

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran seorang praktisi hubungan masyarakat (setelah ini akan ditulis sebagai humas) sangatlah penting di setiap organisasi; baik Pemerintahan atau swasta sebagai jembatan informasi antara instansi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti masyarakat serta memastikan citra positif dengan menjalin hubungan baik. Hal ini tentunya dapat mempertahankan eksistensi positif di mata publik, diasumsikan sebuah instansi atau perusahaan yang dapat meningkatkan jumlah konsumennya, derajat kredibilitasnya, hingga meningkatkan kepercayaan terhadap pihak-pihak yang menjalin hubungan kerja sama dengan perusahaan tersebut. Keberadaan teknologi yang memberi akses kepada siapapun untuk mendapatkan dan mencari informasi lewat genggaman jari dengan cepat menjadikan fungsi hubungan masyarakat menjadi sebuah keharusan dalam sebuah perusahaan.

Candy Tymson, Peter Lazar, dan Richard Lazar menyatakan bahwa humas adalah “upaya yang direncanakan dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara kesepahaman antara organisasi dan publiknya” (2004: 21). Kim Harrison menambahkan bahwa humas adalah sebagai fungsi membantu organisasi untuk mencapai tujuan-tujuannya melalui komunikasi yang efektif dan relasi-relasi yang konstruktif (2008:6).

Kedua pengertian diatas memberikan pengertian bahwa humas merupakan sebuah proses komunikasi untuk membangun relasi agar mempermudah tujuan dari sebuah instansi atau perusahaan dengan membangun citra yang positif dan membentuk persepsi masyarakat.

Akses informasi yang tersedia dengan cepat tentu memberi fungsi hubungan masyarakat untuk menjadi hubungan baik dengan awak media. Media merupakan “teman” dalam kehidupan sehari-hari bagi mereka yang memegang fungsi ini. Peran media yang dapat mendistribusikan informasi kepada para pembacanya membuat seorang humas untuk memastikan informasi yang diberikan sesuai sehingga pesan yang disampaikan dapat tersampaikan kepada pembaca yang diinginkan. Oleh karena itu, kompetensi dalam menulis dan menjawab pertanyaan media juga dibutuhkan untuk menjalankan strategi-strategi yang direncanakannya serta pesan yang disalurkan melalui media massa sesuai dengan target sasaran.

Sebuah kegiatan menjadi sebuah sarana bagi seorang humas untuk membentuk citra yang diinginkan (Ardianto, 2011:112) dengan mengundang pihak-pihak berkepentingan. Bagi Iriantara, *media relations* merupakan bagian dari kegiatan yang diperuntukkan untuk pihak media (*eksternal*) yang tujuannya ialah membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi (2005:32). Kegiatan *media relations* menjadi kesempatan yang digunakan oleh para praktisi humas untuk menjaga dan membangun hubungan yang baik kepada awak media. Tujuan dari setiap kegiatan yang diadakan ialah untuk menunjukkan niat baik untuk menjadi rekan bagi mereka sehingga saat krisis melanda, mereka tidak akan segan untuk bertanya mengenai kejelasan hal tersebut.

Perkembangan tren di masyarakat membuat rumah sakit tidak hanya menjadi sebuah institusi yang memberi jasa pelayanan kesehatan kepada masyarakat, tetapi memikirkan kompetisi untuk memberi pelayanan terbaik.

RS PKU Muhammadiyah Gamping merupakan rumah sakit swasta yang berada di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang memiliki peran sebagai rumah sakit pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jumlah penyedia layanan kesehatan di Yogyakarta tentunya beragam, oleh karena itu penting bagi RS PKU Muhammadiyah Gamping untuk menjadikan layanan yang mereka berikan menjadi *top of mind* bagi masyarakat.

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki banyak rumah sakit umum. Tentunya, warga Yogyakarta memiliki pilihan rumah sakit yang mereka bisa pilih. Meskipun banyak pilihan rumah sakit, warga akan memilih rumah sakit yang dapat memberikan kepuasan pelayanan bagi pasien. Sehingga diharuskan dapat bersaing secara optimal baik dalam segi pelayanan maupun administrasi.

Banyak tujuan rumah sakit menjalin hubungan baik dengan media dan salah satunya untuk meminimalisasi pemberitaan negatif dan mempunyai peluang pihak rumah sakit untuk mengklarifikasi isu-isu negatif yang berkembang ditengah masyarakat dan semua itu akan berhasil jika ditunjang dengan hubungan yang baik dengan pihak media. Melihat hal ini *Public Relations* RS PKU Muhammadiyah Gamping harus memiliki strategi dalam menjalin hubungan yang baik dengan media. *Media relations* mempunyai kaitan erat dengan komunikasi dan informasi, mempromosikan perusahaan melalui media massa ditunjukkan untuk publik eksternal, dengan menjalin komunikasi yang dua arah karena saat ini perusahaan bukan hanya menyampaikan informasi kepada publik namun perusahaan juga harus pandai mengelola informasi yang disampaikan dan berkembang melalui media massa terhadap perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dengan ini peneliti tertarik untuk lebih lanjut meneliti dan mencermati bagaimana sebenarnya strategi *Media relations* RS PKU Muhammadiyah Gamping dalam menjalin hubungan baik dengan pihak media untuk mempertahankan citra positif terhadap publik, sehingga peneliti mengambil judul **“Strategi *Media relations* RS PKU Muhammadiyah Gamping Dalam Mempertahankan Citra Positif Terhadap Publik”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya.

1. Strategi *Media relations* RS PKU Muhammadiyah Gamping dalam mempertahankan citra positif terhadap publik.
2. Pihak rumah sakit memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) sebagai acuan dalam menangani krisis citra.

1.3 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas yang menjadi latar belakang penelitian. Penulis dapat merumuskan pokok permasalahan yaitu :

1. Bagaimana strategi *media relations* yang dilakukan oleh humas RS PKU Muhammadiyah Gamping dalam mempertahankan citra positif terhadap publik?
2. Apakah yang menjadi faktor pendukung dalam mempertahankan citra positif RS PKU Muhammadiyah Gamping?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan/menggambarkan secara terperinci mengenai :

1. Pola strategi *media relations* yang dijalankan oleh humas RS PKU Muhammadiyah Gamping mengaplikasikan dengan kegiatan-kegiatan *media relations*.
2. Menguraikan faktor pendukung RS PKU Muhammadiyah Gamping dalam mempertahankan citra di mata publik.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua sub bagian, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis :

1.5.1 Secara Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi sebagai salah satu acuan atau rekomendasi dalam perkembangan keilmuan di bidang ilmu komunikasi khususnya di ruang lingkup dunia *public relations* atau kehumasan dalam mengetahui bagaimana pola strategi *media relations* yang diaplikasikan oleh humas RS PKU Muhammadiyah Gamping dalam mempertahankan citra di mata publik.

1.5.2 Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah masukan bagi pihak RS PKU Muhammadiyah Gamping dalam divisi informasi dan hubungam masyarakat atau kepada pihak pihak yang terkait dengan masalah penelitian dijawab di dalam penelitian yang diselenggarakan.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini penulis mencoba menguraikan secara sistematis yang terdiri dari lima bab. Setiap bab terdiri dari beberapa sub bab yang terperinci sebagai berikut:

- Bab I : Berisi pendahuluan yang terdiri latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
- Bab II : Berisi tinjauan pustaka dan kerangka teori.
- Bab III : Berisi Metode penelitian dengan sub bab desain penelitian, lokasi dan subyek penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.
- Bab IV : Berisi hasil penelitian dan pembahasan dengan sub bab, deskripsi data, pembahasan.
- Bab V : Berisi kesimpulan penelitian ini, keterbatasan penelitian dan saran-saran.