

**IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATION* DALAM
MENINGKATKAN CITRA RUMAH SAKIT PANTI NIRMALA PADA
SAAT WABAH COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



OLEH :

MUHAMMAD RIZALDI

NIM. 2015230080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG**

2022

RINGKASAN

Keberadaan *cyber public relation* di situasi Covid-19 saat ini diperlukan para praktisi bidang humas, dikarenakan bermacam informasi ataupun berita yang berhubungan dengan instansi lebih efisien apabila secara langsung dilakukan dengan bantuan social media. Penerapan PR dengan media digital perlu dilakukan guna meningkatkan citra RS Panti Nirmala di tingkat tinggi melalui pandangan masyarakat dengan tepat, sebagai menarik pandangan di masyarakat di Kota Malang melalui media digital. Tujuan yang dirumuskan adalah melakukan analisis penerapan PR dengan media digital dan faktor penghambatnya pada divisi hubungan masyarakat agar memperoleh pandangan positif pada publik di masa wabah corona.

Teknik yang digunakan adalah kualitatif method. Pengumpulan data berisi primer data dan sekunder data. Untuk mendapatkan data dilakukan wawancara informan, pengamatan langsung serta pendokumentasian. Narasumber yang dipilih menggunakan sampling teknik purposive. Dimana syarat yang digunakan dalam menentukan informan yaitu karyawan yang ada di bagian Humas RS Panti Nirmala. Data yang terkumpul dilakukan analisa secara kualitatif deskriptif.

Penerapan PR dengan media digital yang dilakukan RS Panti Nirmala dalam menciptakan citra yang terus meningkat di masyarakat pada saat pandemi Covid-19 adalah : melakukan hubungan kerja dengan banyak *stakeholder*; menggunakan media *mainstream* ; menciptakan konten pada media online secara; komunikasi dilakukan dua arah; menyajikan berita kepada masyarakat berupa informasi seputar kesehatan; meningkatkan citra instansi melalui publikasi keberhasilan layanan berupa prestasi-prestasi instansi dalam melakukan pelayanan kesehatan pada saat pandemi Covid-19 saat ini. Kemudian permasalahan yang terjadi menghambat bagian PR yaitu kekurangan karyawan yang berkemampuan baik serta kurangnya kerja sama yang baik.

Kata Kunci : *Cyber Public Relations*, Citra dan Pandemi Covid-19

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perubahan zaman terutama penyebaran informasi, menciptakan banyak perubahan. Perubahan komunikasi dengan adanya teknologi salah satunya terjadi pada kegiatan *public relation*. *Public relations* saat ini telah berkembang pesat dan berubah karena kemajuan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi yang canggih membuat para aktivis *public relations* mengimplementasikan *cyber public relations* untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat lebih cepat dan mudah.

Sejak pertengahan Maret tahun 2020, wabah corona memasuki Negara ini. Hal tersebut menjadikan terhentinya banyak aktivitas maka wajib bagi masyarakat untuk melakukan segala aktivitasnya dari rumah. Keadaan tersebut membuat dibutuhkan informasi tentang kesehatan yang banyak. Keberadaan *cyber public relation* di saat situasi Covid 19 seperti ini diperlukan para praktisi hubungan masyarakat, dikarenakan bermacam isu terkait instansi membutuhkan keefektifan dan efisiensi yang bisa dilakukan dengan bantuan social media. Sosial media membentuk sikap setiap orang serta nilai-nilai kelompok yang ikut serta dalam membangun kelompok tersebut, dibutuhkan kesadaran dan sikap peduli terhadap kesehatan (Shaleh dan Furrie, 2020).

Situasi wabah Covid 19 seperti yang terjadi, tergambar sebuah badan terlihat jelas khususnya pada instansi kesehatan yaitu rumah sakit. Pada wabah corona instansi rumah sakit harus memiliki layanan yang mudah dan cerdas. Hal tersebut bisa dibantu dengan bantuan media komunikasi seperti website dan media sosial. Dengan banyaknya informasi yang disampaikan, maka public dapat menerima pandangan baik tentang pelayanan rumah sakit. Sebaliknya, jika instansi asal-asalan menyampaikan informasi maka masyarakat dapat memiliki pandangan yang buruk. Untuk membentuk pandangan baik public, rumah sakit perlu menerapkan public relation dengan bantuan media komunikasi digital.

Penerapan humas dengan bantuan teknologi oleh rumah sakit berupaya mengatasi pandangan buruk publik. Khususnya pada saat permulaan Corona di Negara Indonesia membuat berbagai aktivitas diberhentikan. Termasuk Kota Malang, terdata hingga sekarang, pasien covid di Malang masih terus naik. Berdasarkan data dari Kompas TV tahun 2020 terdapat 2322 pasien terkena Covid pada 25 November tahun 2020. Tercatat terdapat kasus bertambah delapan pasien, orang meninggal ada satu, diiringi orang yang sembuh ada tujuh orang. Hal tersebut menyatakan bahwa ketidak amanan terlihat jelas di Kota Malang sehingga pembatasan sosial masih dilakukan besar-besaran. Kondisi tersebut mendorong seluruh instansi kesehatan pada Malang Raya untuk mampu menggunakan PR dengan media digital dalam memberikan layanan dan memberikan informasi yang mengedukasi untuk masyarakat di Kota Malang.

Keberadaan rumah sakit di Malang sebagai instansi pelayanan kesehatan yang sangat berperan penting pada situasi wabah Covid saat ini jumlahnya cukup memadai. Berdasarkan data instansi kesehatan dipublikasikan pada website pemerintah kota Malang, tercatat ada 26 instansi kesehatan telah dikoordinasikan oleh pemerintah kota Malang untuk serentak memberikan layanan yang baik pada situasi covid saat ini. Dalam memberikan layanan yang diperketat dengan protokol kesehatan, setiap rumah sakit dianjurkan untuk memberikan informasi terkait layanannya melalui media sosial atau website. Penggunaan website dan media sosial inilah merupakan bentuk penerapan humas dengan teknologi pada rumah sakit khususnya di Malang.

Satu di antara banyak rumah sakit di Malang yang berupaya menerapkan *cyber public realtions* dalam pelayanannya yaitu rumah sakit Panti Nirmala. Situasi wabah covid sekarang ini instansi banyak menerapkan aturan atau prosedur untuk memutus mata rantai virus corona yang belum banyak diketahui pasien dan masyarakat. Untuk bersinergi menangani kasus wabah ini, rumah sakit menjalankan beberapa kegiatan antara lain : registrasi non gawat darurat dilakukan secara online melalui website yang terhubung dengan aplikasi *whatshap*; pendampingan pasien dibatasi; adanya cek suhu setiap orang masuk; tidak ada jam besuk pasien; dan aturan lainnya. Adanya aturan baru tersebut,

diperlukan penyampaian kepada public agar publik tahu bahwa rumah sakit memiliki layanan yang baik di masa wabah corona ini.

Pada masa wabah corona, penggunaan media sosial dan media komunikasi sangat diperlukan bagi bagian PR untuk menyajikan pesan terkait layanan rumah sakit. Dalam penyajian berita PR menggunakan media komunikasi seperti media sosial whatsapp, instagram, youtube dan website yang aktif. Selain itu rumah sakit juga membuat aplikasi smartphone berbasis android yang memudahkan public untuk mendapatkan informasi dan layanan rumah sakit. Dengan kemudahan teknologi tersebut public menganggap rumah sakit telah memberikan layanan yang lebih mudah sehingga timbulah pandangan masyarakat bahwa rumah sakit dapat membangun layanan yang baik dengan bantuan media digital di masa pandemic seperti saat ini.

Bukti nyata keaktifan website instansi kesehatan RS Panti Nirmala yaitu sudah lamanya website dibuat yaitu sudah berusia 14 tahunan. Dengan website ini rumah sakit mampu menjangkau banyak masyarakat dengan berbagai sajian yang bisa diberikan setiap saatnya. Yang tak kalah penting website instansi mencapai prestasi sebagai website yang paling banyak dikunjungi dibanding rumah sakit lain di Kota Malang. Hal tersebut dibuktikan pada data berikut.

Tabel 1. Rattng Web dan Pengunjung RS Swasta secara harian Non-Pendidikan di Kota Malang

No	Rumah Sakit	Website	Peringkat Web Populer	Pengunjung Harian
1	RS Panti Nirmala	rspantinirmala.com	7,816,109	60
2	RS Panti Waluya	www.pantiwaluya.org	9,297,672	51
3	RS Soepraon	rssoepraoen.com	9,549,248	49
4	RS Lavalette	lavalettehospital.com	10,890,515	48
5	RS Persada	persadahospital.co.id	14,469,819	32

Sumber : <https://www.statshow.com/> (2020)

Rspantinirmala.com memiliki peringkat global # 7,816,109 yang menempatkan dirinya di antara 10 juta teratas situs web paling populer di seluruh dunia. Peringkat website rspantinirmala.com telah meningkat 13% selama 3 bulan terakhir. Peningkatan tersebut dirasakan instansi setelah instansi meningkatkan layanan online melalui whatsapp yang terintegrasi dengan website. Selain itu RS panti nirmala selalu update informasi mengenai Covid-19 melalui website yang terintegrasi dengan media sosial lainnya yaitu media facebook, media instagram dan youtube.

Penerapan humas dengan teknologi perlu dilakukan guna meningkatkan citra RS Panti Nirmala mendapatkan pandangan dan respon positif di mata public. Sehingga menjadi pilihan tujuan di Kota Malang melalui media digital (*website*). Dengan kondisi seperti itu mendorong diperlukan research baru tentang kegiatan humas dengan teknologi untuk membangun relasi intens antara instansi dengan masyarakatnya. Pandangan positif public, dapat dibentuk melalui penyajian informasi yang jelas, berkelanjutan dan mengedukasi. Selain itu informasi yang disampaikan harus mengandung sifat dapat membantu masyarakat khususnya pada masa wabah corona yaitu terkait kesehatan.

Pandangan positif public, dapat diciptakan rumah sakit melalui track record penyampaian informasi dan reputasi-reputasi baik di mata masyarakat. Sebuah instansi diharapkan memiliki citra dengan pandangan masyarakat yang baik dan sesuai dengan keadaan sebenarnya (Shaleh dan Furrie, 2020). Di situasi pandemic seperti saat ini, dengan adanya aturan protokol kesehatan yang cukup ketat, komunikasi secara langsung untuk membentuk citra perusahaan dapat dilakukan dengan implementasi *cyber public relations*.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pemaparan yang ada diatas, sehingga Berdasarkan latar belakang dapat dituliskan beberapa masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan cyber PR divisi hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra instansi RS Panti Nirmala di wabah corona saat ini?

2. Apakah faktor penghambat penerapan cyber PR divisi hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra instansi RS Panti Nirmala di wabah corona saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan bertujuan sebagai berikut :

1. Melakukan analisa dan mendeskripsikan penerapan cyber PR divisi hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra instansi RS Panti Nirmala pada masa wabah corona saat ini.
2. Melakukan analisa dan pendeskripsian masalah yang menghambat penerapan cyber PR divisi hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra instansi RS Panti Nirmala di masa pandemi Covid-19

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teori

Hasil dapat menjadi bahan referensi dan wawasan terkait bagaimana menggunakan media komunikasi digital untuk menyampaikan informasi pada masyarakat dalam upaya membentuk pandangan positif.

2. Secara Praktis

- a. Untuk peneliti sendiri, dapat menjadi media peningkatan skill dalam menganalisa serta menyelesaikan masalah terkait masalah yang ada khususnya dalam bidang public relations.
- b. Untuk organisasi, sebagai masukan dan evaluasi dalam hal penggunaan media digital untuk penyampaian informasi sebagai upaya membentuk pandangan positif masyarakat.
- c. Untuk penelitian selanjutnya, agar dijadikan panduan dan menjadi gap penelitian sebagai dasar inovasi melakukan penelitian yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Artis. 2011. Strategi Komunikasi *Public Relations*. Jurnal Sosial Budaya. Vol. 8 No. 02. Hal:184-197.
- Biagi, Shirley. 2010. *Pengantar Media Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Citra dan Oktavianti. 2019. *Aktivitas Cyber Public Relations (Studi Kasus dalam Podcast Duo Budjang)*. Prologia. Vol. 3, No.2. Hal : 532-538
- Diah Fatma SJORaida dan Ruli Khairul Anwar. 2018. *Aktivitas Komunikasi pada era Digital*. Jurnal Socio Politica. Vol. 8 , No. 2. (ISSN : 2 3 0 2 - 1 8 8 8)
- Fajriyah, 2013. *Pengaruh Komunikasi Efektif terhadap Citra Instansi*. Skripsi : FEB UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta
- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relation, Pendekatan Humas Digital*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- KEMENKES RI. 2011. *Buletin Jendela Data dan Informasi Kesehatan*. Jakarta: Kementrian Kesehatan RI
- Kriyantono, Rachmad. 2014. *Konsep PR Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana
- Lutfiyah, Nanda. 2017. *Implementasi Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Aiesec Universitas Andalas Sebagai Organisasi Kepemimpinan*. JOM FISIP Universitas Andalas. Vol. 4 No. 2. Hal : 1-14
- Pienrasmi, Hanindyalaila. 2015. Implementasi Media Sosial dalam Humas. Jurnal komunikasi Universitas Gadjah Mada. Volume 9. Nomor 2. Hal : 199-210.
- RS. Panti Nirmala. 2020. *Profile Rumah Sakit*. (Online). (<http://rspantinirmala.com/>)
- Shaleh, Arkan dan Furrie, Wulan. 2020. *Implementasi Humas dengan Sosial Media pada puskesmas cilincing*. Jurnal Lugasi. 2621-1564. Vol. 4, No.1. pp. 9 – 16

- Soemirat dan Elvinardo. 2004. *asar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Statshow. 2020. *The Stat Maker Website*. (Online). (<https://www.statshow.com>)
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif Terapan*. Bandung : Alfabetha
- Suprawoto. 2018. *Government Public Relations : Perkembangan & Praktik di Indonesia*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Susilo Anandita dan Sari Erlina. 2020. *Aktivitas Humas dengan Instagram*. Jurnal Medium Universitas Islam Riau. Volume 8 Nomor 1. Hal : 18 – 29.
- Undang-Undang RI Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. Jakarta
- UU. No.13. Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Bandung
- Yovinus. 2018. *Peran Komunikasi Publik Media Sosial dalam Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik Di Kota Bandung*. Jurnal Academia Praja Universitas Jenderal Achmad Yani. Volume 1. Nomor 1. Hal : 185 – 211
- Yusuf Effendi Nasution dan Tri Hastuti Nur. 2018. *Pengelolaan Digital Public Relations Rumah Sakit “JIH” Yogyakarta Tahun 2017*. Channel Jurnal Komunikasi. Vol.6, No.2. Online. <http://journal.uad.ac.id/index.php>