BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan perusahaan-perusahaan di Indonesia semakin berkembang pada saat ini. Dari sekian banyak lingkup bisnis, ada satu jenis bisnis yang terjun langsung dalam pemasaran pelayanan jasa bagi konsumen, yaitu bisnis rumah sakit. Rumah sakit merupakan salah satu contoh bisnis dengan arah pelayanan konsumen. Berbeda dengan bidang-bidang usaha atau bisnis lainnya, produk utama rumah sakit adalah jasa yang tidak dapat dibawa mendekati konsumen. Hal ini menyebabkan konsumenlah yang harus menuju rumah sakit. Perkembangan rumah sakit saat ini tumbuh sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat diantara penyelenggara jasa rumah sakit mulai dari rumah sakit swasta maupun pemerintah. Salah satunya mereka berlomba, menawarkan berbagai fasilitas, kualitas pelayanan dan penyajian sebaik mungkin untuk memberikan nilai tambah pada pelayanan yang ditawarkannya. Upaya tersebut dilakukan agar bertahan ditengah persaingan yang sangat ketat dan tetap menjadi pilihan utama bagi tamu yang akan berobat ke rumah sakit.

Dalam suatu organisasi atau 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 penyampaian informasi mengenai produk-produk terbaru ataupun kebijakan terbaru yang ditetapkan oleh suatu perusahaan. Dalam penyampaian informasi

tersebut agar tidak terdapat salah pengertian dari para pasiennya maka dibutuhkan seorang *Public relations*.

> *"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 *Public relations* harus dapat mengembangkan hubungan yang harmonis antara pihak perusahaan dengan pihak pelanggan. . Sesuai dengan definisi PR 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 publik ekstern secara informatif dan persuasif. Informasi yang disampaikan hendaknya jujur, teliti dan 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 *external* humas meliputi bagaimana memperluas pasar bagi produksinya, memperkenalkan produksinya kepada masyarakat, mendapatkan penghargaan dan penerimaan dari publik maupun masyarakat, memelihara hubungan baik dengan pemerintah, mengetahui sikap dan pendapat publik terhadap perusahaan, memelihara hubungan baik dengan pers dan para *opinion leader*, memelihara hubungan baik dengan publik dan para pemasok yang berhubungan dengan operasional perusahaan dan mencapai rasa simpatik dan kepercayaan dari publik dalam masyarakat. Tindakan-tindakan yang harus dilakukan *external* 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 *Eksternal* Humas 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.

Melalui kegiatan eksternal ini, diharapkan dapat menciptakan kedekatan dan kepercayaan publik eksternal kepada perusahaan. 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 eksternal humas adalah menggunakan 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 adalan "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 *public relations* akan melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan pers salah satunya yakni konferensi pers.

Konferensi pers adalah kegiatan eksternal humas untuk menjalin hubungan yang baik dengan pihak pers. Konferensi pers menurut Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto dalam bukunya yang berjudul dasar-dasar *public relations* mengemukakan bahwa konferensi pers adalah "Suatu kegiatan mengundang wartawan untuk berdialog dengan materi yang telah disiapkan seraca matang oleh pr, sedangkan sasaran pertemuan itu diharapkan dapat dimuat media massa dari wartawan yang diundang". (2004:135). Tujuan konferensi pers ini sendiri yakni menyebarkan informasi positif kepada publik tentang perusahaan, menetralisir atau membantah berita yang tidak benar atau negatif tentang perusahaan,

meningkatkan image atau citra yang dapat menunjang pemasaran dan penjualan suatau produk atau jasa dan membina hubungan secara langsung dengan pers.

Tahapan-tahapan dalan konferensi pers menurut Wardhani dalam buku *media relations* terdiri dari tahapan perencanaan. Pada tahapan perncanaan yang perlu diperhatikan yaitu penentuan topik atau tujuan konferensi pers, merencanakan strategi penyampaian dan pengambilan topik yang akan dibahas, menentukan media, menentukan nara sumber, dan menentukan tempat acara konferensi pers. Tahapan kedua adalah tahapan pelaksanaan, dalam tahapan ini hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain adalah melakukan cek akhir satu jam sebelumnya, koordinasi dengan bagian peralatan dan penanggung jawab hidangan serta penerima tamu, tepat waktu, memonitor media apa saja yang mempublikasi dan membuat rekaman acar dari awal sampai akhir. Tahapan terakhir yakni evaluasi dengan tujuan untuk menetahui apakah tujuan dari konferensi pers tersebut sesuai target.

Kegiatan konferensi pers ini pertama kali diselenggarakan oleh RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung pada tahun 1987. Dalam perencanaan dan penyelenggaraan konferensi pers pertama kali ini tidak tersusun secara structural dan media yang diundang hanyalah media cetak. Yang menjadi topik adalah memperkenalkan rumah sakit pemerintah yang ada dijawa barat. Dewasa ini, konferensi pers oleh RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung biasanya dilaksanakan bila terjadi sesuatu hal yang buruk dan baik terhadap pencitraan RSUP Dr Hasan Sadikin bandung. Salah satu penyelenggaraan konferensi pers yang pernah dilakukan oleh RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung adalah sewaktu menghadapi

permasalahan mal praktek yang menimpa keyboardis peter pan yang bernama Indra, dimana disini pihak humas mengklarifikasi kepada publik eksternalnya keadaan yang sesungguhnya dengan mengundang wartawan cetak dan elektronik serta para dokter selaku nara sumber dari RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung.

Penyelenggaraan konferensi pers ini bertujuan untuk mengontrol opini-opini miring yang telah berkembang dimasyarakat dan mengembalikan citra serta nama baik RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung yang sempat ternoda karena permasalahan ini. Tercapainya tujuan dari konferensi pers ini tidak luput dari proses perencanaan yang matang terlebih dahulu oleh humas RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung sebagai pihak yang bertanggung jawab sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh pihak RSUP Dr Hasan Sadikin Bandung kepada khalayak ramai melalui media pers sesuai dengan target atau tujuan. Disini penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana "Peranan humas rumah sakit umum pusat dr hasan sadikin bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya"

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk memberi arah pada penelitian yang dilakukan, maka disusun beberapa identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kredibilitas Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?

2. Bagaimana Pesan Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
3. Bagaimana Media Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan kegiatan, pesan, media dan peranan Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kredibilitas Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya.
2. Untuk mengetahui Pesan yang disampaikan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya.
3. Untuk mengetahui Media yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya..

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini berguna sebagai pengembangan kajian *Public relations* secara umum dan khususnya kegiatan eksternal *Public relations* yaitu konferensi pers khususnya.

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 *public relations*, 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 literatul 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 konferensi pers 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 yakni konferensi pers.

> Konferensi pers adalah “kegiatan pertemua dengan media massa yang direncanakan oleh organisasi untuk menyampaikan kebijakan baru, peluncuran produk atau jasa baru, pengembangan usaha atau organisasi atau pemberitahuan mengenai akan diselenggarakan *special event* tertentu (pameran, seminar nasional) untuk dipublikasikan”. (Wardhani, 2008:124).

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 komunikan.

a. Kredibilitas

Pengertian dari kegiatan menurut yaitu : kualitas, kapabilitas atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan.

b. Pesan

Adanya suatu pesan yang disampaikan dalam suatu kegiatan, pesan itu menurut Dedy Mulyana adalah seperangkat symbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. (Mulyana, Deddy, 2005:63)

Adapun pesan itu menurut Onong Effendy, menyatakan bahwa pesan adalah : “Suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain”. (Effendy, 1989:224)

Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu” kode pesan, wujud pesan dan isi pesan. Dimana isi pesan adalah bahan untuk atau

materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya". (Siahaan,1991:62).

Selain hal tersebut di atas, pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya. Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan yaitu informatif (keterangan fakta dan data), persuasif (membujuk), dan koersif (memaksa). (Widjaja & Wahab,1987:61)

c. Media

Media digunakan sebagai alat untuk menyampaikan suatu pesan, media tersebut memiliki pengertian sebagai berikut :

> "suatu alat penghubung media yang berfungsi dalam penyampaian suatu pesan atau yang digunakan sebagai penghubung dalam penyampaian pesan. Media yang digunakan biasanya adalah media cetak dan media elektronik, agar efektifnya suatu penyampaian pesan". (Tarsih Ekaputra Blog, 2007)

Sedangkan pengertian media menurut Rosady Ruslan adalah: "Sebagai saluran atau sarana komunikasi yang sering dipergunakan oleh praktisi Publik Relations untuk menyampaikan pesan kepada publiknya dan sekaligus mampu meningkatkan citra lembaga atau perusahaan". (Ruslan, 1999 : 199)

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.

Dalam melakukan hubungan dengan salah satu public eksternal perusahaan dalam hal ini media pers, terlebih dahulu harus mengetahui sifat media,. Jika tidak, akan sulit untuk mencapai tujuan dan anda hanya akan membuang-buang waktu dan uang. (Greener, 1955:23)

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)

1.5.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Pada Kerangka Pemikiran Konseptual ini, peneliti akan mengaplikasikan definisi yang diangkat kedalam masalah penilitian. Definisi-definisi yang disajikan pada Kerangka Pemikiran Teoritis diaplikasikan pada masalah penilitian. Berdasarkan kerangka teoritis diatas, maka dalam subbab ini penulis akan memaparkan kerangka konseptual berdasarkan pada teori Peranan.

a. Kredibilitas

Seperti apa kemampuan yang menyangkut keahlian untuk menciptakan kepercayaan dari humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam memberikan informasi-informasi yang berhubungan dengan kegiatan, profil atau berita-berita yang terjadi di RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung sebagai salah satu bukti dalam melaksanakan kegiatan di bagian Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung.

b. Pesan

Selain itu juga pesan yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung dalam penyelenggaraan konferensi pers 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. Hasan Sadikin Bandung melalui media Konferensi pers.

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:

1. Bagaimana kredibilitas Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
    a. Bagaimana kemampuan berkomunikasi Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
    b. Bagaimana kepribadian atau kejujuran Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
    c. Bagaimana kemampuan membina relasi Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
    d. Bagaimana kreatifitas Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?

e. Bagaimana kemampuan menulis Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?

2. Bagaimana pesan yang disampaikan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
   a. Bagaimana isi pesan yang disampaikan Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
   b. Bagaimana bahasa yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
   c. Bagaimana bentuk pesan yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
3. Bagaimana media yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
   a. Bagaimana sifat media yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?

b. Bagaimanan bentuk media yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?
c. Bagaimana ciri-ciri media yang digunakan oleh Humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung melalui kegiatan konferensi pers dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya?

1.7 Subyek dan Informan Penelitian

1.7.1 Subyek 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)

Subyek 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. Tengku Djumalasari	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 Djamila	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

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 & Protokoler 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 2013

Tabel 1.3

Key Informan Penelitian

NO	NAMA	JABATAN
1.	Muhammad Ashari	Wartawan Pikiran Rakyat

Sumber : Penelitian, Tahun 2013

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 konferensi pers ini karena 2 orang informan ini merupakan bagian yang menyusun tujuan, mengecek ulang, menghubungi wartawan membuat press release dan menyiapkan tempat pertemuan dalam kegiatan konferensi pers ini.

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, k*omprehensif* 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 mememeriksa 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 Memberikan Informasi Kepada Publik Eksternal di RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung.

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 Observasi

Menurut Karl Weick (dikutip dari Seltiz, Wrightsnan, dan Cook 1976:253) mendefinisikan observasi yaitu "Pemilihan, pengubahan, pencacatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ.* Sesuai dengan tujuan-tujuan empiris" . (Weick, 1976:253)

Observasi yang dilakukan yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diamati. Tujuan obervasi ini adalah untuk mencatat dan mengumpulkan data-data dan fakta yang dapat dijadikan untuk bahan dalam menyusun tugas akhir. Metode ini dilakukan dengan cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung. Dimana pada observasi ini langsung mengamati, melihat, dan memahami bentuk konferensi pers yang digunakan oleh humas RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung yang dijadikan sebagai media dalam memberikan informasi kepada publik eksternalnya.

1.9.3 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, pendapatpendapat serta pokok pikiran yang terdapat dalam literatur atau terbitan khusus yang ada relevansinya dengan masalah yang akan diteliti.

1.9.4 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.

1.9.5 *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 ke seleuruh dunia dan merupakan sumber daya informasi *suatu database* atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap”. (Lani Sidharta, 1996:10)

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 Maret 2013 s.d Juli 2013. Untuk lebih rinci, Waktu Penelitian dapat dilihat pada schedule berikut :

Tabel 1.4

Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Maret 2013				April 2013				Mei 2013				Juni 2013				Agustus 2013			
1	Pengajuan Judul																				
2	Membicarakan Judul																				
3	ACC Judul																				
4	Persetujuan Pembimbing																				
5	Pengajuan Surat Penelitian																				
6	Bimbingan Bab I																				
7	Penyerahan Draf BAB I																				
8	Penyerahan Draf BAB II																				
9	Penyerahan Draf BAB III																				
10	Penyerahan Draf BAB IV																				
11	Penyerahan Draf BAB V																				
12	Penyusunan Tugas Akhir																				
13	Sidang																				

Sumber : Penelitian, Tahun 2013

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, tekni analisis data, populasi dan sampel, lokasi dan waktu penelitian dan sistematiak penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, peneliti mencoba untuk meninjau permasalahan dari aspek teoritis dalam mengkaji mengenai tinjauan komunikasi melalui : Tinjauan Komunikasi Organisasi, Tinajuan *Public relations* dan Peranan seorang *Public relations*, tinjauan public ekstenal, tinjauan informasi, tinjauan media relations, tinjauan Konfrensi Pers.

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.