

CORPORATE PUBLIC RELATIONS
RUMAH SAKIT UMUM MITRA BANGSA PATI
(Studi Deskriptif Mengenai Strategi *Corporate Public Relations*
RSU Mitra Bangsa Dalam Mendapatkan Citra Sebagai Rumah Sakit Yang
Peduli Terhadap Masyarakat Kurang Mampu)

CORPORATE PUBLIC RELATIONS MITRA BANGSA HOSPITAL
(Descriptive study *Corporate Public Relations* In Mitra Bangsa Hospital
To Get Image As A Hospital Which Care With Poor Society)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Derajat Sarjana S-1



Disusun Oleh :
Annisa Noor Fadhillah
20020530079

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2007

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 7 Februari 2007

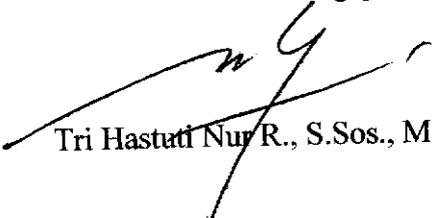
Jam : 08.00 WIB

Tempat : Laboratorium Ilmu Komunikasi

Kampus Terpadu UMY

Disahkan oleh :

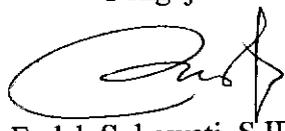
Ketua Tim Penguji


Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si.

Penguji I


Aswad Ishak, S.IP.

Penguji II


Muria Endah Sokowati, S.IP., M. Si.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan ridlo serta karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Corporate Public Relations* RSUD Mitra Bangsa Pati (Studi Deskriptif mengenai Strategi *Corporate Public Relations* RSUD Mitra Bangsa Pati dalam Mendapatkan Citra sebagai Rumah Sakit yang Peduli terhadap Masyarakat Kurang Mampu)”.

Penulis sadar bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itulah penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada :

1. Ibu Tri Hastuti Nur R., S. Sos, M.Si. selaku pembimbing I, atas segala kebaikan dan pengertiannya.
2. Bapak Aswad Ishak, S.Ip selaku pembimbing II, atas bimbingan dan pengarahannya.
3. Ibu Muria Endah S., S.Ip, M.Si. selaku penguji skripsi
4. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Komunikasi UMY atas ilmu yang telah diberikan.
5. Direktur, wakil direktur RSUD Mitra Bangsa Pati atas ijin yang diberikan kepada penulis untuk melakukan penelitian disana.
6. Ibu Eni Ratnawati atas segala waktu dan datanya.
7. Seluruh staff dan karyawan RSUD Mitra Bangsa Pati atas bantuannya.
8. Pak Husein dengan segala kebijaksanaannya dan Pak Jono dengan segala kesabarannya.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang juga telah memberikan bantuan selama penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik yang konstruktif selalu diharapkan demi perbaikan lebih lanjut.

Yogyakarta, 14 Februari 2007

Penulis

Annisa Noor Fadhilah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAKSI	xv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori	7
1. Pengertian <i>Public Relations</i>	7
2. Opini Publik	8
3. <i>Corporate Public Relations</i>	15
4. <i>Corporate Public Relations</i> dalam Membentuk Citra Rumah Sakit	18
5. Citra dan Reputasi	28
F. Metode Penelitian	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Lokasi Penelitian	33
3. Teknik Pengumpulan Data	33
4. Teknik Analisis Data	34

II. GAMBARAN UMUM RSU MITRA BANGSA PATI	36
A. Sejarah Berdirinya RSU Mitra Bangsa Pati	36
B. Profil RSU Mitra Bangsa Pati	37
C. Struktur Organisasi	44
D. Tugas Masing-Masing Departemen	46
E. Fasilitas Jasa dan Layanan Kesehatan yang Tersedia	49
III. PENYAJIAN DAN ANALISA DATA TENTANG <i>CORPORATE</i> <i>PUBLIC RELATIONS</i> DI RSU MITRA BANGSA PATI	51
A. Struktur dan Fungsi <i>Public Relations</i> di RSU Mitra Bangsa Pati	51
B. Kegiatan <i>Corporate Public Relations</i> di RSU Mitra Bangsa Pati	56
1. <i>Internal Public Relations</i>	57
a. Mengkomunikasikan kepada karyawan program untuk mendapatkan citra	57
b. Pembentukan citra melalui karyawan	59
2. <i>External Public Relations</i>	64
a. Hubungan dengan konsumen	65
1) Keringanan biaya	66
2) Menjaga komunikasi dengan konsumen	70
3) Menjaga kepuasan konsumen	71
b. Hubungan dengan komunitas	76
1) Pengobatan gratis	77
2) Pembagian daging qurban	79
3) Bantuan pembuatan fasilitas umum	82

4) Keterlibatan masyarakat dalam acara khusus	82
5) Rekrutmen tenaga kerja	83
c. Hubungan dengan pers	84
d. Hubungan dengan pemerintah	85
e. Hubungan dengan mitra kerja	87
3. Tanggapan Masyarakat Mengenai Kegiatan <i>Corporate</i> <i>Public Relations</i> di RSUD Mitra Bangsa Pati	89
C. Media <i>Public Relations</i> yang Digunakan oleh RSUD Mitra Bangsa Pati untuk Mendapatkan Citra sebagai Rumah Sakit yang Peduli terhadap Masyarakat Kurang Mampu	91
1. Media untuk berkomunikasi dengan publik yang berada di dalam dan di luar RSUD Mitra Bangsa	92
a. Brosur	92
b. Papan informasi	93
c. Spanduk	94
2. Media untuk mendapatkan citra sebagai rumah sakit yang peduli terhadap masyarakat kurang mampu	94
a. Pameran	95
b. Media cetak	98
D. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Kegiatan <i>Corporate Public Relations</i> di RSUD Mitra Bangsa Pati	99
E. Analisis Kritis Pelaksanaan <i>Corporate Public Relations</i> di RSUD Mitra Bangsa Pati	102

IV. PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Wujud implementasi komponen A-B-C dalam pendirian	11
Tabel 2.1 Rincian jumlah dokter	41
Tabel 2.2 Rincian karyawan penunjang medis	42
Tabel 2.3 Rincian karyawan penunjang non medis	42
Tabel 3.1 Daftar pasien keringanan biaya periode Juli – Agustus 2006	68
Tabel 3.2 Daftar pasien operasi katarak gratis	78
Tabel 3.3 Rincian pembagian daging qurban 2006	81
Tabel 3.4 Perkembangan opini publik di 20 daerah	91

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “*Corporate Public Relations* RSUD Mitra Bangsa Pati (Studi Deskriptif mengenai Strategi *Corporate Public Relations* RSUD Mitra Bangsa Pati dalam Mendapatkan Citra sebagai Rumah Sakit yang Peduli terhadap Masyarakat Kurang Mampu)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan aktivitas-aktivitas *corporate public relations* yang dilakukan oleh RSUD Mitra Bangsa Pati dalam mengubah opini masyarakat yang mengatakan bahwa RSUD Mitra Bangsa Pati hanya untuk kalangan tertentu saja menjadi opini positif yang akan membentuk citra positif yaitu sebagai rumah sakit yang peduli terhadap masyarakat kurang mampu, serta mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dari penerapan strategi *corporate public relations* untuk mendapatkan citra positif tersebut.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Strategi *corporate public relations* di RSUD Mitra Bangsa Pati dijalankan untuk publik internal maupun publik eksternal. Strategi yang ditujukan untuk publik internal adalah “karyawan sebagai media pembentuk citra” yaitu sebuah strategi yang menjadikan karyawan sebagai alat atau media yang menyebarkan pesan bahwa RSUD Mitra Bangsa merupakan rumah sakit yang peduli terhadap masyarakat kurang mampu melalui pelayanan yang memuaskan terutama untuk pasien kurang mampu. Strategi untuk publik eksternal seperti konsumen dan komunitas lebih banyak dijalankan dalam bidang sosial karena sasarannya adalah masyarakat kurang mampu. Contoh kegiatan yang dilakukan untuk konsumen dan komunitas antara lain pengobatan gratis, keringanan biaya, operasi katarak gratis, pembagian daging qurban dan lain-lain. Hubungan dengan pers, pemerintah dan mitra kerja juga dijalankan untuk mendukung terbentuknya citra sebagai rumah sakit yang peduli terhadap masyarakat kurang mampu. Hasil dari seluruh strategi *corporate public relations* dapat dilihat dari semakin meningkatnya pasien dari kalangan kurang mampu yang masuk di RSUD Mitra Bangsa Pati yang menunjukkan bahwa masyarakat semakin percaya bahwa RSUD Mitra Bangsa Pati peduli terhadap masyarakat kurang mampu.

Hasil dari penelitian ini didasarkan pada seluruh data yang telah dikumpulkan dan dianalisis penulis dengan menggunakan teori-teori *public relations* dan citra, sehingga dapat diketahui perbedaan antara data yang ada di lapangan dengan teori-teori yang digunakan.