

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Fransisca Puspita
44214120133

Program *Media Relations* Dalam Membangun Reputasi
Rumah Sakit Siloam Lippo Village Tangerang
Jumlah Halaman : i-x + 109 Halaman, 93 Lampiran
Biografi : 35 Acuan, Tahun (1978 – 2015)

ABSTRAK

Reputasi merupakan salah satu hal yang terpenting dalam organisasi. Dalam praktiknya, reputasi tidak selalu bergerak statis melainkan dapat berubah kapan saja, oleh sebab itu dibutuhkan waktu yang panjang untuk membangun reputasi dan juga dibutuhkan aspek-aspek pendukung lain untuk membentuk reputasi. Pemberitaan yang dibuat oleh media dapat berdampak pada reputasi organisasi. Untuk menyikapi hal tersebut, tentu organisasi membutuhkan program *media relations* yang baik. Program *media relations* merupakan salah satu aktivitas eksternal *Public Relations* yang bertujuan untuk menjalin hubungan harmonis dengan media.

Konsep kerangka acuan yang digunakan peneliti adalah dengan teori *Cutlip*, *Center* dan *Broom* yang dijelaskan bahwa terdapat 4 tahapan strategis *Public Relations* yang terdiri dari *Fact Finding* dengan mengumpulkan data lapangan dan masalah yang dihadapi dari program *media relations*, *Planning & Program* yang merupakan perencanaan dari program *media relations* rumah sakit, *Action & Communication* mengimplementasikan dan mengkomunikasikan program kepada target atau sasaran dan *Evaluating* dengan melihat hasil dari kegiatan *media relations* kemudian melakukan evaluasi program.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Dalam pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam kepada narasumber yaitu dari *Public Relations Officer* dan *Head of Business & Development* Rumah Sakit Siloam Lippo Village serta wartawan dari media yang melakukan peliputan dan pemberitaan terkait sebagai narasumber eksternal.

Simpulan dari penelitian ini adalah program *media relations* di Rumah Sakit Siloam Lippo Village telah menggunakan tahapan langkah strategi *Fact Finding*, *Planing & Program*, *Action & Communication*, *Evaluating*. Program *media relations* selama ini telah berjalan harmonis dan saling menguntungkan sehingga mampu meningkatkan hubungan baik dengan media massa. Melalui pemberitaan dan publikasi positif di media massa lambat laun dapat membantu membangun reputasi rumah sakit di mata publik dari waktu ke waktu.