

PRAKTIK MEDIA RELATIONS RS MARDI RAHAYU DAN MEDIA LOKAL DALAM MEMBANGUN CITRA INSTITUSI KESEHATAN

Agata Valencia Ke'nuy Sulistiyanto

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email : agata02valencia@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami praktik media relations yang dijalankan oleh Rumah Sakit Mardi Rahayu Kudus bersama media lokal dalam membentuk dan mempertahankan citra institusi kesehatan. Rumah sakit tidak hanya dituntut memberikan pelayanan medis berkualitas, tetapi juga dituntut menjalin hubungan komunikasi strategis dengan media sebagai perpanjangan tangan dalam menyampaikan informasi kepada publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan paradigma post-positivisme. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan Focus Group Discussion (FGD) dengan pihak humas RS Mardi Rahayu serta wartawan dari media lokal seperti ISK News, Radar Kudus, dan Muria News. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RS Mardi Rahayu secara aktif menerapkan enam strategi media relations menurut Frank Jefkins, yaitu memahami dan melayani media, membangun reputasi sebagai institusi yang dapat dipercaya, menyediakan salinan yang baik kepada media, bekerja sama dalam penyediaan materi, menyediakan fasilitas verifikasi, serta membangun hubungan personal yang kuat dengan media.

Kata kunci: media relations, citra institusi kesehatan, rumah sakit, komunikasi strategis, RS Mardi Rahayu, media lokal.

THE PRACTICE OF MEDIA RELATIONS BETWEEN MARDI RAHAYU
HOSPITAL AND LOCAL MEDIA IN SHAPING THE IMAGE OF A
HEALTHCARE INSTITUTION

Agata Valencia Ke'nuy Sulistiyanto

Communication Science Study Program, Faculty of Communication and Multimedia,
Mercu Buana University, Yogyakarta

Email : agata02valencia@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to understand the media relations practices carried out by Mardi Rahayu Hospital in Kudus in collaboration with local media in shaping and maintaining the image of a healthcare institution. Hospitals are not only required to provide quality medical services but also to establish strategic communication with the media as an extension in delivering information to the public. This research adopts a qualitative approach using a descriptive method and a post-positivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews, observation, documentation, and Focus Group Discussions (FGD) with the public relations staff of Mardi Rahayu Hospital and journalists from local media outlets such as ISK News, Radar Kudus, and Muria News. The findings show that Mardi Rahayu Hospital actively implements the six media relations strategies proposed by Frank Jefkins: understanding and serving the media, building a reputation as a trustworthy institution, providing quality press materials, collaborating in content provision, offering verification facilities, and fostering strong personal relationships with the media.

Keywords: *media relations, healthcare institutional image, hospital, strategic communication, Mardi Rahayu Hospital, local media.*