

Aktivitas *Cyber Public Relations* RS Advent Bandung

¹Firman Irwansah, ²Nova Yuliaty

^{1,2}*Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

e-mail: 1firmanirwansyah63@yahoo.com

Abstract. This research entitled “Cyber Public Relations Activity of Advent Bandung Hospital” (Descriptive Study with Qualitative Data about Operational Step Processes of Cyber Public Relations of Advent Bandung Hospital)” The issue that is brought to the surface is a process step of Cyber Public Relations of Advent Bandung Hospital in order to give the health-care information service through electronic mass media specifically on internet. The aim of this research is to review the activity of operational processing step Cyber Public Relations of Advent Bandung Hospital. According to the issue, researcher uses operational process Public Relations by Cutlip, Center and Broom : 1. Defining Public Relations Problems, 2. Planning and Programming, 3. Taking Action and Communicating, 4. Evaluating The Program. The method that is used in this research is Descriptive methode that explains the situation or the event and emphasizing to observing and natural situation, where the researcher as an observer and be right at the moment. The informants that have been chosen in this research are Yudhi Walukouw as Head Marketing and Communication and Verry Ngantung as Assistant of Head Marketing, and also Henry Rohi as WebsiteInternet Staff.

Key Words : Mass Media, Operational Process of Public Relations, Cyber public Relations

Abstrak. Skripsi ini berjudul “Aktivitas *Cyber Public Relations* RS Advent Bandung (Studi Deskriptif Dengan Data Kualitatif Mengenai Tahapan Proses Operasional *Cyber Public Relations* RS Advent Bandung)”. Permasalahan yang diangkat mengenai tahapan proses operasional *Cyber Public Relations* yang dilakukan RS Advent Bandung dalam memberikan pelayanan informasi kesehatan melalui media massa elektronik khususnya media internet. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengkaji aktivitas tahapan proses operasional *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh RS Advent Bandung. Berdasarkan hal tersebut maka penulis menggunakan empat tahapan proses operasional *Public Relations* menurut Cutlip, Center and Broom yaitu : 1. *Defining Public Relations Problems*, 2. *Planning and Programming*, 3. *Taking Action and Communicating*, 4. *Evaluating The Program*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Deskriptif yang memaparkan situasi atau peristiwa dan menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah, dimana peneliti bertindak sebagai pengamat dan terjun langsung ke lapangan. Dalam hal ini, narasumber yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kepala Bagian Marketing dan Communication yaitu Bapak Yudhi Walukouw beserta Assisten Kabag Bapak Verry Ngantung dan Staff Website Internet Bapak Henry Rohi.

Kata kunci : Media Massa, Proses Operasional *Public Relations*, *Cyber Public Relations*.

A. Latar Belakang Masalah

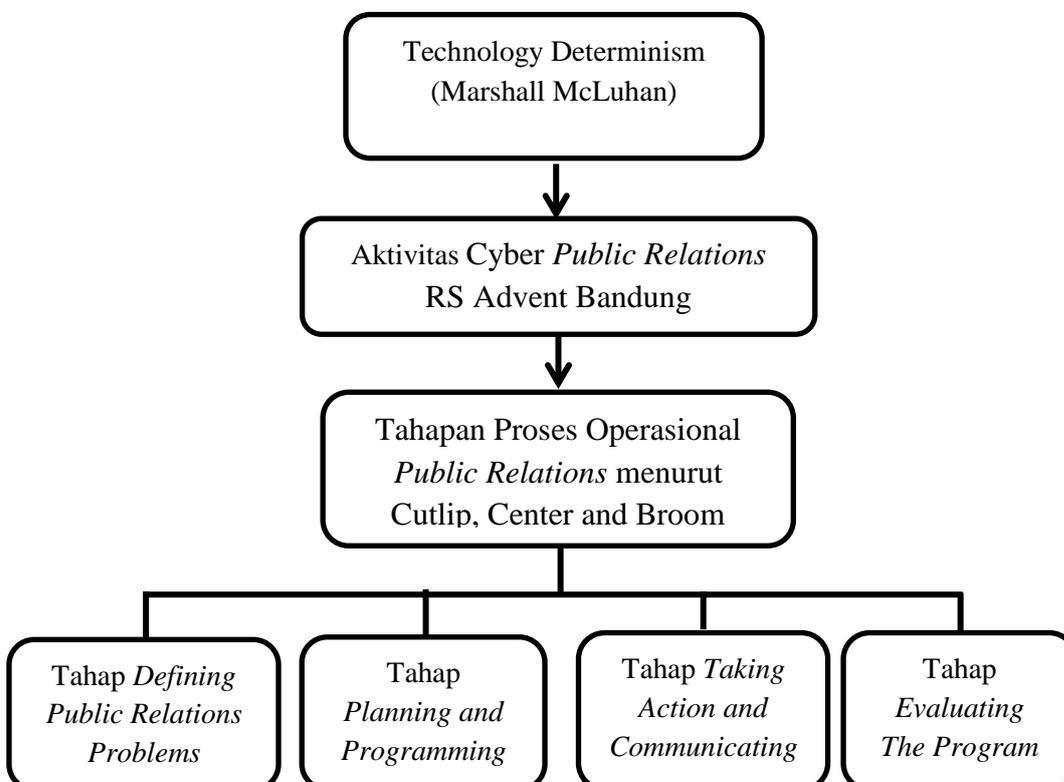
Pada zaman sekarang, peradaban manusia sudah melalui berbagai macam era, salah satunya yaitu era komunikasi. Era komunikasi adalah sebuah era di mana aktivitas informasi mendominasi kegiatan ekonomi dan kehidupan masyarakat. Perubahan ini menunjukkan bahwa perekonomian di berbagai Negara, yang tadinya berlandaskan pada sektor industri, kini bergeser ke sektor informasi. Masyarakat informasi atau komunikasi adalah babak baru kehidupan manusia. (Ardianto.1999:79).

Saat ini *Cyber Public Relations* sudah semakin dikenal oleh kebanyakan khalayak. Penggunaan internet oleh para praktisi *Public Relations* merupakan kekuatan tambahan untuk membantu dalam menjalankan tugasnya, karena segala aktivitas *Cyber Public Relations* dapat dengan mudah di akses oleh para publiknya di manapun dan kapanpun mereka inginkan. Pemakaian internet sangatlah begitu efektif

jika dilihat dari masyarakat pada zaman sekarang yang tidak terlepas dari internet dan *gadget*, karena internet membuat pandangan baru setiap individunya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Salah satunya tujuan dilakukannya Aktivitas Cyber Public Relations adalah untuk mensosialisasikan keberadaan RS Advent Bandung, yaitu dengan cara pengumpulan dan pengelolaan data/Informasi, mengoptimalkan website, penyusunan sistem, mekanisme, alur pengelolaan dan pelayanan informasi, penyiapan SDM dalam lembaganya, serta menyiapkan infrastruktur. Praktisi Public Relations RS Advent Bandung harus menjadi bagian terdepan dalam pelayanan informasi publik, karena mereka harus memberikan informasi sebanyak-banyaknya tanpa pengecualian yang terbatas dengan melayani semua permohonan informasi, sepanjang bukan informasi yang tidak melenceng dari apa yang berhubungan dengan RS Advent tersebut. Aktivitas Cyber Public Relations yang dilakukan RS Advent Bandung tak lepas dari tahapan proses operasional Public Relations dalam setiap kegiatannya. Dalam upaya menjalankan aktivitas Cyber Public Relations, praktisi PR harus dapat mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada kaitannya dengan RS Advent tersebut. Kemudian, setelah mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada kaitannya dengan rumah sakit, praktisi PR harus merencanakan tentang bagaimana mereka harus berjalan hingga saatnya melaksanakan dan mengevaluasi apa yang telah mereka kerjakan di dalam aktivitas Cyber Public Relations. Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai bagaimana Tahapan Proses Operasional Cyber Public Relations yang dilakukan RS Advent Bandung.

B. Landasan Teori



Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan teori yang peneliti jadikan dasar atau titik tolak dalam melakukan suatu penelitian. Dapat dijelaskan di sini peneliti meneliti mengenai tahapan proses operasional *Cyber Public Relations* RS Advent Bandung.

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, audience, penonton, pemirsa, atau pembaca (Nurudin, 2004:2). Dan yang menjadi media antara lain : televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku, dan film.

Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan resolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. Ia melihat media berperan menciptakan dan mengelola budaya. Pemahaman Marshall McLuhan mengenai hubungan antara teknologi, media dan masyarakat ini dengan sebutan *Technological Determinism Theory*, yaitu paham bahwa teknologi bersifat determinan (menentukan) dalam membentuk kehidupan manusia.

Technology Determinism Theory dikemukakan oleh Marshall McLuhan pertama kali pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy : The Making of Typographic Man*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain, contohnya teknologi informasi melalui internet. (dalam Nurudin, 2007:184)

Berdasarkan asumsi di atas untuk mencapai efek yang tinggi dalam aktivitas komunikasi Public Relations, haruslah melalui 4 tahapan proses operasional, yaitu: 1. Defining Public Relations Problems, 2. Planning and Programming, 3. Taking Action and Communicating, 4. Evaluating The Program. Dalam tahap Defining Public Relations Problems, seorang praktisi Public Relations harus dapat menetapkan permasalahan-permasalahan yang menyangkut kegiatan-kegiatan Public Relations. Pada tahap ini Public Relations lebih mengarah pada upaya selain pengumpulan data juga penetapan permasalahan yang dapat terobservasi oleh praktisi Public Relation Officer. Selanjutnya pada tahap Planning dan Programming yaitu tahap merencanakan dan membuat program sesuai dengan apa yang telah di dapat di dalam tahap sebelumnya.

Tahap Action dan Communicating yaitu tahap pelaksanaan dari kegiatan Public Relations sesuai dengan fakta dan data yang telah dirumuskan dalam bentuk perencanaan. Tahap Evaluating The Program yaitu tahap melakukan suatu evaluasi terhadap apa yang telah dilakukan dari tahap pertama dan tahap-tahap berikutnya. Dalam hal ini dilakukan pengevaluasian apakah tahap-tahap tersebut telah dilakukan secara baik atau apakah tahap demi tahap yang telah dilalui tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan atau tidak. (Yulianita, 2007:117).

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka peneliti memiliki identifikasi masalah, adapun identifikasi masalah tersebut sebagai berikut:

1. Bagaimana tahapan Defining Public Relations Problems Cyber Public Relations yang dilakukan RS Advent Bandung?
2. Bagaimana tahapan Planning and Programming Cyber Public Relations yang dilakukan RS Advent Bandung?
3. Bagaimana tahapan Taking Action and Communicating Cyber Public Relations yang dilakukan RS Advent Bandung?
4. Bagaimana tahapan Evaluating The Program Cyber Public Relations yang dilakukan RS Advent Bandung?

1. Tahapan Defining Public Relations Problems Perusahaan

Pada tahap *Defining Public Relations*, praktisi *Public Relations* RS Advent Bandung harus dapat menetapkan permasalahan-permasalahan yang menyangkut kegiatan-kegiatan *Public Relations*. Untuk mengetahui hal tersebut, dalam melakukan penelitian tersebut terdapat dua metode yaitu metode formal dan metode informal.

Pada metode formal, proses penelitian ini dilakukan Public Relations Officer RS Advent Bandung untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data yang ada kaitannya dengan permasalahan di dalam rumah sakit. Pada umumnya perusahaan biasanya mempunyai dana khusus untuk kegiatan ini yang seringkali menggunakan jasa orang lain yang bergerak di bidangnya untuk melakukan penelitian terhadap situasi perusahaan, dikarenakan penelitian secara formal dianggap bukanlah hal yang mudah karena penelitian ini sangatlah memakan waktu, tenaga dan pikiran. Sehingga jika kegiatan ini dilakukan oleh Public Relations Officer sangatlah perlu dipertimbangkan untuk mendapatkan efektivitas dan efisiensinya bagi pola kerja tersebut.

Pada tahap metode informal, peneliti membahas mengenai upaya PRO RS Advent Bandung dalam upaya mengumpulkan data sesuai fakta yang ada dilapangan. Pada kegiatan ini, PRO menggunakan data primer dan data sekunder dalam penelitiannya. Beberapa kegiatan dalam pengumpulan data melalui data primer yakni *Personal Contact* (Kontak Pribadi), *Key Informans* (Informan Utama), *Ombudsman/Ombudswoman*, *Mail Analysis*, *Hot Line (Call-in telephone lines)*, *Advisory Committees and Board*, *Media Content Analysis*, *Field Report* dan *Community Forums and Focus Groups*.

2. Tahap Planning and Programing

Perencanaan dan penentuan waktu yang tepat dalam menjawab data-data yang sudah di kumpulkan dan di olah, kemudian bagaimana agar perencanaan kali ini dapat memperbaiki program sebelumnya atau membuat program yang belum ada namun menghasilkan tujuan yang diharapkan oleh pihak rumah sakit dengan apa yang di rancang oleh *Public Relations Officer*. Maka dari itu, peneliti telah merumuskan tahapan *planning and programing* ke dalam perumusan tahapan perencanaan program kerja.PRO RS Advent Bandung membuat suatu divisi di dalam ruang lingkup *Public Relations* yaitu komite strategi *planning*. Komite tersebut merupakan suatu divisi dimana mereka mempertimbangkan data yang sudah mereka kumpulkan di dalam tahap *defining public relations problems* dan kemudian mereka olah untuk dijadikan

bahan pertimbangan sebagai program apa yang akan dibuat maupun program yang akan diperbaharui dari program sebelumnya.

3. Tahapan *Taking Action and Communicating*

Dalam tahapan peneliti mengemukakan pada tiga hal yang harus diperhatikan, yakni : *The Action Component of strategy, The communication component of strategy and Implementing the strategy*. Dalam memberikan informasinya, PRO RS Advent Bandung tidak akan pernah berhenti berkreasi dalam memberikan informasinya melalui media facebook, khususnya informasi yang penting dan berguna bagi publiknya.

Public Relations Officer harus mendengarkan keinginan publik dan bertanggung jawab terhadap publik yang diwakilinya. Dengan apa yang dilakukan PRO RS Advent Bandung bagaimana cara mereka mendengarkan publik dengan berbagai macam keluhan publik yang diberikan akan langsung ditanggapi oleh pihak PRO RS Advent Bandung, karena kepuasan publik lah yang menjadi salah satu tujuan utama dari apa yang dilakukan oleh PRO. Keluhan dan saran melalui media pun juga tidak terlepas dari publik yang memang sudah memanfaatkan internet sebagai sarana berkomunikasi. Penggunaan internet yang efisien waktu terkadang juga membuat publik lebih leluasa mengungkapkan apa yang ingin mereka keluhkan ketimbang apabila saat bertemu langsung.

4. Tahapan *Evaluating the Program*

Proses evaluasi dapat dilakukan meski program tersebut sedang berjalan namun lebih kepada penyesuaiannya dalam menanggapi segala bentuk kesalahan di setiap programnya. Berbagai macam evaluasi adalah bentuk dari perbaikan suatu program, peningkatan suatu program, maupun di berhentikannya suatu program karena di anggap tidak layak untuk di teruskan. Dalam melakukan tahapan evaluasi ini, tahapannya dapat dilihat sesuai dengan berikut.

- a. Evaluasi Mengukur Keberhasilan.
- b. Evaluasi Manfaat.
- c. Evaluasi Kekurangan.
- d. Evaluasi Perbaikan.

Hasil evaluasi yang dilakukan oleh *Public Relations Officer* RS Advent Bandung dilakukan secara bertahap, dimulai dari menentukan permasalahannya secara jelas, kemudian mengembangkan pendekatan permasalahannya, lalu menganalisis data yang telah dilakukan saat evaluasi hingga hasil penelitiannya. Kemudian hasil akhirnya mereka kemas dan kembali dilakukan ke dalam tahap *fact finding* dan *planning* kemudian mereka diskusikan kembali dengan jajaran jajaran tertinggi RS Advent Bandung di rapat kerja awal tahun untuk melihat tujuan dan dijadikan sebagai masukan untuk analisis situasi berikutnya.

D. Kesimpulan

Sesuai dengan perumusan masalah penelitian, yaitu penulis ingin mengetahui “Bagaimana Tahapan Proses Operasional *Cyber Public Relations* yang dilakukan RS Advent Bandung?”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tahap *Defining Public Relations Problems*

Pada tahap ini, Praktisi *Public Relations Officer* RS Advent Bandung berupaya mencari dan mengumpulkan data dalam bentuk : opini publik, sikap publik dan perilaku publik terhadap perusahaan. Untuk mengetahui hal tersebut PRO RS Advent

Bandung menggunakan dua macam metode, yaitu metode formal dan metode informal.

Metode formal dilakukan oleh PRO RS Advent Bandung dengan dilakukan oleh pihak PRO RS Advent Bandung tanpa menggunakan jasa badan riset profesional. Metode informal yang dilakukan oleh PRO RS Advent Bandung melalui pengumpulan data primer dan sekunder. Dalam mencari data primer diantaranya melalui : Personal Contact (Kontak Pribadi), Ombudsman/Ombudswoman, Mail Analysis, Hot Line (Call-in telephone lines), , Field Report dan Community Forums and Focus Groups. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data yang berupa tulisan atau laporan yang dipublikasikan seperti buku, skripsi, jurnal ilmiah, dan sebagainya.

2. Tahap Planning and Programming

Pada tahap perencanaan program kerja, PRO RS Advent Bandung merumuskannya dalam tahapan program kerja, Adapun tujuan yang ingin dicapai yaitu membuat kesadaran publik terhadap kesehatan, membentuk sikap dan opini yang positif terhadap perusahaan, serta menciptakan perilaku konsumen yang ketergantungan terhadap pelayanan perusahaan. Dalam merumuskan tahap perencanaan program kerja mereka membuat suatu divisi di dalam ruang lingkup Public Relations yaitu komite strategi planning.

Komite tersebut merupakan suatu divisi dimana mereka mempertimbangkan data yang sudah mereka kumpulkan di dalam tahap defining public relations problems dan kemudian mereka olah untuk dijadikan bahan pertimbangan sebagai program apa yang akan dibuat maupun program yang akan diperbaharui dari program sebelumnya. Segala bentuk kegiatan yang dilakukan yaitu untuk menjaga hubungan baik dengan publik dan melakukan bentuk tanggung jawab sosial terutama dalam pelayanan informasinya.

3. Tahap Taking Actions and Communicating

Pada tahap ini PRO RS Advent Bandung menekankan pada tiga hal, yaitu : 1) The Action Component of strategy, 2) The communication component of strategy, 3) Implementing the strategy. Pada hal The Action Component of strategy, PRO RS Advent Bandung memfokuskan kepada penanganan yang responsif pada komplain para konsumen atau publik rumah sakit baik internal maupun eksternal.

The communication component of strategy, dalam hal ini praktisi PRO RS Advent Bandung dituntut untuk aktif dalam menggunakan media untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran perusahaan. Sedangkan Implementing the strategy, dalam hal ini lebih menekankan pada pelaksanaan strategi yang digunakan dalam program kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya, seperti memberikan penyuluhan kesehatan melalui radio, artikel kesehatan yang di muat melalui website dan facebook, dan informasi seputar pelayanan rumah sakit.

4. Tahap Evaluating the Program

Terakhir, pada tahap evaluating the program penulis menganalisis dengan mengacu terhadap empat macam tahapan evaluasi yaitu evaluasi mengukur keberhasilan, evaluasi manfaat, evaluasi kekurangan, evaluasi perbaikan. Adapun evaluasi mengukur keberhasilan yang dilakukan oleh PRO RS Advent Bandung dengan cara mengukur setiap program yang telah di laksanakan dengan ukur keberhasilannya akan di ketahui apakah program tersebut berhasil atau tidak..

Sedangkan evaluasi manfaat diperoleh dari proses evaluasi hasil efek yang di perlihatkan oleh publik kepada rumah sakit.

Sedangkan evaluasi kekurangan dengan mengevaluasi kekurangan dari program kegiatan yang telah dilaksanakan tidak hanya dari bentuk atau susunan kegiatannya, namun yang harus diperhatikan juga adalah dari Sumber Daya Manusia yang ada di dalam lingkungan PRO RS Advent itu sendiri. Sedangkan evaluasi perbaikan yairu dengan cara melakukan pembelajaran atas kekurangan dan kendala yang didapat setelah melakukan evaluasi dari tingkat keberhasilan dan kekurangan. Pembelajaran disini adalah dengan melakukan perbaikan pada setiap program dan kegiatan yang masih di anggap kurang ataupun mengevaluasi kegiatan yang sifatnya menyimpang dari rencana, sehingga dapat diketahui dan selanjutnya diperbaiki untuk kedepannya.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra. Aditya Bakti
- Ardianto, Elvinaro, 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Bandung : Widya Padjadjaran
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta :Prenada Media Group
- Breakenridge, D. (2008). *PR 2.0: New media, new tools, new audiences*. Upper Saddle River, NJ: FT Press, Pearson Education
- Cutlip, Center and Broom. 2006. *Effective Public Relations*, Ninth Edition. New Jersey : Pearson Education.
- Effendy, Onong. 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.Rosdakarya
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Ghalia Indonesia. Bandung
- Jefkins, Frank, 2003. *Public Relations*. Bandung : Erlangga
- Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-Dasar Humas*. Bogor selatan : PT.Grahali Indonesia & UMM pers
- Morissan, et.al. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosadakarya.
- Nova, Firsan, 2009. *Crisis Public Relations*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : RajaGrafindo Persada
- Onggo. J.B, 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT. Elexmedia Komputindo
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Rumanti, Sr. Maria Assumpta. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta : PT Grasindo
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarata : PT. Raja. Grafindo Persada

Ruslan, Rusady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Yulianita, Neni. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Lab. Multimedia Fikom Unisba.

Yulianita, Neni, 2007. *Dasar-Dasar Public Relations Praktis*, Bandung : P2U LPPM UNISBA

Sumber Lain :

Internet. <https://id.wikipedia.org/wiki/Internet>. Tanggal akses 11 September 2015, Pk. 02:25 WIB

Internet. <http://mugironiggi.blogspot.co.id/>. Tanggal akses 6 Oktober 2015. Pk. 22:35 WIB