

## BAB IV

### PENUTUP

#### 1. Kesimpulan

- a. Penggunaan e-PR di RS Bethesda sebagai sarana publikasi didasari pada kebutuhan RS Bethesda akan media yang dapat meng update berita secara cepat, dan mempunyai space yang cukup untuk menyampaikan informasi dan pesan secara lengkap, dimana kriteria tersebut dapat dipenuhi oleh media internet. Adapun penggunaan media internet di RS Bethesda difokuskan dalam empat bentuk, yaitu *website*, *email*, *messenger* dan *mailing list*. Adapun tujuan penggunaan e-PR untuk lebih mengenalkan layanan dan fasilitas yang dimiliki RS Bethesda, selain itu tujuan utama adalah mengembangkan target sasaran RS Bethesda.
- b. Perencanaan e-PR di RS Bethesda memilih menggunakan langkah – langkah praktis, untuk menghemat waktu dan hanya berfokus pada tahapan implementasi. Perencanaan die-PR di RS Bethesda lebih berfokus pada apa hasil yang dicapai, tetapi tidak memperhatikan aspek– aspek komunikasinya baik internal ataupun eksternal.
- c. Perencanaan dan Implementasi e-PR di RS Bethesda dilakukan oleh Tim Khusus yang dibentuk oleh dewan direksi yang terdiri dari Kepala

Bagian Humas, Koordinator Humas, dan PDE. Dengan koordinator Tim dipegang oleh Kepala Bagian Humas.

- d. Perencanaan e-PR di RS Bethesda dijadwalkan memakan waktu 6 bulan, yaitu bulan Juni 2006 – Januari 2007. Namun pada pelaksanaannya waktu yang sudah dijadwalkan mengalami kemunduran hingga bulan Maret 2007, hal ini dikarenakan masih kurangnya waktu persiapan untuk perencanaan e-PR di RS Bethesda. Tahapan perencanaan yang dilakukan di RS Bethesda adalah dengan adanya survey, implementasi teknis pembuatan media online dan launching dan sosialisasi *website* RS Bethesda.
- e. Dalam tahapan implementasi e-PR di RS Bethesda terbagi menjadi dua langkah yang dilakukan, yaitu mengadakan prasaran dan menyusun content *website*. Dalam penyusunan content *website* Kepala bagian Humas tidak hanya mengerjakan sendiri, melainkan melibatkan hampir semua bagian di RS Bethesda, hal ini berkenaan dengan berita yang akan dipublikasikan di *website* dengan kriteria – kriteria yang ditetapkan oleh Kepala Bagian Humas selaku koordinator. Dalam tahapan pembuatan *website* Tim e-PR RS Bethesda tidak membuat sendiri, melainkan menyerahkan semua hal yang berkenaan dengan teknis dan sistem pembuatan *website* kepada CITRA WEB, sedangkan dalam pengelolaan sehari – harinya diserahkan kepada Bp. Yoyo sebagai pihak ketiga.

- f. Dalam implementasinya ada hal – hal yang tidak sesuai dengan perncanaannya, seperti target yang tidak sesuai, tidak adanya aspek interaktif, tidak pastinya data – data mengenai publik yang merespon. Hal ini dikarenakan tahapan evaluasi yang tidak maksimal.

## 2. Saran

- a) Dalam perencanaannya sebaiknya Humas Rs Bethesda tidak berfokus pada hasilnya saja, sehingga melupakan langkah – langkah yang seharusnya dilakukan. Sebaiknya dalam perencanaan masih tetap diperhatikan *controlling* agar dapat memaksimalakan implementasinya nanti selain itu adanya tahapan evaluasi yang berkesinambungan.
- b) Dalam pengelolaanya, upload berita masih dilakukan oleh Bp Yoyo selaku pihak ketiga diluar RS Bethesda. Seharusnya hal ini dapat dilakukan dari internal RS Bethesda, karena hal ini berhubungan dengan efisiensi waktu penyampaian berita dan efisiensi biaya, selain itu juga dapat memaksimalkan SDM yang ada di RS Bethesda.
- c) Disamping itu kaitannya dengan menu yang ditawarkan di *website* sebaiknya ada *contact us online*, dimana publik dapat berkomunikasi secara langsung dengan server yang sedang bertugas, hal ini memudahkan publik untuk berkomunikasi dan menanyakan informasi yang kurang jelas. Sehingga publik merasa mendapatkan pelayanan yang cepat dan maksimal.

### Daftar Pustaka

Cutlip, Scott M, *Effective Public Relations*, 2006, Pearson Education Inc

Delaney Bob dan Michael Lewis, “*Planning and Budgeting For Public relations Profesional.*” Paper disajikan untuk 1990 Annual Conference of the canadian Public Relations Socieity, Juni 1990.

Falk, Louis K, *Creating a Winning Web Site*, The Public Relations Strategist, 2000

Holt, Shel. 1999. *Public Relations on the Net*.New York:Amacom

IG Ngurah Putra, *Manajemen Hubungan Masyarakat*,cet. Pertama, 1999, Yogyakarta : Penerbit Universitas Atmajaya, hal 48

Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Jefkins, Frank.20404. *Public Relations*. Jakarta : Penerbit Erlangga

McElreath, Mark P. 1997. *Managing Systematic and Ethical Public Relations Campaigns, Second Edition*. Brown & Benchmark Publisher

Moleong, Lexy J.2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*.Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nawawi, H. Dan Martini, H.M.1991. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta:Penerbit Gadjah Mada University Press.

Newsom, Doug. Jim Haynes, *Public Relations Writing : Form & Style*, Thomson Wadsworth Corporation, 2008

Onggo, Julius Bob, *Cyber Public Relations*, 2004, PT Elex Media Komputindo

Ramsy, Shirley A., *Issue, Managemnet adn the Use Technologies in Public Relations*, dalam *Public Relations Review*, 1993, JAI Press Inc, hal 261 – 273

Rakhmat, Jalaludin. 1991. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: CV. Remaja Rosdakarya.

Soemirat, Soleh. Elvinaro, Ardianto, *Dasar – Dasar public relations*, cetakan ketiga 2004, PR Remaja Rosdakarya.

Stovall, James Glen. 2005. *Journalism*. Boston : Allyn and Bacon

#### **Sumber Internet**

<http://ix141.blogspot.com/2008/04/perkembangan-bisnis-di-indonesia-10.html>

<http://bebek-bgt.blogspot.com//2008/01/tugas-uas-komunikasi-kontemporer-dedy-.html>

<http://dewisnawati.blogsome.com/>

<http://dyahsuryani.blogsome.com/2007/01/15/e-pr-versus-pr-konvensional/>

[http://www.gizi.net/cgi-bin/berita/fullnews.cgi?newsid1088142057,65767,](http://www.gizi.net/cgi-bin/berita/fullnews.cgi?newsid1088142057,65767)

<http://satublog.co.cc/?p=113>

<http://marketing.konsultanrumahsakit.com/>

[http://id.wikipedia.org/wiki/Rumah\\_sakit#Rumah\\_Sakit\\_Dan\\_Perkembangannya\\_  
di\\_Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Rumah_sakit#Rumah_Sakit_Dan_Perkembangannya_di_Indonesia)

[www.bethesda.or.id](http://www.bethesda.or.id)