

**PENGELOLAAN DIGITAL *PUBLIC RELATIONS* RUMAH SAKIT “JIH”**

**YOGYAKARTA TAHUN 2017**

(Studi Kasus Perencanaan, Implementasi dan Evaluasi Digital *Public Relations*

Rumah Sakit “JIH” Yogyakarta Tahun 2017)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Yusuf Efendi Nasution

20140530263

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini:

Nama : Yusuf Efendi Nasution  
NIM : 20140530263  
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*  
Judul Skripsi : *Pengelolaan Digital Public Relations*  
Rumah Sakit “JIH” Yogyakarta Tahun 2017

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari sumber lain telah disebutkan dalam teks menggunakan aturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 30 Agustus 2018

Penulis



Yusuf Efendi Nasution

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan rasa syukur kepada Allah SWT, saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dan khusus saya persembahkan kepada :

- ⌘ Kedua orang tua saya Mama Wayan Sugari dan Ayah Irwan Efendi Nasution yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan nasihat serta memberikan saya kepercayaan untuk menentukan pilihan yang terbaik buat saya. Semua upaya dan usaha mama dan ayah memberikan saya kesempatan untuk mengenyam pendidikan lebih tinggi tidak akan mungkin saya mampu balas sepenuhnya, namun kelak saya dapat memberikan usaha saya semaksimal mungkin untuk membuat mama dan ayah bangga dan bahagia memiliki saya sebagai putranya. Serta Leo Pick beliau yang pada akhir studi mendukung saya secara moril dan materil, saya sangat berterima kasih.
- ⌘ Abangku satu-satunya Iskandar Nasution, pekerja keras dan pemberani dibandingkan dengan adikmu ini. Mbak Erna Dwi Rahayu dan Aira Yasmin Nasution anggota keluarga baru kami. Terima kasih kalian sudah menjadi pengingat, motivasi dan dukungan selama studi saya.
- ⌘ Keluarga besarku yang di Bali, Nenek Nyoman Sumiti, Bik Kadek Mertanti, Bik Komang Nurisi dan Paman Deni Anwar, beserta keluarga besar terima kasih sudah selalu memberikan dukungan.
- ⌘ Sahabatku yang di Bali, Lisa, Noerma, Dini, Fitri, Indri, Devi, Tanjila yang selalu saya rindukan ketika di Yogyakarta.
- ⌘ Sahabatku yang di Jogja, Qori, Andam, Toro, Tata, Rama, Mike, Disha, Prisma, Riki udah membuat saya merasakan bagian dari keluarga baru dari awal perkuliahan.
- ⌘ Rekan magang saya di LYD Bali Group di Canggu Bali, mulai dari Manager saya Lukasz, rekan kerja saya Ether, Michelle, James, Mun, dan There.
- ⌘ Sahabat-sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu dari Kelas F IK 2014, BEM Fisipol UMY 2014-2015, Fismo Club 2015-2017, Bersama KKN 092 Dusun Dukuh 2017, Ilmu Komunikasi Angkatan 2014, Konsetrasi PR 2014 yang menjadi teman baik selama studi di Yogyakarta.

## MOTTO

God grant me the serenity to accept the things I cannot change, courage to change the things I can, and wisdom to know the difference.

- Epictetus "Serenity Prayer"

The meaning of life is to find your gift. The purpose of life is to give it away.

- Pablo Picasso

Wanting positive experience is negative experience but accepting negative experience is positive experience.

- Alan Watts

We should concern ourselves with what is under our control and handle everything else with equanimity.

- Massimo Pigliucci

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang maha Esa atas nikmat dan limpahan karunia-Nya, tidak lupa sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang menuntun kepada jalan kebenaran. Alhamdulillah, atas ijin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengelolaan Digital *Public Relations* Rumah Sakit “JIH” Yogyakarta Tahun 2017”** dengan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana starta 1 (satu) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran diperlukan dalam menciptakan proses pembelajaran bagi penulis. Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, dengan segala kerendahan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Ibu Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.IP., M.Si., selaku dosen pembimbing yang memberikan ilmu, nasihat, motivasi, inspirasi, perhatian dan kesabaran dalam membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. dan Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. selaku penguji dari penelitian saya yang memberikan masukan dan saran dalam memaksimalkan skripsi ini.
5. Bapak Bambang Pediantoro, SE, MM, CPHR selaku Pjs. Direktur Operasional Rumah Sakit “JIH” yang telah memberikan kesempatan untuk meneliti di Departemen Humas dan Layanan Pelanggan RS “JIH”.
6. Ibu Febriana Endah Sari, S.I.Kom, dan Ibu Faiga Ramadhani Cahaya Kesuma, S.I.Kom, selaku Tim Humas dari Rumah Sakit “JIH” dalam membantu untuk mengumpulkan data dan informasi dalam penelitian ini.
7. Para dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memberikan ilmu, bimbingan, nasihat, motivasi dan inspirasi dari awal perkuliahan.
8. Para staf Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memberikan informasi, kemudahan, serta bantuan dalam pelaksanaan selama perkuliahan.

Dan kepada kolega, rekan, sahabat serta saudara yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, penulis ucapkan banyak terima kasih atas setiap dukungan, bantuan, serta doa yang telah diberikan. Semoga Allah SWT dapat membalas kebaikan dan ketulusan untuk semua. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat untuk pembaca dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 30 Agustus 2018

Yusuf Efendi Nasution

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	15
E. Kajian Teori .....	16
F. Penelitian Sebelumnya.....	41
G. Metode Penelitian .....	41
H. Sistematika Penulisan .....	47
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	49
A. Sejarah.....	50
B. <i>Tagline</i> .....	51
C. Visi & Misi .....	51
D. <i>Quality Policy</i> .....	51
E. <i>Quality Objective</i> .....	52
F. <i>Value</i> .....	52
G. Nilai-Nilai .....	52

H. Kebijakan Mutu .....	53
I. Logo Rumah Sakit “JIH” .....	53
J. Kepemilikan & Struktur Organisasi.....	54
K. Budaya Organisasi .....	55
L. Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit “JIH” .....	57
M. Alur Pasien.....	58
N. Humas dan Layanan Pelanggan Rumah Sakit “JIH” .....	58
O. Struktur Organisasi Marketing dan Layanan Pelanggan .....	62
BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	63
A. Perencanaan Digital <i>Public Relations</i> Rumah Sakit “JIH” .....	63
B. Implementasi Digital <i>Public Relations</i> Rumah Sakit “JIH” .....	82
C. Evaluasi Digital <i>Public Relations</i> Rumah Sakit “JIH” .....	145
BAB IV : Penutup.....	153
A. Kesimpulan .....	153
B. Saran .....	155
DAFTAR PUSTAKA .....	157
LAMPIRAN.....	160



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penggunaan Media Sosial RSUD di Yogyakarta.....	7
Tabel 1.2. Cara Baru dalam berinteraksi dengan Audiens Baru.....	25
Tabel 1.3. Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua.....	26
Tabel 1.4. Perbandingan PR Tradisional dan PR di Media Sosial.....	32
Tabel 3.1. Perencanaan Digital PR Rumah Sakit “JIH” Tahun 2017.....	70
Tabel 3.2. Segmentasi Pasar Rumah Sakit “JIH” .....	78
Tabel 3.3. Implementasi Digital PR Rumah Sakit “JIH” Tahun 2017 .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tingkat Efektifitas Penggunaan Digital PR bagi PRO .....	2
Gambar 1.2. Dampak dari Teknologi Menurut Ahli PR.....	3
Gambar 1.3. Pemanfaatan <i>Tools</i> Digital PR bagi para Ahli PR .....	4
Gambar 1.4. Tampilan Halaman Utama Situs Rumah Sakit “JIH” .....	10
Gambar 1.5. Tampilan <i>Fanspage Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	11
Gambar 1.6. Tampilan Akun Resmi <i>Twitter</i> Rumah Sakit “JIH”.....	12
Gambar 1.7. Tampilan Akun Resmi <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH”” .....	13
Gambar 2.1. Foto Profil Rumah Sakit “JIH” .....	49
Gambar 2.2. Logo Rumah Sakit “JIH” .....	53
Gambar 3.1. Bentuk <i>Editorial Plan</i> Rumah Sakit “JIH” .....	67
Gambar 3.2. Bentuk membingkai pesan pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” serta transisi perubahan tampilan dan konsep tayangan .....	109
Gambar 3.3. Bentuk membingkai pesan pada <i>Facebook</i> RS “JIH” .....	110
Gambar 3.4. Bentuk NB Dampak pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	112
Gambar 3.5. Bentuk NB Dampak pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	113
Gambar 3.6. Bentuk NB Kedekatan pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	114
Gambar 3.7. Bentuk NB Kedekatan pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	115
Gambar 3.8. Bentuk NB Kecepatan pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	116
Gambar 3.9. Bentuk NB Kecepatan pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	117
Gambar 3.10. Bentuk NB Terkenal pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	118
Gambar 3.11. Bentuk NB Terkenal pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	119
Gambar 3.12. Bentuk NB Hal Baru pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	120
Gambar 3.13. Bentuk NB Hal Baru pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	121
Gambar 3.14. Bentuk NB Hal Baru pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	122
Gambar 3.15. Bentuk Semiotika pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	123
Gambar 3.16. Bentuk Semiotika pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	124
Gambar 3.17. Logo Rumah Sakit “JIH” .....	125

Gambar 3.18. Bentuk Simbol pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH”.....	125
Gambar 3.19. Bentuk Simbol pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	126
Gambar 3.20. Bentuk Steriotip pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	127
Gambar 3.21. Bentuk Steriotip pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	128
Gambar 3.22. Bentuk Interaktif pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	131
Gambar 3.23. Bentuk Interaktif pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	132
Gambar 3.24. Bentuk Reputasi pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	134
Gambar 3.25. Bentuk Reputasi pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	135
Gambar 3.26. Bentuk Hubungan pada <i>Facebook</i> Rumah Sakit “JIH” .....	136
Gambar 3.27. Bentuk Hubungan pada <i>Instagram</i> Rumah Sakit “JIH” .....	137

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Struktur Organisasi Kepemilikan Rumah Sakit “JIH” .....	54
Bagan 2.2. Alur Pasien Rumah Sakit “JIH” .....	58
Bagan 2.3. Struktur Organisasi Dept. Marketing dan Layanan Pelanggan ....	62
Bagan 3.1. Proses Alur Pengusulan Rencana Di Rumah Sakit “JIH” .....	65
Bagan 3.2. Skema Penyusunan Editorial Plan .....	66
Bagan 3.3. Proses Alur Evaluasi Di Rumah Sakit “JIH” .....	120