukan oleh humas seperti :

1. Menganalisa dan menilai sikap dan opini publik yang menanggapi kebijaksanaan pimpinan perusahaan dalam menggerakkan pegawainya dan menerapkan metodenya
2. Mengadakan koreksi dan saran kepada pimpinan perusahaan, terutama kegiatan yang mendapat sorotan atau kritikan publik
3. Mempersiapkan bahan-bahan penerangan dan penjelasan yang jujur dan objektif agar publik tetap memperoleh kejelasan tentang segala aktivitas dan perkembangan perusahaan
4. Ikut membantu pimpinan dalam hal menyusun atau memperbaiki formasi staf ke arah yang efektif
5. Mengadakan penyelidikan atau penelitian tentang kebutuhan, kepentingan dan selera publik akan barang-barang yang dihasilkan perusahaan.

Kegiatan media relations ini ditujukan untuk publik eksternal organisasi/ Perusahaan, yaitu keseluruhan elemen yang berada di luar perusahaan yang tidak

berkaitan secara langsung dengan perusahaan, seperti masyarakat sekitar perusahaan, pers, pemerintah, konsumen, pesaing dan lain sebagainya.

Dalam membangun hubungan baik dengan pihak wartawan, maka seringkali timbul salah persepsi di antara praktisi Public Relations pemula terhadap profil wartawan yang dihadapinya. Kesalahan persepsi itu dikarenakan adanya informasi yang tidak benar atau keliru mengenai profesi dan karakter wartawannya. Berikut ini adalah mitos (sesuatu yang tidak selalu sesuai dengan kenyataan) yang berkaitan dengan wartawan. melalui kegiatan untuk meningkatkan citra ini, diharapkan dapat menciptakan kedekatan dan kepercayaan publik eksternal dan wartawan. Dengan begitu maka akan tercipta hubungan yang harmonis antara organisasi/ perusahaan dengan publik eksternalnya, sehingga dapat menimbulkan citra baik atas perusahaan dimata publiknya. Salah satu kegiatan humas adalah menggunakan media *relations*.

Kegiatan yang dilakukan humas RSUP Dr. Hasan Sadikin ini adalah untuk meningkatkan citra perusahaan. Dalam hal ini jelas sekali fungsi sebuah Humas yaitu memiliki peran dalam menentukan sukses atau tidaknya misi dan visi perusahaan. Dalam mengadakan suatu kegiatan, yang perlu diperhatikan oleh Public relations antara lain : bentuk kegiatan, sifat kegiatan, dan biaya kegiatan. (KBBI 2011). Adapun kegiatan – kegiatan yang dilakukan PR dalam perusahaan diantaranya terbagi menjadi kegiatan ke dalam Internal dan Eksternal.

Media relations adalah kegiatan yang dilakukan oleh humas dengan tujuan untuk menjalin hubungan baik dengan pihak media massa yang dalam hal ini diwaliki oleh para wartawan atau jurnalis. Menurut Frank Jefkins, *media relations* 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 persahaan yang bersangkutan”(2000:98). Saat organisasi berkeinginan adanya publikasi maka pimpinan akan menugaskan humas untuk menghubungi media dan mengundang mereka saat acara yang dimaksud diselenggarakan. Media relations tidak hanya terkait dengan kepentingan sepihak organisasi saja atau media massa saja melainkan kedua pihak memiliki kepentingan yang sama. Dengan demikian akan membuat hubungan kerja sama menjadi win-win solutions. Dalam upaya membina hubungan pers ini maka humas akan melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan wartawan melalui media relations.

Tujuan dari terbentuknya kegiatan, pesan dan media yang digunakan yaitu tercapainya sebuah motivasi kerja. Menurut Dr Singgih Dirgagunarsa Motif adalah dorongan atau kehendak menjadi yang menyebabkan timbulnya semacam kekuatan agar seseorang berbuat atau bertindak, dengan perkataan lain bertingkah laku karena tingkah laku tersebut dilatar belakangi oleh adanya motif,disebut motivasi. Setiap perusahaan memiliki banyak kegiatan baik kegiatan yang bertujuan untuk para pihak publik intern maupun bentuk kegiatan untuk pihak publik ekstern perusahaan, yang bertujuan untuk menunjukan eksistensi perusahaan tersebut. Kegiatan-kegiatan tersebut telah dirancang bahkan telah ada

yang sukses dilaksanakan. Kegiatan bisa berupa kegiatan rutin maupun kegiatan insidentil.

Seorang public relations memiliki tanggung jawab dalam menjaga hubungan baik antara pihak internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Dalam internal perusahaan seorang Public Relations harus mampu menciptakan keharmonisan karyawan perusahaan serta dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan dengan menciptakan kegiatan-kegiatan yang dapat mempererat tali persahabatan antar karyawan dan wartawan. Karyawan merupakan salah satu bagian penting bagi perusahaan, karena keberhasilan perusahaan dapat terlihat baik apabila memiliki karyawan yang produktif dan memiliki kontribusi untuk perusahaannya.

Penyelenggaraan kegiatan media relations ini bertujuan untuk mengontrol opini-opini miring yang berkembang dan menyebar di masyarakat, dan meningkatkan citra perusahaan serta nama baik Dr. Hasan Sadikin Bandung yang sempat ternoda karena khasus bayi hilang yang terjadi di Dr. Hasan Sadikin Bandung, tercapainya tujuan kegiatan media relations ini tidak luput dari proses perencanaan yang matang, pengumpulan data, merumuskan permasalahan, perencanaan program dan evaluasi oleh Dr. Hasan Sadikin Bandung sebagai pihak yang bertanggung jawab sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh pihak Dr. Hasan Sadikin Bandung kepada khalayak ramai melalui kegiatan media relations sesuai dengan target atau tujuan. Disini penulis tertarik untuk meneliti tentang “*Peranan Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam Meningkatkan citra perusahaan Melalui Media Relations*”

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam kegiatan ini, akan dilakukan pengamatan dan pengkajian terhadap kegiatan yang mencakup bagaimana proses media relations dalam menjaga nama baik di RS. Hassan Sadikin Jawa Barat.

Dari uraian diatas pada penelitian ini rumusan masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana *Peranan humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam Meningkatkan citra perusahaan Melalui Media Relations*, sebagai berikut :

1. Bagaimana **Kegiatan** yang dilaksakan humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relations?
2. Bagaimana **Pesan** yang disampaikan humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relations?
3. Bagaimana **Media** yang digunakan humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relations?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan **Peranan humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relations**

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Kegiatan** yang di laksanakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan sadikin bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relation.

2. Untuk mengetahui **Pesan** yang disampaikan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relation.
3. Untuk mengetahui **Media** yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relation.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini berguna sebagai pengembangan kajian Public relations secara umum dan khususnya kegiatan humas yaitu media relations.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Pada prinsipnya penelitian merupakan suatu penerapan dari teori menjadi praktek, maka dibawah ini akan diuraikan kegunaan penelitian untuk Aplikasi Teoritis, untuk Akademis atau Perguruan Tinggi dan untuk Perusahaan.

1. Untuk peneliti Ilmu

Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan peneliti dibidang komunikasi khusunya humas, serta bermanfaat dan berguna bagi penulis dalam mengaplikasikan keilmuan yang selama ini diterima secara teori.

2. Untuk Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia dan mahasiswa Public relations secara khusus sebagai referensi atau literatur bagi mahasiswa yang akan melaksanakan penelitian pada kajian yang sama.

3. Untuk RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung

Hasil penelitian ini berguna untuk masukan dan evaluasi dalam penyelenggaran kegiatan media relations untuk penyampaian informasi kepada publiknya.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah ditemukan, peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Pengertian peranan menurut Soerjono Soekanto (2002:243) adalah sebagai berikut:

”Peranan adalah merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia melakukan suatu peranan”. (Soekanto, 2002:243)

Konsep tentang peran (role) menurut Komarudin (1994 ; 768) dalam buku ”Ensiklopedia Manajemen” mengungkapkan sebagai berikut :

1. Bagian dari tugas utama yang harus dilakukan oleh manajemen.
2. Pola perilaku yang diharapkan dapat menyertai suatu status.
3. Bagian suatu fungsi seseorang dalam kelompok / pranata.
4. Fungsi yang diharapkan dari seseorang atau menjadi karakteristik yang ada padanya.

5. Fungsi setiap variabel dalam hubungan sebab-akibat.

Pengertian peranan menurut Rhenald Kasali (2006:31) yaitu : "Peranan adalah untuk mencapai tujuan yang diinginkan perlu membuat kegiatan, apa pesannya dan media apa yang digunakan. (Khasali, 2006:31) Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diambil pengertian bahwa peranan merupakan penilaian sejauh mana fungsi seseorang atau bagian dalam menunjang usaha pencapaian tujuan dalam kegiatan, isi pesan yang disampaikan dan media yang ditetapkan atau ukuran mengenai hubungan dua variabel yang mempunyai hubungan sebab-akibat.

Media relations menurut Sam Black dan Melvin Sharpe adalah "menjelaskan media relations lebih kepada hubungan antara organisasi dengan media. Defenisinya adalah hubungan antar suatu organisasi dengan pers, radio dan televisi secara dua arah atau dua pihak". (1988:37). Dalam menyelenggarakan media relations, praktisi PR pada umumnya memiliki event-event spesial untuk mengundang wartawan ataupun redaktur. Salah satu event spesial yang diselenggarakan humas untuk menjalin hubungan positif antara keduanya contohnya media relations.

Media relations adalah kegiatan yang dilakukan oleh humas dengan tujuan untuk menjalin hubungan baik dengan pihak media massa yang dalam hal ini diwaliki oleh para wartawan atau jurnalis. Menurut Frank Jefkins, media relations 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 persahaan yang

bersangkutan”(2000:98). Saat organisasi berkeinginan adanya publikasi maka pimpinan akan menugaskan humas untuk menghubungi media dan mengundang mereka saat acara yang dimaksud diselenggarakan. Media relations tidak hanya terkait dengan kepentingan sepihak organisasi saja atau media massa saja melainkan kedua pihak memiliki kepentingan yang sama. Dengan demikian akan membuat hubungan kerja sama menjadi win-win solutions. Dalam upaya membina hubungan pers ini maka humas akan melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan wartawan melalui media relations

Memberikan informasi adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu ataupun profesi humas suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan setiap manusia dalam berbagai kegiatan manusia agar bisa tercapainya publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang. Dengan adanya humas maka berbagai kegiatan akan berjalan dengan efektif dan komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat penting, karena dengan komunikasi dapat menjembatani segala bentuk ide yang akan disampaikan seseorang. Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang di mengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikant.

Adapun pengertian media menurut Santoso S. Hamijoyo yang dikutip oleh Siti Uriana Rahmawati dalam handout Pengertian, Peranan dan Fungsi Media Pembelajaran adalah : “Semua bentuk perantara yang dipakai orang penyebar ide,

sehingga ide atau gagasan itu sampai pada penerima. Media merupakan segala bentuk yang digunakan untuk proses penyaluran informasi". (Rahmawati, 2010:3)

Unsur-unsur media komunikasi atau media yang digunakan humas, dipahami dalam konteks pemilihan media yang sesuai dengan ciri-ciri dan sifat publik yang dikelola hubungannya oleh suatu organisasi. Jelasnya media komunikasi yang digunakan adalah yang sesuai dengan ciri publik eksternal dan publik eksternal dari suatu organisasi. Publik internal adalah karyawan, pemegang saham, dan hubungan industrial; sedangkan publik eksternal adalah komunitas sekitar organisasi, konsumen, pemerintahan, media pers.

Dengan media dalam suatu perusahaan untuk menciptakan public, menentukan issue, memberikan kesamaan kerangka pikir dan menyusun perhatian public. Dalam hal ini bisa menggunakan komunikasi massa yang dimana pada satu sisi mengandung pengertian suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan disisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan dan dikonsumsi oleh audience. (William F. Arens, 1999:310).

Tujuan dari terbentuknya kegiatan, pesan dan media yang digunakan yaitu tercapainya sebuah motivasi kerja. Menurut Dr Singgih Dirgagunarsa Motif adalah dorongan atau kehendak menjadi yang menyebabkan timbulnya semacam kekuatan agar seseorang berbuat atau bertindak, dengan perkataan lain bertingkah laku karena tingkah laku tersebut dilatar belakangi oleh adanya motif, maka disebut tingkah laku bermotivasi.

1.5.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Pada kerangka pemikiran konseptual ini, peneliti akan mengaplikasikan definisi yang di angkat ke dalam masalah penelitian definisi definisi yang di sajikan pada kerangka pemikiran teoritis di aplikasikan pada masalah penelitian, bedasarkan kerangka teoritis di atas, maka dalam sub bab ini penulis akan memamparkan kerangka konseptual bedasarkan pada teori peranan.

a. Kegiatan

Melakukan **kegiatan** yang dilaksanakan, yaitu bentuk, sifat, dan biaya yang harus dikeluarkan, sebagai hasil perencanaan Humas RSUP Dr hasan sadikin bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relation.

b. Pesan

Selain itu juga **pesan** yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam penyelenggaraan media relations ini harus mencakup isi pesan, sifat pesan dan bentuk pesan, yang dimana dapat menjadi suatu informasi yang dapat dimengerti dan dipahami oleh publik.

c. Media

Tentunya **media** yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam memberikan informasi kepada publik eksternal RSUP Dr. Hassan Sadikin Bandung melalui media relations.

1.6 Pertanyaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, diketahui adanya suatu variabel yang diukur sebagai pertanyaan penelitian yaitu dengan menggunakan variable Peranan. Untuk lebih jelasnya pertanyaan penelitian tersebut akan dibahas pada sub bab dibawah ini:

Pertanyaan untuk Ka.Subbag Humas (informan kunci)

1. Bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relation?
 - a. Apa saja kegiatan pada saat dilaksanakan media relations?
 - b. Bentuk kegiatan apa yang dilakukan oleh humas rsup dr hasan sadikin bandung?
 - c. Siapa saja yang terlibat dalam kegiatan media relation??
 - d. Dimana kegiatan media relation tersebut dilaksanakan?
 - e. Apa tujuan dari diadakannya media relation?
 - f. Sejak kapan kegiatan media relation dilaksanakan?
 - g. Apakah kegiatan media relation tersebut dilakukan secara rutin?
2. Bagaimana pesan yang disampaikan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relations?
 - a. Apa saja pesan yang disampaikan dalam kegiatan media relation ?
 - b. Dalam bentuk apa pesan yang disampaikan dalam kegiatan media relations?
 - c. Apakah yang menjadi daya tarik pesan yang di sampaikan pada kegiatan media relation??

- d. Apakah pesan yang disampaikan dapat diserap dengan baik oleh publik eksternal pada saat dilaksanakannya kegiatan media relation?
 - e. Siapa yang membuat pesan dalam kegiatan media relations?
3. Bagaimana media yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan melalui media relation?
- a. Media apa yang digunakan untuk menyampaikan kegiatan media relation?
 - b. Siapa yang merancang media tersebut untuk kegiatan media relations?
 - c. Apakah media tersebut efektif digunakan untuk kegiatan media relation?
 - d. Bentuk media apa yang dipakai dalam melaksanakan kegiatan media relation
 - e. Apakah media tersebut efektif digunakan dalam melaksanakan kegiatan media relation

1.7 Subjek dan Informan Penelitian

1.7.1 Subjek Penelitian

Dalam suatu penelitian agar berjalan dengan baik dan efektif dengan data yang akurat, maka peneliti sangat memerlukan subyek penelitian. Menurut Sanapiah Faisal (2000:109) subyek penelitian memiliki pengertian yaitu :

”Menunjuk pada orang atau individu atau kelompok yang dijadikan unit / satuan (kasus) yang diteliti dan bagian dari yang diamati disebut informan”. (Sanapiah, 2000:109)

Subjek Penelitian pada penelitian ini adalah Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung yang berjumlah 16 orang. Untuk lebih jelasnya subyek penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1

Tabel Data Staf Humas RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung

NO	NAMA	JABATAN
1	Dr. Nurul Wulandhani	Ka. Subbag Humas & Protokoler
2	Tateng Sugandar	Koordinator Central Operator Telepon
3	Drs. Dudi Abdul Rozak, MARS	Koordinator Publikasi & Wartawan
4	Dra. Ani Muljani	Koordinator Humas & Protokoler
5	Dudung	Koordinator Promosi Kesehatan
6	Sri Isnaeni Djamilia	Pelaksana Tata Usaha
7	Lumintuningsih	Pelayanan Informasi IGD
8	Gina Mandalena	Pelayanan Informasi IGD
9	Robi Somantri	Pelayanan Informasi IGD
10	Ekie S Adrian	Mengkoordinasi Wartawan
11	Yayan Achyani	Staf Operator Central Telepon
12	Nina Herlina	Staf Operator Central Telepon
13	N. Solihat	Staf Operator Central Telepon
14	Agus Supriyatna	Staf Operator Central Telepon
15	Cece Suherman	Staf Operator Central Telepon
16	Agustiar	Staf Operator Central Telepon

Sumber : Penelitian, tahun 2014

Teknik penelitian yang dilakukan menggunakan teknik *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan. Peneliti mengambil informan khusus dibagian Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung yaitu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Informan Penelitian

NO	NAMA	JABATAN
1	Dra. Ani Muljani	Koordinator Humas & Protokoler
2	Ekie Adrian, Amd	Hubungan Wartawan

Sumber : Penelitian, tahun 2014

Tabel 1.3
Key Informan Penelitian

NO	NAMA	JABATAN
1	Muhammad Iqbal	Wartawan Tribun Jabar

Sumber : Penelitian, tahun 2014

Informan dalam penelitian ini adalah bagian dari Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung yang berjumlah 2 orang. Informan yang diambil menurut bagian yang menangani kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung, khususnya merupakan sumber bagi peneliti dan merupakan sumber yang mengetahui, mengatur, menangani dan mengkoordinir seluruh kegiatan dan aktivitas yang ada di bagian Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin

Bandung dan tentunya sangat berpengaruh dalam penyelenggaraan Media relation ini karena 2 orang informan ini merupakan bagian yang menyusun tujuan, mengecek ulang, dan menyelenggarakan media *relations*.

1.8 Metode Penelitian

Pada pendekatan penelitian yang digunakan yaitu Pendekatan Penelitian Kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan yaitu Metode Penelitian Deskriptif. Menurut Straus and Corbin (1997), seperti yang dikutip oleh Basrowi dan Sukidin (2002:11) bahwa :

”Penelitian Kualitatif (*Qualitative Research*) merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistika atau cara kuantifikasi lainnya”. (Basrowi dan Suksidin, 2002:11)

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang utuh, komprehensif dan holistic. (Bugdon, 1982:22) Menurut Rakhmat dalam bukunya ”Metode Komunikasi” mengemukakan bahwa Penelitian Deskriptif mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang melukiskan masalah yang ada.
2. Mendefinisikan masalah atau memeriksa kondisi praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.

4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama pada masa yang akan datang. (Rakhmat, 1977:24)

Sementara itu definisi dari Metode Penelitian Deskriptif yaitu:

”Suatu metode penelitian yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat”. (Rakhmat, 2002:22)

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif yaitu hanya menggambarkan fenomena yang terjadi dari objek yang diteliti, dalam hal ini adalah Peranan Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung Dalam Meningkatkan citra perusahaan melalui media relations.

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik Pengumpulan Data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1.9.1 Wawancara Mendalam

Wawancara adalah “teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pertanyaan lisan kepada subjek penelitian, baik dilakukan melalui tatap muka atau wawancara telepon”. (Ruslan, 2003:306) Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan suatu data atau informasi secara langsung tentang masalah yang dibahas yaitu berupa keterangan langsung yang didapat dari Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung maupun objek yang diteliti.

1.9.2 Studi Pustaka

Studi Kepustakaan adalah memanfaatkan buku, modul penyelenggaraan Guntingan Berita RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dan sumber bacaan lain

untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian sehingga data-data yang tercantum dalam penulisan lebih bersifat akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Studi pustaka memiliki pengertian yaitu : "Pendayagunaan sumber informasi di perpustakaan dan jasa informasi dari literature lainnya yang tersedia". (Singarimbun, 1987:79) Teknik yang digunakan dengan melalui teori-teori, pendapat pendapat serta pokok pikiran yang terdapat dalam literatur atau terbitan khusus yang ada relevansinya dengan masalah yang akan diteliti.

1.9.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah pemberian atau pengumpulan bukti-bukti dan dokumen penting yang disimpan sebagai bentuk pembuktian nyata atau kebutuhan pribadi dan perusahaan. (Menurut Kamus Bahasa Indonesia Modern oleh Muhammad Ali, 2009) Teknik yang digunakan dengan cara memfoto objek yang diteliti dalam setiap aktifitas yang dilakukan oleh peniliti, sehingga masalah yang diteliti memiliki suatu bukti atau dokumen yang nyata.

1.9.4 Internet Searching

Teknik dengan menggunakan media teknologi jaringan internet sebagai bahan untuk mendapatkan atau mengumpulkan data yaitu dengan melakukan penelusuran data online. Internet Searching memiliki pengertian yaitu “ Suatu pencarian data melalui website guna melengkapi data penelitian yang saling terhubung keseleuruhan dunia dan merupakan sumber daya informasi suatu database atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap”. (Lani Sidharta, 1996:10) 25

1.10 Teknik Analisis Data

Teknik Analisa Data yang digunakan yaitu dengan cara data yang telah dikumpulkan selanjutnya diperiksa (*editing*), guna untuk memastikan kesempurnaan dari setiap instrumen pengolahan data. Setelah data diperiksa, kemudian data tersebut diberi kode (*coding*) pada setiap data yang terkumpul disetiap instrumen dan diolah untuk melihat hasilnya, kemudian data tersebut dianalisa dan diberi penjelasan dihubungkan dengan teori-teori yang relavan. Untuk lebih jelasnya, setelah data yang diperlukan untuk penelitian, selanjutnya data tersebut akan diolah dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.
2. Klasifikasi data, yakni proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar dari catatan tertulis laporan/penelitian, membuat ringkasan, penggolongan kategori jawaban dan kualifikasi jawaban responden/informan atau penelitian.
3. Analisis data, yakni penyusunan penyajian kategori jawaban informan atau kecenderungan informan diserta analisis awal terhadap berbagai temuan data di lapangan sebagai proses awal dalam pengolahan data. Proses akhir analisis penelitian dan pembahasan yang didasarkan pada rujukan berbagai teori yang digunakan dimana di dalamnya ditentukan suatu kepastian mengenai aspek teori dan kesesuaian atau ketidaksesuaian dengan fakta hasil penelitian di lapangan.

1.11 Lokasi dan Waktu

1.11.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung, Jl. Pasteur No. 38 Bandung 40161 Jawa Barat, Indonesia.

Phone : (022) 2034953, 2034954, 2034955

Fax : (022) 2032216, 2032533

E-mail : perjandirum@rshs-bandung.co.id, _rshs@yahoo.com,
humas@rshs.or.id

Sms Hotline : 08122005054

1.11.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian tersebut dilakukan selama 5 bulan, terhitung dari bulan April 2014 s.d Juli 2014.

1.12 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab awal dari keseluruhan yang berisikan antara lain : Latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, kerangka konseptual, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, teknik analisis data, populasi dan sampel, lokasi dan waktu penelitian dan sistematik penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Bab ini, berisikan mengenai teori-teori dan definisi-definisi yang dapat membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian. Antara lain tinjauan mengenai, tinjauan tentang Hubungan Masyarakat, tinjauan peranan, tinjauan seorang humas , tinjauan tentang kegiatan eksternal,tinjauan humas dan tinjauan tentang media relations

BAB III : OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini memberikan gambaran tentang objek yang diteliti yaitu Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Hasan Sadikin Bandung, mengenai sejarah RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung, visi dan misi, logo dan arti logo, struktur organisasi RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung secara keseluruhan dan *job description*.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti menggambarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan cara wawancara dan studi kepustakaan serta informasi-informasi dari literatur lain.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini, peneliti mencoba menarik kesimpulan dari penelitian yang telah peneliti lakukan, serta mencoba memberikan masukan atau saran yang baik bagi mahasiswa, maupun bagi pihak Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung.