

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Kudus merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah, cukup banyak tantangan dalam sector kesehatan serta keselamatan yang sangat memerlukan perhatian serius. Berdasarkan data terbaru, terdapat beberapa isu kesehatan dan keselamatan yang dapat mempengaruhi sector-sector itu sendiri. Kota Kudus, sebagai bagian dari jalur pantura, banyak menghadapi tantangan yang cukup krusial terkait keselamatan di lalu lintas. Jalur pantura merupakan jalur yang menghubungkan berbagai kota besar yang ada di pulau Jawa, merupakan rute utama bagi kendaraan berat seperti truk dan kendaraan pribadi. Walaupun dapat disebutkan memiliki peran yang penting dalam perekonomian, tetapi jalur ini juga dikenal sebagai salah satu titik rawan kecelakaan dalam berlalu lintas.

Menurut data terbaru yang dilansir pada arusutama.com, yang terhitung dan tercatat sejak 1 Januari sampai dengan 10 Februari 2025, sudah terjadi 94 kasus kecelakaan di daerah pantura Kudus – Demak. Dari data tersebut disebutkan 11 orang meninggal dunia, 107 orang mengalami luka ringan, dan terhitung kerugian material sampai dengan RP67.050.000¹. Kecelakaan – kecelakaan ini menunjukkan bahwa adanya potensi tinggi terhadap risiko kesehatan di jalur pantura Kudus, yang

¹ Redaksi Arusutama. (2025, Februari 18). *94 Kecelakaan dalam Sebulan, Jalan Pantura Demak Butuh Perbaikan Serius*. Arusutama.com. Diakses dari <https://arusutama.com/2025/02/18/94-kecelakaan-dalam-sebulan-jalan-pantura-demak-butuh-perbaikan-serius/>

dapat disebabkan oleh berbagai factor seperti kondisi jalan, kendaraan, maupun human error pengemudi.

Tidak hanya sering terjadi kecelakaan saja, tetapi mengingat kota Kudus juga dikenal sebagai industry rokoknya, dimana dengan kondisi geografis dan sosial ekonomi yang khas ini membuat kota Kudus menghadapi berbagai isu penyakit pernapasan yang menjadi perhatian dalam konteks kesehatan masyarakat. Salah satu penyakit pernapasan yang paling umum dan sering tercatat adalah Infeksi Saluran Pernapasan Akut Ispa (ISPA). Penyakit ini masih menjadi salah satu insiden tertinggi di Kudus, yang menyerang berbagai kelompok usia, terutama balita. Dilansir dari laporan terbaru Dinas Kesehatan Kabupaten Kudus mengenai data prevalensi penyakit dan tren musiman, penyakit ini dapat cenderung meningkat terutama pada musim-musim tertentudan perubahan suhu yang dapat menambah penyebaran virus dan bakteri penyebab infeksi.

Rumah sakit merupakan salah satu instansi yang sangat berperan penting bagi masyarakat, berdasarkan Permenkes No. 340/MENKES/PER/III/2010 Tahun 2010 tentang Klasifikasi Rumah Sakit, rumah sakit adalah sebuah organisasi atau institusi yang menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan kesehatan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat². Rumah sakit merupakan salah satu pilar utama bagi system pelayanan kesehatan di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik atau BPS sampai dengan

² Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MENKES/PER/III/2010 tentang Klasifikasi Rumah Sakit.

2023 terdapat sejumlah 11 rumah sakit yang sudah berdiri di Kudus dengan klasifikasi yang berbeda-beda.³

Klasifikasi Rumah Sakit	Jumlah
Rumah Sakit Umum	8 Unit
Rumah Bersalin	3 Unit

Tabel dilansir dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus

Rumah Sakit Mardi Rahayu sebagai salah satu institute pelayanan kesehatan yang vital, merupakan rumah sakit dengan klasifikasi rumah sakit umum yang statusnya berada di kelas B⁴. Kelas B pada rumah sakit artinya rumah sakit tersebut mengacu pada tingkat kemampuan dan fasilitas yang dimiliki oleh rumah sakit. Rumah Sakit Mardi Rahayu memberikan layanan medis, termasuk rawat inap, serta rawat jalan, layanan igd, dan fasilitas penunjang medis yang lain. Rumah Sakit Mardi Rahayu memiliki komitmen untuk dapat memberikan pelayanan kesehatan yang lengkap dan berkualitas bagi masyarakat⁵. Rumah Sakit Mardi Rahayu sendiri merupakan salah satu rumah sakit rujukan dengan pelayanan yang kompleks dengan fasilitas pelayanan yang memadai bagi masyarakat Kota Kudus dan sekitarnya. Tidak hanya itu saja, kualitas pelayanan rumah sakit ini tidak perlu

³ Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. (2024). *Jumlah Rumah Sakit Umum, Rumah Sakit Khusus, Rumah Sakit Rumah Bersalin, Puskesmas, Klinik, Balai Kesehatan, Posyandu, dan Polindes Menurut Kecamatan di Kabupaten Kudus 2023*. Diakses dari <https://kuduskab.bps.go.id/id/statistics-table/1/NDA0IzE=/jumlah-rumah-sakit-umum-rumah-sakit-khusus-rumah-sakit-rumah-bersalin-puskesmas-klinik-balai-kesehatan-posyandu-dan-polindes-menurut-kecamatan-di-kabupaten-kudus-2023.html>

⁴ GKMI Kudus. (t.t.). *Bidang Pelayanan: KB0001*. Diakses dari https://gkmi-kudus.org/user/bidang_pelayanan/KB0001

⁵ Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MENKES/PER/III/2010 tentang Klasifikasi Rumah Sakit. (2010). *pelayanan.jakarta.go.id*. Diakses dari <https://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/peraturan-menteri-kesehatan-nomor-340-tentang-klasifikasi-rumah-sakit.pdf>

diragukan lagi karena cukup banyak penghargaan yang dapat menjadi bukti pengakuan dari kualitas pelayanan tersebut.

Rumah Sakit Mardi Rahayu Kudus, merupakan rumah sakit yang berlokasi di Kudus, Jawa Tengah, merupakan salah satu rumah sakit yang sangat aktif dalam membangun citra positif di tengah public. Seperti banyak rumah sakit lainnya, juga menghadapi tantangan dalam menjaga citra mereka di mata publik, terutama saat masa pandemic COVID-19, ketika media menjadi jembatan utama sebagai media informasi dan pemberitaan. Dalam perjalanannya rumah sakit mardi rahayu percaya bahwa merespons masyarakat dengan media sangat penting, karena dapat memengaruhi persepsi masyarakat dan memberikan kesempatan bagi rumah sakit untuk menunjukkan komitmen mereka dalam meningkatkan layanan. Dalam perjalanannya rumah sakit ini telah menunjukkan bahwa pelayanan adalah kunci untuk menjaga citra mereka, akreditasi tingkat Paripurna dari Komite Akreditasi Rumah Sakit (KARS) yang berlaku hingga 11 Oktober 2026 ini dapat menjadi bentuk aset penilaian kualitas pelayanan yang memenuhi standard an komprehensif.

RS Mardi Rahayu Kudus telah lama dikenal sebagai institusi kesehatan yang berkomitmen tinggi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Dedikasi ini tidak hanya tercermin dalam operasional sehari-hari, tetapi juga terbukti melalui serangkaian prestasi dan pengakuan bergengsi yang diraihnya secara konsisten. Prestasi ini mengukuhkan posisi RS Mardi Rahayu sebagai salah satu rumah sakit terkemuka di wilayah Kudus dan Jawa Tengah.

Salah satu pilar utama yang menunjukkan komitmen RS Mardi Rahayu terhadap mutu layanan adalah akreditasi paripurna KARS (Komite Akreditasi Rumah Sakit). Akreditasi ini merupakan pengakuan tertinggi yang diberikan kepada fasilitas kesehatan yang memenuhi standar kualitas pelayanan dan keselamatan pasien yang sangat ketat. RS Mardi Rahayu berhasil mempertahankan predikat ini, dengan akreditasi tingkat paripurna KARS berlaku dari 24 Oktober 2024 hingga 11 Oktober 2026. Pencapaian ini bukanlah yang pertama, mengingat rumah sakit juga telah meraih akreditasi tingkat paripurna SNARS 1.0 sebelumnya, yang berlaku dari 9 November 2021 hingga 9 Juli 2022, serta telah memilikinya juga pada tahun 2018. Konsistensi dalam mempertahankan akreditasi paripurna ini menunjukkan upaya berkelanjutan RS Mardi Rahayu dalam menjaga dan meningkatkan standar pelayanan sesuai pedoman nasional dan internasional.

Selain pengakuan akreditasi, RS Mardi Rahayu juga menorehkan prestasi melalui penghargaan atas kepatuhan Pembiayaan Iuran Kategori Fasilitas Kesehatan Kabupaten Kudus Tahun 2024 oleh BPJS Kesehatan. Penghargaan ini merupakan indikator kuat atas pengelolaan keuangan yang baik dan komitmen rumah sakit dalam mendukung program jaminan kesehatan nasional. Tidak hanya itu, komitmen terhadap kesejahteraan pekerja juga diakui dengan Penghargaan sebagai Pusat Layanan Kecelakaan Kerja Terbaik Wilayah Jawa Tengah dan DIY oleh BPJS Ketenagakerjaan pada 6 Desember 2023. Kedua penghargaan dari BPJS ini menegaskan bahwa RS Mardi Rahayu tidak hanya unggul dalam aspek

medis, tetapi juga dalam kepatuhan administratif dan kemitraan strategis dengan lembaga jaminan sosial.

Serangkaian prestasi ini tidak hanya menjadi kebanggaan, tetapi juga landasan kuat bagi RS Mardi Rahayu dalam membangun dan menjaga citra positifnya di mata masyarakat. Ini menunjukkan dedikasi rumah sakit terhadap kualitas layanan, kepatuhan regulasi, serta kepedulian terhadap pasien dan komunitas, menjadikannya pilihan utama bagi masyarakat Kudus dan sekitarnya.

Kombinasi dari status rujukan, banyaknya penghargaan, dan akreditasi Paripurna menjadikan RS Mardi Rahayu bukan hanya sekadar rumah sakit, tetapi sebuah institusi kesehatan yang terkemuka dan diakui di wilayahnya. Kondisi ini menyediakan konteks yang kaya dan relevan untuk menggali lebih dalam bagaimana diseminasi kebijakan kesehatan dan praktik media relations dengan media lokal dilakukan dalam upaya membangun dan memelihara citra institusi kesehatan yang kuat.

Media sangat berperan besar dalam pembentukan citra rumah sakit, dengan media maka rumah sakit dapat memperkenalkan dengan mudah berbagai inovasi yang akan atau sudah diterapkan, pencapaian yang telah diraih, atau bahkan program-program yang akan diterapkan. Rumah Sakit Mardi Rahayu Kudus merupakan rumah sakit yang dalam bidang prosesnya berlandaskan pada nilai dasar “CHANGE” yang sudah di sampaikan melalui pelayanan yang diberikan atau lebih jelasnya sudah dijelaskan melalui website atau buku profil Rumah Sakit. Humas

Rumah Sakit Mardi Rahayu Kudus ini juga mencerminkan citra rumah sakit yang tanggap akan keselamatan pasien serta keramahan pada customer.

Rumah sakit sebagai institusi layanan kesehatan, tidak hanya dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas saja tetapi harus mampu untuk dapat membangun dan menjaga hubungan dengan media massa sebagai strategi komunikasi eksternal. Media relation merupakan salah satu fungsi penting dalam kegiatan humas rumah sakit. Fungsi ini bertujuan agar dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara rumah sakit dan media. Melalui hubungan yang baik ini rumah sakit dapat menyampaikan informasi yang akurat sesuai fakta dan positif kepada masyarakat, serta dapat mengelola opini public saat menghadapi krisis. Di dalam praktiknya, hubungan antara rumah sakit dan media tidak selalu berjalan baik. Terkadang masih terjadi miskomunikasi, serta kurangnya keterbukaan informasi yang dapat berkesan rumah sakit tidak mau bekerja sama dengan pihak media atau sebaliknya. Hal-hal seperti ini dapat menjadi pemicu yang dapat berdampak buruk pada citra rumah sakit yang akhirnya dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat.

Media relation yang menjadi bagian dari fungsi humas sendiri yang memiliki peran penting dalam mengelola komunikasi, membangun komunikasi, menjaga komunikasi, dan mengembangkan hubungan antara instansi dan media massa. Media relation adalah kegiatan yang membangun hubungan yang harmonis antara instansi dan media massa, yang bertujuan untuk menciptakan kesadaran yang saling

menguntungkan⁶. Peran yang dimiliki oleh media relation sendiri akan dapat menjadi kuat dan krusial di tengah arus informasi yang deras dan disertai dengan persaingan yang kuat antar instansi. Dengan adanya media digital dan media sosial juga dapat mengubah pandangan komunikasi, dimana keaktualan sebuah informasi akan menjadi penentu. Di dalam kondisi yang seperti ini, instansi harus dapat membangun relasi yang kuat dengan media agar penggiringan opini dapat terjadi secara efektif⁷.

Media relation di rumah sakit mempunyai peran aktif sebagai jembatan komunikasi antara pihak instansi rumah sakit dan public, media massa merupakan saluran utama sebagai penyebar informasi⁸. Dengan kerjasama yang baik media local dan rumah sakit dapat menyampaikan informasi layanan, program rumah sakit yang baru, edukasi kesehatan, serta klarifikasi terhadap isu-isu krisis. Di dalam praktiknya, humas atau public relation (PR) di rumah sakit memiliki tanggung jawab untuk membangun hubungan yang saling berkesinambungan dengan media lokal. Bentuk kerja sama ini dapat berupa penyebar luasan siaran pers, pelaksanaan konferensi pers, pemberika informasi, serta pelibatan media dalam kegiatan yang dilakukan rumah sakit⁹.

⁶ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson Education.

⁷ Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2012). *Public Relations: Strategies and Tactics* (10th ed.). Pearson Education.

⁸ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson Education.

⁹ Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2012). *Public Relations: Strategies and Tactics* (10th ed.). Pearson Education.

Dari media relation yang baik, rumah sakit dapat menyampaikan berita yang sesuai fakta serta melakukan klarifikasi yang dapat meminimalisir miskomunikasi yang dapat merusak citra rumah sakit. Komunikasi efektif yang terjadi antara media dan rumah sakit tidak hanya mampu meredam penambahan krisis, tetapi dapat membangun kembali kepercayaan masyarakat secara terus-menerus.

Penelitian ini berfokus pada usaha menggali kebijakan dalam praktik media relation antara rumah sakit mardiyah rahayu kudus dan media local untuk memahami mengenai sejauh mana hubungan media dapat mendukung kualitas dan peningkatan dalam pengembangan rumah sakit mardiyah rahayu kudus. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini memperdalam tantangan dan peluang untuk membangun dan mempertahankan banding di mata masyarakat, bagaimana rumah sakit mengelola hubungan mereka dengan media, serta komunikasi apa yang dilakukan. Aspek yang dianalisis meliputi efektivitas rumah sakit yang digunakan untuk menangani media untuk memberikan pesan kepada audiens, serta efek yang disebabkan oleh peningkatan kualitas layanan dan panggilan rumah sakit. Selain itu, penelitian ini menentukan bagaimana hubungan media dapat berkontribusi pada keberhasilan rumah sakit dalam persaingan di sektor kesehatan yang semakin kompetitif. Pentingnya penelitian ini terletak pada kenyataan bahwa rumah sakit yang dapat mengelola hubungan tidak hanya dapat lebih memperhatikan masyarakat, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pasien pada layanan kesehatan yang mereka terima. Oleh karena itu, analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna untuk manajemen rumah sakit untuk mengoptimalkan

peran hubungan media untuk mendukung peningkatan kualitas rumah sakit mardi rahayu kudus.

Adapun beberapa alasan mengapa peneliti menggunakan rumah sakit mardi rahayu dan media local yang ada di kudus sebagai tempat penelitian, yaitu karena reputasi dan akreditasi yang diperoleh rumah sakit mardi rahayu sudah terakreditasi nasional, serta menjadi rumah sakit rujukan utama di Kabupaten Kudus. Reputasinya sebagai rumah sakit pelayanan kesehatan yang berkualitas membuatnya menjadi sumber data yang relevan dan terpercaya. Selain itu rumah sakit mardi rahayu memiliki volume pasien yang tinggi serta beragam, dengan kata lain rumah sakit ini memberikan peneliti peluang untuk mengakses data yang representative.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan mengenai bagaimana praktik media relations rs mardi rahayu dan media lokal dalam membangun citra institusi kesehatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui mengenai bagaimana praktik media relations rs mardi rahayu dan media lokal dalam membangun citra institusi kesehatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

- Dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu terutama di bidang public relation atau humas, dengan inti yang berfokus pada praktik media relation di institusi kesehatan (rumah sakit).
- Menambah pengetahuan akademis tentang pentingnya peran media relation dalam membentuk citra melalui media massa dalam era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Memberikan masukan bagi Rumah Sakit Mardi Rahayu dalam mengevaluasi serta meningkatkan strategi media relation, khususnya dalam meningkatkan pengembangan Rumah Sakit Mardi Rahayu.
- Menjadi referensi bagi humas rumah sakit dalam membangun hubungan yang baik dengan media massa.
- Memberikan gambaran bagi media massa tentang pandangan terhadap kerja sama dan komunikasi rumah sakit.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivism paradigm yang berpandangan sebagai dasar dalam menyusun dan melakukan penelitian. Paradigma post positivism berkembang sebagai respon terhadap keterbatasan paradigm positivism klasik, yang melihat realitas sosial secara objektif, absolut, dan terpisah dari nilai-nilai peneliti. Post positivism akan mempertahankan prinsip-prinsip ilmiah seperti objektivitas dan verifikasi melalui data empiris, tetapi tetap mengakui bahwa realitas sosial tidak bisa diukur secara sempurna dan hasil penelitian akan dipengaruhi oleh konteks dan persepsi¹⁰.

Post positivism memiliki pandangan bahwa kebenaran tidak dapat diketahui secara mutlak, tetapi dapat di ketahui melalui metode ilmiah yang tegas, reflektif, dan terbuka terhadap revisi. Maka dari itu pemilihan paradigm ini dianggap sesuai karena dapat menjadi jembatan terhadap pendekatan ilmiah yang teratur dengan realitas sosial yang kompleks dan dinamis, sesuai dengan praktik media relation di instansi rumah sakit. Penelitian ini ditujukan untuk memahami praktik media relation di rumah sakit serta bagaimana hubungan dibangun dengan media massa local. Dalam lingkup tersebut, post positivism memungkinkan peneliti untuk menggali berbagai pengalaman, persepsi, serta dinamika relasional yang terjadi, sambil tetap menjaga jarak terhadap temuan.

¹⁰ Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara lebih lanjut melalui perspektif subjek yang akan diteliti. Menurut Moleong, pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek secara menyeluruh, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata serta bahasa, merupakan suatu konteks khusus yang alami dan memanfaatkan berbagai metode ilmiah¹¹. Metode kualitatif digunakan karena sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yaitu, mengeksplorasi makna, pengalaman, serta pandangan subjek terhadap fenomena yang luas dan dinamis. Penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk menggeneralisasi temua, tetapi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih intens terhadap fenomena yang diteliti dalam konteksnya. Salah satu ciri utama dalam penelitian kualitatif adalah adanya peneliti sebagai tokoh utama dalam proses pengumpulan data.

Dalam hal ini, peneliti tidak hanya mengumpulkan data saja, tetapi juga mengartikan, memahami, serta memberikan makna yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Maka dari itu, kemampuan yang dimiliki dalam membangun hubungan interpersonal, komunikasi secara empatik, serta sikap reflektif sangat penting dalam pendekatan kualitatif¹². Dalam penelitian kualitatif, keberhasilan penelitian tidak dinilai dari generalisasi hasil, tetapi dari kedalaman serta kekayaan informasi yang didapat. Penelitian kualitatif tidak hanya ditujukan untuk

¹¹ Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, hlm. 6.

¹² Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE Publications.

memberikan kesimpulan secara statistic, tetapi juga memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai realitas sosial yang akan diteliti, sehingga hasil yang didapat menjadi rujukan untuk penelitian yang serupa. Tujuan lain dari penelitian ini merupakan sebagai gambaran realitas sosial yang seadanya dari sudut pandang partisipan, dengan tanpa adanya intervensi atau perlakuan tertentu. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan maupun dalam menyusun kebijakan.

1.5.3 Subjek objek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu atau kelompok yang menjadi sumber informasi utama dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian kualitatif subjek penelitian biasa disebut dengan informan, yaitu individu atau kelompok yang dianggap memiliki pengalaman, atau pengetahuan yang relevan dengan penelitian. Subjek dipilih secara dua arah, yaitu secara pertimbangan dan kriteria tertentu, dan bukan secara acak¹³. Subjek dilihat sebagai actor yang aktif dalam memberikan makna terhadap suatu hal yang sedang diteliti, namun tetap sesuai dengan paradigma konstruktivisme yang melihat bahwa realitas sosial dibangun melalui pengalaman individu¹⁴.

Subjek dalam penelitian ini adalah humas rumah sakit mardi rahayu. Humas dipilih karena peran yang dimiliki sangat strategis dalam mengelola maupun membentuk citra rumah sakit di mata public melalui aktivitas

¹³ Patton, Michael Quinn. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. California: Sage Publications, 2002, hlm. 230.

¹⁴ Guba, Egon G., dan Lincoln, Yvonna S. "Competing Paradigms in Qualitative Research," dalam *Handbook of Qualitative Research*, disunting oleh Denzin & Lincoln. California: Sage, 1994, hlm. 111.

komunikasi. Sebagai ujung tombak dalam komunikasi eksternal rumah sakit, humas memiliki tanggung jawab mengenai penyampaian informasi kepada masyarakat, menjalin hubungan yang baik dengan media massa, dan menangani isu-isu krisis rumah sakit. Subjek humas rumah sakit ini akan terdiri dari staf rumah sakit yang berupa humas Rumah Sakit Mardi Rahayu yang biasa disebut dengan staf SPU atau staf Satuan Pengembangan Usaha yang berada di bawah pimpinan direksi Rumah Sakit Mardi Rahayu. SPU sendiri merupakan induk humas di Rumah Sakit Mardi Rahayu yang memiliki tugas krusial dalam mengelola komunikasi internal dan eksternal, dalam SPU ini juga mereka memiliki tugas untuk membangun hubungan baik dengan para stakeholder. Dari staf SPU tersebut 2 individu akan di jadikan sebagai subjek dalam penelitian ini.

Narasumber 1 staf SPU RS Mardi Rahayu : dr. Sophie Aileen

Narasumber 2 staf SPU RS Mardi Rahayu : Dewi Apriyanti

Dalam penelitian ini juga terdapat subjek yang lain, yaitu media massa local yang beroperasi di wilayah kota Kudus, Jawa Tengah, baik dalam bentuk media cetak, maupun media daring. Subjek ini dipilih karena sama-sama memiliki peran yang penting dalam menyampaikan informasi kepada public, serta dalam pembentukan opini masyarakat. Selain itu ketiga media ini juga aktif dalam membangun hubungan dengan Rumah Sakit Mardi Rahayu, ketiga media ini merupakan media local Kota Kudus. Media massa dalam tingkat ini tidak hanya memiliki fungsi sebagai penyampai

berita atau jembatan berita saja, tetapi juga sebagai actor sosial yang mampu dalam membingkai isu-isu tertentu yang sesuai dengan kepentingan masyarakat setempat¹⁵. Penelitian ini akan melibatkan wartawan dari media local kudus yang terbiasa ikut dalam aktivitas komunikasi dengan rumah sakit mardi rahayu atau yang biasa dengan pemberitaan dalam putaran instansi kesehatan. Dengan wawancara yang lebih intens, peneliti akan mencari data mengenai bagaimana hubungan rumah sakit mardi rahayu dengan media massa local yang ada, serta bagaimana pandangan dari masing-masing subjek mengenai hubungan kerja sama yang dimiliki antar kedua subjek. Dari ketiga media tersebut setiap individu akan di jadikan sebagai subjek dalam penelitian ini.

Narasumber ISK News : Siti Islamiyah

Narasumber Muria News : Anggara Jiwadhana

Narasumber Radar Kudus : Indah Susanti

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi sasaran utama dalam sebuah penelitian, baik itu fenomena, gejala, peristiwa, maupun konsep yang ingin dipelajari lebih lanjut oleh peneliti. Objek penelitian merupakan focus dari perhatian yang ingin dijawab, dipahami, atau dijelaskan melalui proses penelitian¹⁶. Dalam penelitian kualitatif, objek penelitian biasanya berupa aktivitas komunikasi, pola interaksi sosial, atau

¹⁵ Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4, 1993, hlm. 52.

¹⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 38.

dapat berupa pemaknaan terhadap sebuah realitas¹⁷. Maka dari itu objek penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah proses dan praktik komunikasi strategis yang dilakukan rumah sakit mardi rahayu dalam bentuk diseminasi kebijakan kesehatan serta hubungan media relation, interaksi rumah sakit dan media local dalam membangun citra dalam institusi kesehatan di masyarakat.

1.6 Jenis data

Dalam penelitian ini, data yang akan digunakan merupakan data primer dan data sekunder, yang akan saling melengkapi untuk memberikan gambaran terhadap objek penelitian.

1.6.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang di dapat secara langsung dari sumber utama yang ada di lapangan yang didapatkan dari interaksi antara peneliti dan subjek penelitian. Data ini bersifat orisinal karena dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan dari penelitian¹⁸. Data primer dari penelitian ini bersumber dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada pihak-pihak terkait dalam praktik diseminasi kebijakan dan media relation di rumah sakit mardi rahayu, ditambah jurnalis dari media local yang merupakan mitra komunikasi rumah sakit.

¹⁷ Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, hlm. 10

¹⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 137.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber-sumber yang tidak langsung, yaitu data yang sudah dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan sebelumnya oleh pihak yang lain¹⁹. Data ini biasanya digunakan sebagai pelengkap dan penguat dari data primer yang sudah disediakan, serta sebagai pembantu dalam memahami konteks dari permasalahan yang ada. Data sekunder penelitian ini bersumber dari dokumen internal rumah sakit berupa buku profil rumah sakit, arsip dan publikasi media.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif, yaitu metode yang bersifat mengeksplor dan mendalami untuk mendapatkan data yang kontekstual dan naratif. Berikut merupakan teknik-teknik yang digunakan, yaitu :

a. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dimana seorang peneliti secara langsung untuk mengamati dan mencatat peristiwa atau kondisi yang terjadi dalam konteks penelitian. Dalam penelitian kualitatif, observasi merupakan lebih dari kondisi melihat, merupakan proses aktif dalam memahami makna dari perilaku dan interaksi sosial yang sesuai dengan konteks penelitian.

¹⁹ Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, hlm. 157.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan komunikasi langsung antara peneliti dan subjek penelitian, dengan tujuan mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai pandangan atau keyakinan terhadap sebuah fenomena yang akan diteliti²⁰. Dalam penelitian kualitatif, wawancara dilakukan secara terbuka, bersifat fleksibel dan tidak terlalu kaku dalam pertanyaannya. Hal-hal ini bertujuan untuk memahami realitas dari sebuah sudut pandang informan secara menyeluruh²¹. Dalam penelitian ini subjek penelitian akan diwawancarai untuk menggali lebih jauh mengenai diseminasi kebijakan kesehatan dan praktik media relation rs mardi rahayu dan media lokal dalam usaha membangun citra institusi kesehatan di rumah sakit.

c. Focus Group Discussion

Focus Group Discussion (FGD), atau Diskusi Kelompok Terarah, adalah cara mengumpulkan data kualitatif dengan mengumpulkan sekelompok kecil orang yang sudah dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Mereka diajak berdiskusi tentang topik yang sudah ditetapkan peneliti²². Tujuannya adalah untuk memahami secara mendalam pandangan, pendapat, sikap, dan pengalaman bersama para partisipan terhadap suatu isu. Selama FGD, seorang moderator netral akan memimpin diskusi, memastikan semua orang berkesempatan bicara, dan menjaga agar obrolan tetap

²⁰ Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.

²¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

²² Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

fokus pada tujuan penelitian.²³ Dalam penelitian ini peneliti melakukan Focus Group Discussion dengan beberapa orang dengan tiga instansi yang berbeda.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka atau literature review merupakan metode yang dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, serta dokumen-dokumen lainnya yang memiliki kaitan dengan topic penelitian. Dalam konteksnya studi pustaka tidak hanya berfungsi sebagai teori dasar, tetapi juga menjadi salah satu sarana dalam memahami konteks, dan menemukan celah, serta memperkuat analisis data.

e. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bagian dari teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tertulis melalui beberapa media seperti buku, jurnal, maupun dokumen. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang dimaksud adalah lampiran foto, maupun sumber artikel penting yang mendukung penelitian ini.

1.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan merupakan model analisis data dari Miles dan Huberman yang terdiri dari 3 tahap, yaitu Reduksi data, Penyajian data, dan Penarikan kesimpulan dan verifikasi²⁴.

²³ Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). SAGE Publications.

²⁴ Faizti Nurfadhela, 2023, *Macam-Macam Analisis Data Kualitatif dalam Penelitian*, diakses pada 28 April 2024 dari <https://duniadosen.com/macam-macam-analisis-data-kualitatif/>

a. Reduksi data

Reduksi data adalah bentuk sederhana data atau penggolongan data yang disesuaikan dengan kebutuhan untuk mendapatkan informasi dari subjek mengenai penelitian yang akan dilakukan. Reduksi data adalah tahap awal dalam menggolongkan data yang paling berhubungan dengan penelitian. Reduksi data memiliki sumber dari wawancara, survey, dan observasi yang ada di lapangan. Data yang bersifat kualitatif dapat direduksi dan dirubah menjadi berbagai jenis seleksi, penyingkatan, dan pengelompokan suatu pola secara menyeluruh.²⁵

b. Penyajian data

Tahap kedua akan dilakukan setelah tahap reduksi data selesai, dalam tahap ini peneliti akan menyajikan data dari hasil yang telah direduksi, penyajian data memiliki fungsi untuk memperlihatkan data secara menyeluruh dan sistematis yang bukan berbentuk data mentah tetapi data yang sudah melewati reduksi data sebelumnya.

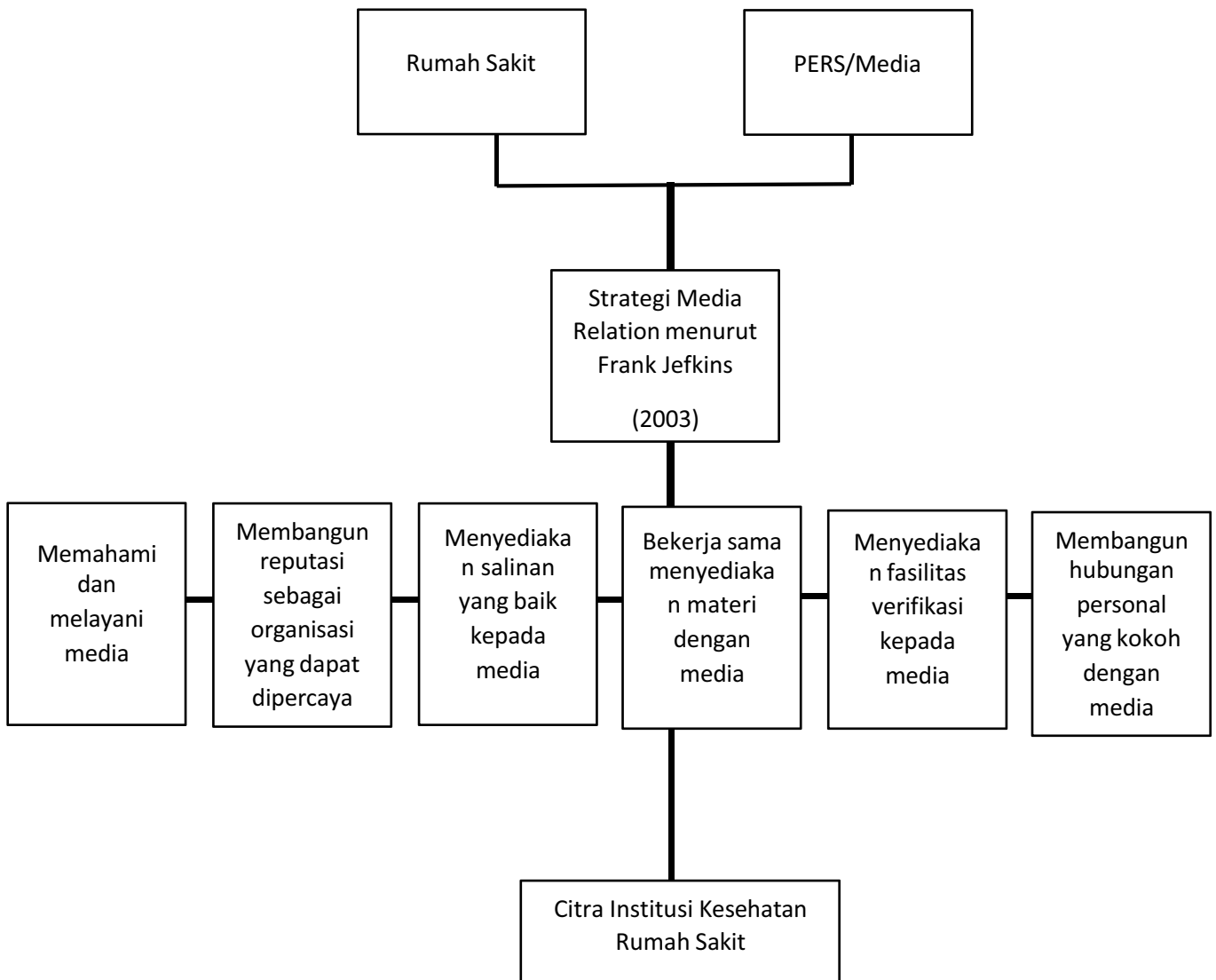
c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Tahap akhir dalam analisis ini adalah penarikan kesimpulan dari sebuah informasi yang sudah di reduksi dan disajikan. Peneliti akan menemukan pola, atau hubungan dari data yang dimaksud, lalu akan ditarik menjadi sebuah kesimpulan secara menyeluruh dan diverifikasi agar menjadi valid. Maka dapat disimpulkan penarikan kesimpulan merupakan proses merumuskan pemahaman akhir dari sebuah data, berdasarkan proses reduksi dan penyajian.

²⁵ Miles dan Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta, Universitas Indonesia

1.9 Kerangka Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



Tabel 2.1

1.9.2 Definisi Konsep

1. Public Relations

Public Relations (PR) adalah proses komunikasi strategis yang membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya²⁶. Konsep ini menekankan pada upaya terencana dan berkelanjutan untuk menciptakan dan memelihara pemahaman, penerimaan, dan dukungan dari berbagai kelompok publik yang relevan terhadap suatu individu, organisasi, atau merek. PR melampaui sekadar promosi; ia berfokus pada manajemen reputasi, pembentukan persepsi positif, serta penanganan isu dan krisis melalui komunikasi yang transparan dan etis. Tujuannya adalah untuk membentuk dan mempertahankan citra yang kuat dan kredibel, serta membangun fondasi kepercayaan jangka panjang.

2. Media Relations

Merupakan suatu praktik dalam public relation yang memiliki focus untuk membangun serta memelihara hubungan positif antara organisasi dengan media massa. Tujuannya untuk memperoleh publisitas yang menguntungkan, mengelola pandangan public melalui media, serta memastikan bahwa pesan organisasi dapat

²⁶ Public Relations Society of America (PRSA). (t.t.). *About Public Relations*. Diakses dari <https://www.prsa.org/about/all-about-pr>

tersampaikan dengan akurat dan efektif melalui saluran media yang dapat dipercaya.

3. Strategi Media Relations menurut Frank Jefkins

Dalam dunia komunikasi modern, hubungan yang baik antara organisasi dan media menjadi kunci penting untuk membentuk citra publik yang positif. Media relations bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi melibatkan strategi komunikasi yang sistematis untuk membangun kepercayaan, keterbukaan, dan kerja sama yang saling menguntungkan. Frank Jefkins (2003), seorang pakar public relations terkemuka, mengidentifikasi enam strategi utama dalam menjalin hubungan efektif dengan media, yaitu:²⁷

- Memahami dan melayani media

Strategi ini menekankan pentingnya mengetahui kebutuhan dan cara kerja media. Organisasi harus memahami tenggat waktu redaksi, format penyajian berita, serta ketertarikan media terhadap isu-isu tertentu. Dengan begitu, organisasi dapat memberikan informasi yang relevan dan tepat waktu, sehingga media merasa terbantu dan dihargai. Contohnya memberikan siaran pers sebelum deadline media, menyusun informasi dalam format yang sesuai untuk wartawan.

- Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya

Kepercayaan adalah kunci utama dalam hubungan media. Jika media percaya bahwa informasi yang diberikan oleh organisasi akurat dan kredibel, mereka akan lebih cenderung menggunakan informasi tersebut. Reputasi ini

²⁷ Darmastuti, R. (2012). Hubungan media: Konsep, strategi, dan aplikasi, Yogyakarta: Andi, 45-46

dibangun dari konsistensi, transparansi, dan kejujuran dalam menyampaikan informasi. Contohnya tidak menyembunyikan fakta penting, memberikan data yang bisa dipertanggungjawabkan.

- **Menyediakan salinan yang baik kepada media**

Salinan dalam hal ini berarti bahan tertulis seperti siaran pers, artikel, atau feature story yang siap dipublikasikan. Media menghargai jika organisasi memberikan informasi yang sudah tersusun dengan baik, menarik, dan relevan, sehingga tidak perlu banyak penyuntingan. Contohnya menyusun rilis berita dengan gaya jurnalistik 5W+1H dan bahasa yang lugas.

- **Bekerja sama menyediakan materi dengan media**

Organisasi sebaiknya terbuka dan kooperatif jika media memerlukan bahan tambahan, seperti foto, video, data pendukung, atau narasumber. Kolaborasi ini menciptakan kesan positif dan mendalam tentang organisasi. Contohnya memberikan akses kepada wartawan untuk mewawancarai pimpinan organisasi atau masuk ke lokasi kegiatan.

- **Menyediakan fasilitas verifikasi kepada media**

Media butuh memastikan bahwa informasi yang mereka terima benar. Organisasi perlu menyediakan akses atau sarana bagi media untuk memverifikasi informasi, seperti kontak langsung, dokumen pendukung, atau akses ke sumber data. Contohnya menyediakan daftar kontak humas yang responsif, dokumen legal, atau tautan ke sumber resmi.

- **Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media**

Strategi ini menekankan pentingnya relasi interpersonal antara staf humas dengan wartawan atau editor. Hubungan yang bersifat profesional sekaligus personal akan menciptakan kepercayaan, kemudahan komunikasi, dan saling pengertian yang mendalam. Contohnya mengadakan media gathering, mengunjungi redaksi, atau menjaga komunikasi informal yang positif dengan jurnalis.

4. Citra Institusi Kesehatan Rumah Sakit

Citra institusi kesehatan adalah persepsi yang terbentuk dalam benak masyarakat mengenai reputasi, kredibilitas, dan kualitas layanan dari rumah sakit sebagai lembaga pelayanan publik. Citra ini terbentuk melalui pengalaman langsung pasien, komunikasi institusional, serta pemberitaan media.²⁸

1.9.3 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep adalah tahapan dalam identifikasi nilai-nilai yang akan diteliti. Di dalam tahap ini, konsep-konsep akan saling dihubungkan dengan observasi secara jelas dan secara empiris di dalam dunia nyata. Operasionalisasi konsep yang akan digunakan di dalam penelitian dengan judul “Praktik Media Relations RS Mardi Rahayu dan Media Lokal Dalam Membangun Citra Institusi Kesehatan”, terbagi menjadi tiga aspek yaitu, praktik media relation, citra institusi kesehatan, dan pendekatan kualitatif.

²⁸ Fombrun, 1996; Kotler & Keller, 2012

Tabel 1.1

Definisi Konsep	Operasionalisasi Konsep
<p>Citra Institusi Kesehatan (Upaya pembentukan persepsi public tentang rumah sakit)</p>	<p>Proses pembentukan citra institusi rumah sakit bermula dari komunikasi yang konsisten dan transparan kepada masyarakat. Rumah sakit perlu tampil sebagai institusi yang professional, maka dari itu salah satunya adalah dengan branding yang melibatkan elemen-elemen seperti logo, slogan, core values, dan keunggulan yang dapat diperlihatkan²⁹.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elemen citra apa yang ingin dibentuk oleh rumah sakit sebagai persepsi public? • Kapan waktu yang tepat untuk membentuk serta memperkuat citra rumah sakit? • Mengapa penting bagi rumah sakit untuk membentuk citra yang positif di ruang public? • Bagaimana bentuk aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh rumah sakit untuk membentuk persepsi public?

²⁹ Sutisna, A. (2020). *Manajemen Citra dan Branding Rumah Sakit*. Bandung: Alfabeta.

<p>Menurut Jefkins, (2003) media relations merupakan strategi komunikasi yang krusial dalam menjaga keberlangsungan perusahaan, karena melalui pembentukan citra positif di media, perusahaan dapat memengaruhi persepsi publik dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.³⁰</p>	<p>A. Memahami dan Melayani Media</p> <p>Rumah sakit perlu memahami bagaimana media bekerja baik dari segi kebutuhan informasi, waktu peliputan, maupun jenis konten yang diminati agar dapat menyediakan informasi yang relevan, cepat, dan akurat. Ini penting untuk membentuk citra rumah sakit sebagai institusi yang responsif dan terbuka terhadap publik.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah rumah sakit memahami jenis konten yang paling dibutuhkan oleh media (berita kesehatan, layanan baru, program sosial)? 2. Apakah rumah sakit menyesuaikan waktu penyebaran informasi dengan kebutuhan redaksi media? 3. Apakah humas rumah sakit menyediakan respons cepat terhadap permintaan informasi dari media?
<p>Menurut Jefkins, (2003) terdapat enam strategi dalam media relations yaitu:³¹</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami dan melayani media 2. Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya 	<p>B. Membangun Reputasi sebagai Organisasi yang Dapat Dipercaya</p> <p>Kepercayaan media terhadap rumah sakit berkontribusi besar dalam membentuk citra</p>

³⁰ Rifal Padilah, Agus Rahmat, dan Aat Ruchiat Nugraha, "Strategi Media Relations Konsultan Public Relations Dalam Membentuk Brand Image Klien," *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 2 (2023): 194

³¹ Darmastuti, R. (2012). *Hubungan media: Konsep, strategi, dan aplikasi*, Yogyakarta: Andi, 45-46

<p>3. Menyediakan salinan yang baik kepada media</p> <p>4. Bekerja sama menyediakan materi dengan media</p> <p>5. Menyediakan fasilitas verifikasi kepada media</p> <p>6. Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media</p>	<p>profesional dan kredibel. Informasi yang konsisten, akurat, dan dapat diverifikasi akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan rumah sakit.</p> <p>1. Apakah informasi yang disampaikan rumah sakit melalui media selalu akurat dan dapat dipertanggungjawabkan?</p> <p>2. Apakah rumah sakit memiliki rekam jejak positif dalam pemberitaan media?</p> <p>3. Apakah rumah sakit secara konsisten menunjukkan transparansi dalam krisis atau isu sensitif?</p> <p>C. Menyediakan Salinan yang Baik kepada Media</p> <p>Memberikan rilis berita atau artikel yang menarik, jelas, dan sesuai dengan gaya jurnalistik membantu media dalam menyampaikan informasi dengan cepat, serta membentuk citra rumah sakit sebagai institusi yang komunikatif dan profesional.</p> <p>1. Apakah rumah sakit rutin menyediakan siaran pers atau artikel yang siap dipublikasikan oleh media?</p>
---	---

	<p>2. Apakah konten tersebut dirancang secara menarik dan informatif?</p> <p>3. Apakah bahasa dan struktur informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan media?</p> <p>D. Bekerja Sama Menyediakan Materi dengan Media</p> <p>Kerja sama yang baik dengan media, seperti menyediakan narasumber ahli, dokumentasi kegiatan, dan data dukung, membantu rumah sakit memperkuat narasi citra institusional secara aktif dan kredibel.</p> <p>1. Apakah rumah sakit terbuka memberikan akses kepada media untuk melakukan peliputan secara langsung?</p> <p>2. Apakah rumah sakit memiliki daftar narasumber profesional (dokter, manajemen) yang siap diwawancarai?</p> <p>3. Apakah materi visual (foto, video, infografik) disediakan secara teratur untuk mendukung konten media?</p> <p>E. Menyediakan Fasilitas Verifikasi kepada Media</p>
--	--

	<p>Dengan menyediakan sarana verifikasi informasi, rumah sakit membangun kepercayaan dan mengurangi potensi kesalahan informasi, yang secara langsung berdampak pada persepsi publik terhadap kredibilitas dan profesionalisme rumah sakit.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah media memiliki saluran komunikasi yang jelas dan cepat untuk memverifikasi informasi? 2. Apakah rumah sakit memiliki sistem atau dokumentasi untuk menunjang klarifikasi isu atau data? 3. Apakah humas rumah sakit secara aktif membantu media dalam proses verifikasi berita? <p>F. Membangun Hubungan Personal yang Kokoh dengan Media</p> <p>Hubungan interpersonal yang kuat antara rumah sakit dan jurnalis mendorong pemberitaan yang lebih positif dan akses informasi yang lebih mudah. Ini membantu rumah sakit tampil sebagai institusi yang terbuka dan bersahabat terhadap publik dan media.</p>
--	---

	<ol style="list-style-type: none">1. Apakah humas rumah sakit secara aktif menjalin komunikasi informal dengan jurnalis/media?2. Apakah rumah sakit mengadakan media gathering atau pertemuan rutin dengan perwakilan media?3. Apakah ada kepercayaan dua arah yang terbangun antara rumah sakit dan media lokal/nasional?
--	--