BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public relations (PR) yaitu ilmu pengetahuan yang masih cenderung baru dikalangan masyarakat. *Public relations* merupakan gabungan dari berbagai macam ilmu seperti sosial, politik, ekonomi, sejarah, dan komunikasi. *Public relations* memiliki tujuan untuk membangun sebuah komunikasi baik ke dalam (internal) maupun keluar (eksternal). *Public relations* sangat penting kaitannya dengan sebuah perusahaan atau organisasi untuk membangun nama baik perusahaan atau organisasi. *Public relations* ialah suatu keseluruhan pola komunikasi yang direncanakan, baik keluar maupun ke dalam, antara suatu organisasi dengan publik guna memenuhi tujuan yang lebih jelas atas dasar adanya rasa saling pengertian (Frank Jefskins). Dengan adanya hal tersebut, maka *public relations* harus mahir dalam membina serta menjembatani hubungan yang baik dari pihak manapun agar semua tujuan dapat tercapai dengan yang diinginkan.

Menurut (Newsom & Haynes; 2008), dalam buku *"public relations"* menyatakan bahwa, *public relations* yaitu sebuah karya dan ilmu untuk menganalisis tren, memperkirakan suatu resikonya, menasehati eksekutif organisasi, serta menerapkan program pelaksanaan yang telah direncanakan untuk kepentingan organisasi dan juga publiknya. Maka dapat dikatakan, jika public relations itu segala sesuatu yang telah direncanakan dengan matang

untuk kepentingan suatu perusahaan atau organisasi dan masyarakat juga akan turut merasakan dampaknya.

(Public Relations Societ of America (2012), di dalam buku *"public relations"* menyatakan bahwa *public relations* merupakan sebuah proses strategi yang membantu sebuah organisasi untuk menggapai sebuah sasaran dengan membuka lebar relasi yang saling mutualisme antara organisasi dengan umum baik secara internal ataupun eksternal. Hubungan yang saling menguntungkan itulah yang membuat publik memberikan rasa kepercayaan seutuhnya terhadap suatu perusahaan ataupun organisasi.

Dengan banyaknya pengertian tentang *public relations*, maka penulis menyimpulkan bahwa *public relations* merupakan sebuah cara untuk menciptakan, melahirkan, membina, serta menjembatani sebuah hubungan yang baik dengan pihak dalam ataupun luar perusahaan atau organisasi dengan tujuan untuk menciptakan nama baik perusahaan atau organisasi secara publik agar nantinya mendapatkan nilai (persepsi) positif di masyarakat. Dalam melakukan berbagai aktivitas sehari-hari, *public relations* akan terus mengalami masa perubahan sesuai dan sejalan dengan perkembangan masyarakat. *Public relations* akan menjadi sebuah penghubung yang efektif untuk membentuk persepsi umum. *Public relations* memiliki peran yang penting dalam berbagai aspek, salah satunya adalah dalam lingkungan perusahaan. *Public relations* sangat menentukan kelangsungan hidup dari sebuah perusahaan. Dari hal itu, dapat dinyatakan bahwa *public relations*

berfungsi untuk melahirkan ikatan setiap bagian, menciptakan dasar motivasi, serta menggiatkan partisipasi.

Di dalam sebuah perusahaan seseorang yang menjabat sebagai *public relations* ialah seseorang yang memiliki hubungan atau relasi yang sangat erat antar pelanggan atau konsumennya, karena tugas dari seorang *public relations* adalah berinteraksi dengan masyarakat luas. *Public relations* menjadi suatu bidang yang saling terkait dengan terciptanya sebuah nama yang baik bagi perusahaan ataupun instansi. Dengan adanya *public relations* yang dilakukan oleh sebuah perusahaan akan menciptakan sebuah pandangan bagi masyarakat dalam menilai suatu perusahaan tersebut. Adanya *public relations* menciptakan peran yang sangat penting, untuk menjadikan sebuah jembatan pendukung antara perusahaan dengan publik. Baik atau buruknya pandangan masyarakat akan di lihat dari bagaimana suatu perusahaan mengelola hubungannya dengan masyarakat luar. Maka dari itu, sebuah perusahaan yang berhasil mencapai tujuannya juga tidak terlepas dari dukungan pihak manapun, baik pihak internal ataupun eksternal. Pada dasarnya, *public relations* bukanlah kegiatan yang sembarangan, justru hal ini sangat membutuhkan perencanaan yang berkelanjutan untuk menguntungkan pertumbuhan sebuah perusahaan. Perusahaan juga harus dapat menciptakan suatu perkembangan yang memiliki sebuah nilai positif, inovatif, serta motivatif untuk masyarakat. Aktivitas *public relations* juga banyak dimanfaatkan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang tertentu. Salah satunya, perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa

atau layanan yaitu Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Dr. Sutomo Ponorogo (RSUA).

Rumah Sakit ‘Aisyiyah Dr. Sutomo merupakan sebuah Rumah Sakit Swasta yang ada di Ponorogo. Instansi ini sering mengadakan kegiatan *charity* yang melibatkan masyarakat di dalam rangkaian acara tersebut. *Charity* adalah bentuk kegiatan sosial berupa program kerja yang dilakukan dengan cara menggalang donasi yang ditujukan kepada pihak sasaran. Kegiatan *charity* biasanya diimplementasikan menjadi bentuk amal, berderma, serta berbagi terhadap sesama untuk membantu mengurangi permasalahan sosial di masyarakat. Program *charity* biasanya diartikan sebagai ide untuk meringankan beban seseorang dalam memecahkan suatu permasalahan yang dihadapi, tanpa adanya proses timbal balik dan umumnya juga ditujukan kepada orang yang lebih membutuhkan. *Charity* adalah suatu aktivitas sosial yang dilakukan untuk membantu individu serta masyarakat yang memerlukan.

Program ini dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, seperti donasi dana, barang, ataupun layanan (Danusantoso, 2023). Bantuan tersebut akan bermanfaat jika diberikan pada orang yang benar-benar membutuhkan. Hal inilah yang menjadikan dasar suatu organisasi, kelompok, bahkan perusahaan untuk melakukan sebuah program kerja *charity*. Banyak kegiatan *charity* yang sering dilakukan oleh Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Dr. Sutomo Ponorogo, yang dinaungi oleh Unit Bina Rohani dan Humas Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Ponorogo diantaranya adalah penyuluhan dan pemeriksaan gratis,

bakti sosial, pengobatan massal, pemotongan hewan qurban di daerah-daerah Ponorogo, dan lain sebagainya.

Dilihat dari akun instagram @rsuaisyiyahponorogo Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Dr. Sutomo pada tahun 2019 lalu, telah melakukan kegiatan *charity* penyembelihan hewan qurban di Desa Bareng Pudak, Klepu Sooko, dan Ngrayun Timur. Proses penyembelihan hewan qurban ini juga tak luput dari antusias warga masyarakat sekitar yang bekerja sama dalam proses kegiatan tersebut, agar acara dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, dilansirr dari unggahan akun Instagram @rsuaisyiyahponorogo, di tahun 2018 juga mengadakan kegiatan *charity* yaitu bakti sosial (pengobatan massal) di desa Baosan Kidul, Kecamatan Ngrayun Ponorogo. Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Ponorogo berharap dengan adanya kegiatan seperti ini dapat bermanfaat serta menginspirasi semua untuk selalu berbagi dengan saudara-saudara yang di luar sana yang mungkin sangat membutuhkan kepedulian. Selain itu juga dibarengi dengan kegiatan *charity* pemotongan hewan qurban, Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Ponorogo juga bekerjasama dengan Pimpinan Daerah ‘Aisyiyah dan Lazizmu Ponorogo untuk mengadakan tausyiah serta penyuluhan dan pemeriksaan kesehatan gratis untuk masyarakat.

Dengan adanya aktivitas *public relations* dalam kegiatan *charity* yang dilakukan Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Ponorogo diharapkan akan terus dapat melakukan kegiatan sosial dalam masyarakat. Peran *public relations* sangat penting dalam hal ini, untuk membentuk eksistensi serta menciptakan rasa sosial di masyarakat. Karena kunci keberhasilan dari sebuah perusahaan

yang bergerak dalam bidang jasa atau layanan adalah terus melakukan sebuah upaya untuk selalu menciptakan nama baik bagi perusahaan di tengah masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti terkesan untuk melakukan penelitian tentang aktivitas *public relations* Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Ponorogo untuk memenuhi tugas Skrispsi dengan judul *“AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS PADA KEGIATAN CHARITY DI RUMAH SAKIT UMUM ‘AISYIYAH PONOROGO UNTUK SOSIAL MASYARAKAT”*.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan yang dijabarkan oleh penulis dalam latar belakang, maka yang menjadikan fokus penelitian ini: Bagaimana aktivitas *public relations* Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Ponorogo dalam melaksanakan segala kegiatan *charity* untuk sosial pada masyarakat?

1.3 Tujuan

Dari pernyataan rumusan masalah tersebut, maka sasaran yang ingin digapai ialah untuk mengetahui apa aktivitas *public relations* yang dilakukan Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Ponorogo dalam melaksanakan *charity* untuk sosial dalam masyarakat.

1.4 Manfaat

Penulis berharap agar hasil penelitian ini berfaedah bagi pengembangan ilmu. Antara lain manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian yang dilakukan penulis semoga bisa memberikan pengetahuan tambahan untuk literatur dalam prodi Ilmu Komunikasi. Serta menjadian rujukan sarana referensi dan pembelajaran terutama mengenai konsentrasi public relations.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini ialah Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah Ponorogo (RSUA) dapat mengetahui hasil dari aktivitas *public relations* yang dilakukan sehingga dapat menjadikan RSUA sebagai sarana untuk melakukan kegiatan *charity* atau sosial pada masyarakat.