

PERENCANAAN KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS*

UNTUK MEMBANGUN CITRA

**(Studi Kasus pada Kampanye *Public Relations* Rumah Sakit Dr. Sardjito
Yogyakarta tahun 2009 dan 2010)**

Dosen Pembimbing : Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh :

Gina Margaretha Manik

02687/ Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

PERENCANAAN KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS*

UNTUK MEMBANGUN CITRA

**(Studi Kasus pada Kampanye *Public Relations* Rumah Sakit Dr. Sardjito
Yogyakarta tahun 2009 dan 2010)**

SKRIPSI

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Disusun oleh:

Nama : Gina Margaretha Manik
NIM : 05 09 02687
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi studi : *Public Relations*

Telah disetujui oleh:


Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si

Dosen pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul skripsi : PERENCANAAN KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS*
UNTUK MEMBANGUN CITRA
(Studi Kasus pada Kampanye *Public Relations* Rumah Sakit Dr.
Sardjito Yogyakarta tahun 2009 dan 2010)

Penyusun : Gina Margaretha Manik

NIM : 05 09 02687

Telah diuji dan diperthankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari : Senin

Tanggal : 30 Mei 2011

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 2 FISIP

Tim Penguji

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki., M.Si

Penguji Utama

Ike Devi Sulistyaningtyas., S.Sos., M.Si

Penguji I

G. Arum Yudarwati.,SIP., M.Mktg.Comcn

Penguji II



(Handwritten signatures of the examiners)

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gina Margaretha Manik
Nomer Mahasiswa : 05 09 02687
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul skripsi : PERENCANAAN KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS*
UNTUK MEMBANGUN CITRA
(Studi Kasus pada Kampanye *Public Relations* Rumah Sakit
Dr. Sardjito Yogyakarta tahun 2009 dan 2010)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 18 Mei 2011

METERAI
TEMPEL
PILIH MURAHANUS BERGUNA
3174BAAF402247642
ENAM RIBU RUPIAH
6000
nyatakan

Gina Margaretha Manik

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tuhanlah yang membuatmu mampu tersenyum walau menangis,
untuk bertahan saat kau merasa hendak menyerah,
untuk berdoa saat kau kehabisan kata-kata,
untuk mencintai walau hatimu telah hancur berkali-kali,
untuk duduk tenang saat kau menyerah pada kekecewaan,
untuk terus mengerti saat tak satupun yang kelihatan memberi arti.
Segalanya menjadi mungkin karena Tuhan membuatmu mampu.

*Tugas akhir ini kupersembahkan untuk
Bapak, Mamak, bang David, dan adik Liasna yang selalu
ada dihatiku dan berdoa untuk masa depanku.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan berkat, rahmat, serta karunia hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul *Perencanaan Kampanye Public Relations* untuk Membangun Citra Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, informasi serta bimbingan selama proses pengerjaan skripsi ini dari tahap perencanaan hingga tahap penyelesaian. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhanku Yesus Kristus, terima kasih untuk semua anugerah dan kekuatan yang diberikan kepada penulis sepanjang pengerjaan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing penulis selama pengerjaan skripsi ini. Terima kasih untuk dorongan semangat, waktu dan masukan yang diberikan. Tuhan Yesus memberkati.
3. Ibu Ninik Sri Rejeki., M.Si dan Ibu Arum Yudarwati.,SIP., M.Mktg.Comcn selaku penguji pendaran yang telah memberi masukan untuk skripsi ini. Terima kasih, Tuhan Yesus memberkati.
4. Bapak Setio Budi HH., M.Si dan Bapak Dr. Lukas Suryanto Ispandriarno, MA, yang telah peduli dan menanyakan perkembangan skripsi penulis. Tuhan Yesus memberkati.

5. Mama tercinta yang dengan sabar mendukung, menyemangati dan juga memarahi namun tetap mendoakan penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
6. Bang David untuk uang sakunya dan adik Liasna untuk dukungannya.
7. Sahabat Genk Hore (Karin, Iwak, Titit) suka dan duka kita bersama dari semester satu sampai semester tak terhingga. Semboyan kita, “*makan tidak makan yang penting hore*”. Aku akan selalu sayang kalian.
8. Sahabat EsDe, Desideria dan Yudit. Terimakasih untuk telepon dan sms yang memberi penulis semangat dan pencerahan. Tuhan Yesus memberkati.
9. Sahabat GB (Etta, Eme, Ajeng, Upit, Shinta, Datia, dan Anif), *girls* aku sudah lulus. Selalu bisa tertawa bersama kalian.
10. Untuk teman seperjuangan, Lita, Timur, Lintang, Juni, Abe, Dita, Danang dan Willi terimakasih untuk pertemanannya dan sapaannya di kampus yang membuat penulis merasa tidak berjuang sendiri.
11. Untuk Gilang, Brury, Caca, teman-teman PR.Comm dan FISIP angkatan 2005 serta semua pihak yang telah membantu penulis, terima kasih banyak. Tuhan Yesus memberkati.

DAFTAR ISI

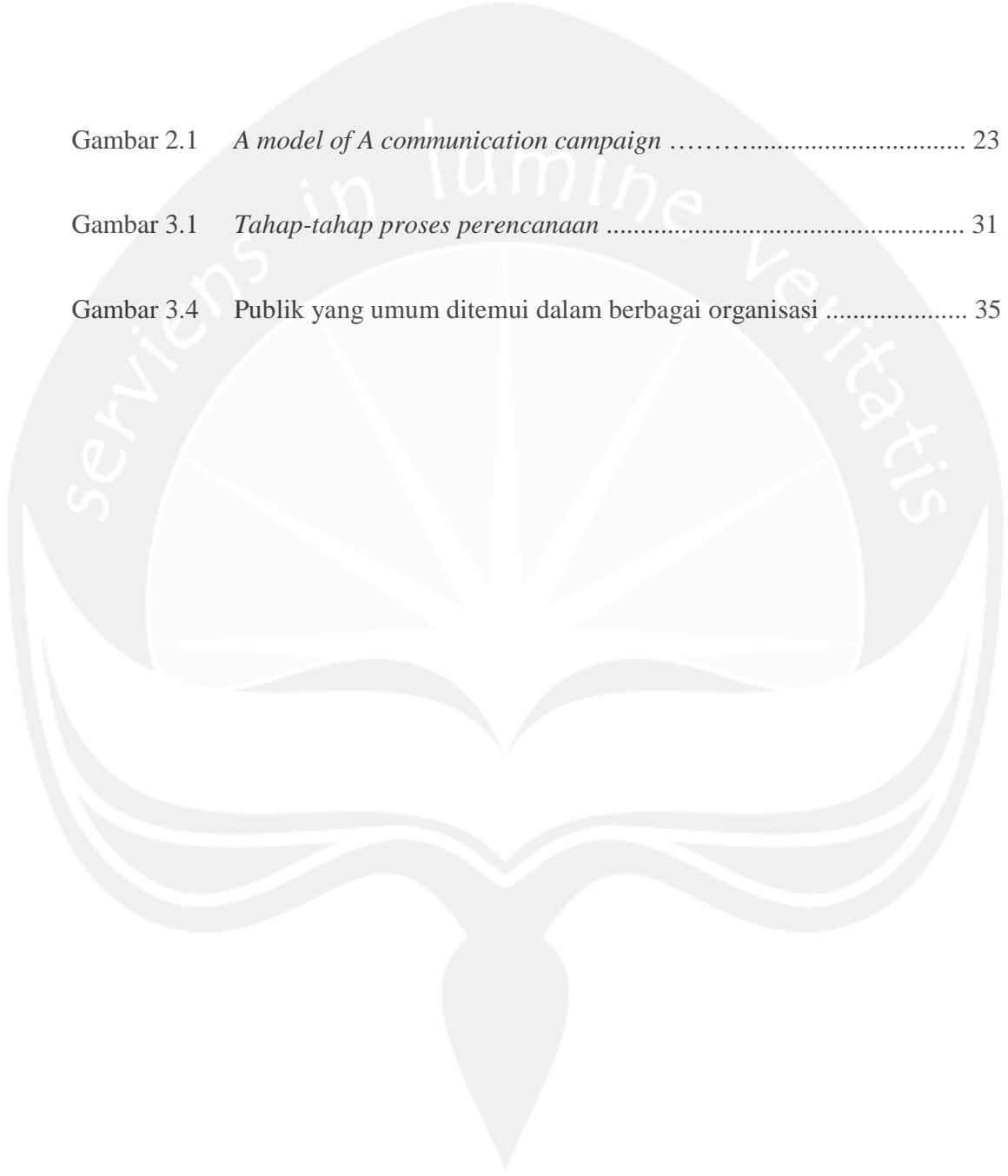
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN	9
1.5 KERANGKA TEORI	10

1. <i>Public Relations</i>	10
a. Definisi <i>Public Relations</i>	10
b. Fungsi <i>Public Relations</i>	11
c. Tugas <i>Public Relations</i>	14
2. Kampanye <i>Public Relations (Public Relations Campaign)</i>	15
a. Definisi kampanye <i>Public Relations</i>	15
b. Jenis-jenis kampanye <i>Public Relations</i>	18
c. Model kampanye komunikasi	18
1. Model komunikasi	18
2. Model komunikasi dalam kampanye	23
d. Tipe kampanye <i>Public Relations</i>	27
3. Perencanaan kampanye <i>Public Relations</i>	29
1.6 KERANGKA KONSEP	49
1. Kampanye <i>Public Relations (Public Relations Campaign)</i>	49
2. Perencanaan Kampanye <i>Public Relations</i>	51
3. Pembentukan Citra	66
1.7 METODOLOGI PENELITIAN	69
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	74
A. Sejarah	74
B. Visi, Misi, Isu Strategik RS Dr. Sardjito	78
C. Kebijakan RS Dr. Sardjito	79
D. Upaya Membangun Komitmen SDM	80
E. Struktur Bagian Hukum dan Humas	80

BAB III HASIL PENELITIAN	82
1. Temuan Data Penelitian	82
Humas rumah sakit Dr. Sardjito Yogyakarta	82
a) Definisi <i>Public Relations</i> di rumah sakit Dr. Sardjito	84
b) Perencanaan kampanye <i>Public Relations</i> di rumah sakit Dr. Sardjito untuk membangun citra	88
2. Analisis Hasil Penelitian	132
Analisis perencanaan kampanye <i>public relations</i> untuk membangun citra rumah sakit Dr. Sardjito	132
BAB IV PENUTUP	159
1. Kesimpulan	159
2. Saran	159
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

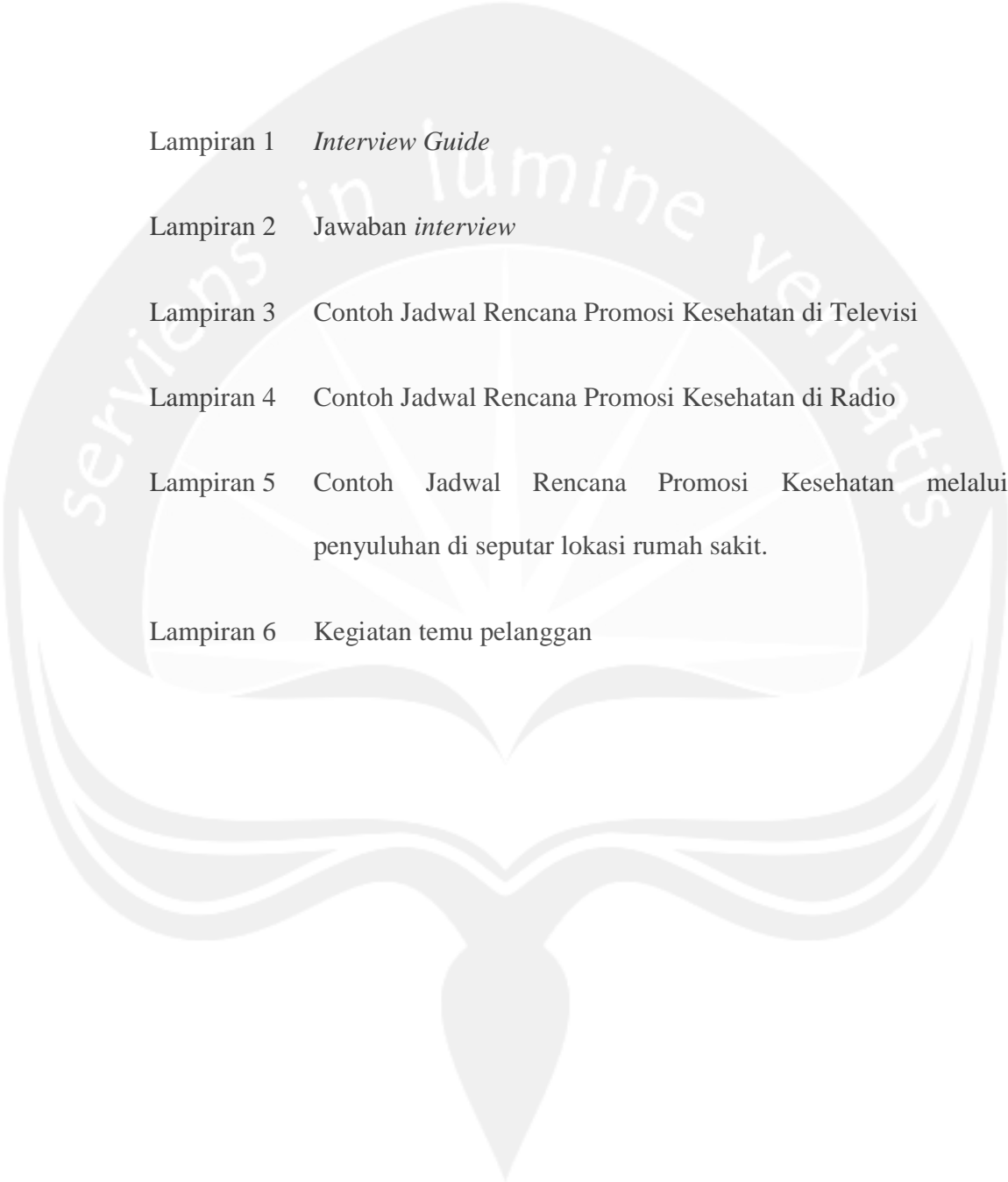
Gambar 2.1	<i>A model of A communication campaign</i>	23
Gambar 3.1	<i>Tahap-tahap proses perencanaan</i>	31
Gambar 3.4	Publik yang umum ditemui dalam berbagai organisasi	35



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Struktur Bagian Hukum dan Humas rumah sakit Dr. Sardjito	80
Bagan 3.1	Perencanaan Kampanye <i>Public Relations</i> rumah sakit Dr. Sardjito	89

DAFTAR LAMPIRAN

- 
- Lampiran 1 *Interview Guide*
- Lampiran 2 *Jawaban interview*
- Lampiran 3 Contoh Jadwal Rencana Promosi Kesehatan di Televisi
- Lampiran 4 Contoh Jadwal Rencana Promosi Kesehatan di Radio
- Lampiran 5 Contoh Jadwal Rencana Promosi Kesehatan melalui penyuluhan di seputar lokasi rumah sakit.
- Lampiran 6 Kegiatan temu pelanggan

ABSTRAK

Setiap organisasi atau perusahaan membutuhkan citra yang baik dibenak masyarakat atau publiknya. Kebutuhan perusahaan untuk menciptakan citra yang baik dimata publik inilah yang menjadi salah satu fungsi yang dijalankan oleh *Public Relations* lewat program-programnya.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya kebutuhan rumah sakit untuk membangun citra positif dibenak masyarakat, salah satu cara yang ditempuh adalah dengan membuat suatu program kampanye, sehingga dibutuhkan suatu bentuk perencanaan kampanye *Public Relations* yang dapat membangun citra rumah sakit (Dr. Sardjito Yogyakarta) dimata masyarakat atau publiknya. Citra positif yang ingin diperoleh oleh rumah sakit tidak dapat terwujud dalam sekejap, melainkan terwujud melalui proses yang terencana dan dengan terbentuknya kesepahaman dan dukungan terhadap rumah sakit tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan kampanye *Public Relations* yang dibuat oleh rumah sakit Dr. Sardjito Yogyakarta untuk membangun citra.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Teori yang dipakai adalah Perencanaan Kampanye *Public Relations* menurut Anne Gregory. Adapun tahap perencanaan kampanye *Public Relations* menurut Anne Gregory terdiri dari: analisis, tujuan, publik, pesan, strategi, taktik, skala waktu, sumber daya, evaluasi, dan *review*.

Bagi rumah sakit Dr. Sardjito, citra yang ingin dibangun adalah sesuai dengan konsep rumah sakit vertical milik Kementrian Kesehatan Republik Indonesia yaitu tipe A Pendidikan dan sesuai dengan visi dari rumah sakit Dr. Sardjito yaitu menjadi salah satu rumah sakit unggulan dalam bidang pelayanan, pendidikan, dan penelitian di kawasan Asia Tenggara, sehingga kampanye *Public Relations* ditujukan untuk membangun citra rumah sakit sebagai mitra terpercaya menuju sehat.

Hasilnya, perencanaan kampanye *Public Relations* yang dilakukan oleh rumah sakit Dr. Sardjito belum dapat membangun citra yang diharapkan. Evaluasi terhadap citra rumah sakit Dr. Sardjito belum dilakukan sehingga Bagian Hukum dan Humas tidak tahu pencapaian mereka berhasil ataukah tidak dalam membangun citra.

Kata kunci: Perencanaan, Kampanye, *Public Relations*, Citra