

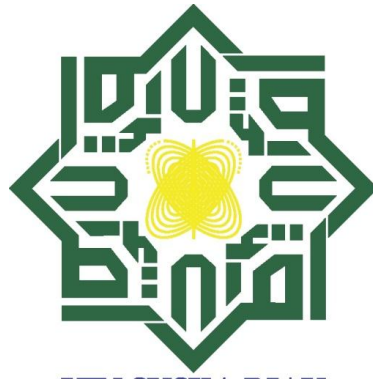


UIN SUSKA RIAU

© Haccipta mil

**IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DALAM
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN
INFORMASI DI INSTAGRAM @RSIAANNISAPKU**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip seluruh atau sebagian isi karya ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

AZIZAH
NIM.11743201227

UIN SUSKA RIAU

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021**

State Islamic University of Sultan Sharif Kasim Riau


**IMPLEMENTASI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN INFORMASI DI RSIA
ANNISA PEKANBARU**

Disusun Oleh:

**AZIZAH
11743201227**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 2 Maret 2021


Pembimbing,



**Rohayati, S.Sos, M.I.Kom
NIP.198808012020122018**

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

8 Maret 2021



**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196911181996032001**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebraman KM 15 No. 155 Tuah Madani Tangpin - Pekanbaru 28293 PO Box 1004 Telp. 0761-562051
Fax 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail iam_sq@pekanbaru.indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Azizah
NIM : 11743201227
Judul : Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di RSIA Annisa Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 17 Juni 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Juni 2021

Dalam,

Dr. Kardin, M.Ag
NIP.196606202006041015

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Azni, M.Ag
NIP. 19701010 200701 1 051

Sekretaris/ Penguji II,

Rosmita, M.Ag
NIP. 19741113 200501 2 005

Penguji III,

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

Penguji IV,

Darmawati, M.I.Kom
NIK. 130417026



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Pengaji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : AZIZAH
NIM : 11743201227
Judul : **IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DALAM
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN INFORMASI
DI RSIA ANNISA PEKANBARU**

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 15 Januari 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 01 Februari 2021

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Rafdeadi, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19821225 201101 1 001

Penguji II,

Edison, S.Sos., M.I.Kom
NIK. 130417052

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azizah
NIM : 11743201227
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru / 5 Juni 1999
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **"Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di RSIA Annisa Pekanbaru"**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah benar karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini diberi tanda dan ditunjukkan di dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 29 Maret 2021
Yang Membuat Pernyataan





UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Azizah
NIM : 11743201227
Judul Skripsi : Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di RSIA Annisa Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Pembimbing,

Rohayati, S.Sos, M.I.Kom
NIP.198808012020122018

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

AZIZAH, NIM. 11743201227. Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di Instagram @rsiaannisapku. Skripsi: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

Aktivitas yang dilakukan PR RSIA Annisa melalui internet dan media sosial dapat disebut dengan *Cyber PR*. Dimana tugas PR yang biasanya dilakukan secara *offline* kini bisa dilakukan melalui *online*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana implementasi *Cyber PR* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi di RSIA Annisa Pekanbaru. Teori yang digunakan adalah teori *Cyber Public Relations* menurut Holtz. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan teori Holtz karakteristik praktik online PR yang strategis: Pertama, *strategic*. Untuk memengaruhi hasil bisnis, maka dibutuhkan strategi. Bentuk strategi yang dilakukan PR ialah melakukan promosi menggunakan instagram *ads* untuk pemasangan iklan, mengunggah *insta story* 20 kali dalam satu hari dan mengunggah informasi berupa video atau foto satu kali sehari. Kedua, *Integrated*. Perusahaan menggunakan internet sebagai bagian dari perencanaan komunikasi yang lebih luas. Pemanfaatan instagram digunakan *Cyber PR* RSIA Annisa untuk pelayanan informasi yang lebih luas. Ketiga, *Targeted*. RSIA Annisa memiliki target pasar untuk pasien *millennial* berumur 23 tahun ke atas yang aktif menggunakan internet. Keempat, *Measureable*. Efektivitas dari perencanaan yang dilakukan *Cyber PR* RSIA Annisa dapat diukur melalui *insight* instagram.

Kata kunci: Cyber Public Relations, Instagram, Informasi Publik

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau melakukan tindakan lain yang menyebabkan hak cipta dilanggar tanpa izin dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

AZIZAH, NIM. 11743201227. Implementation of *Cyber Public Relations* in Improving the Quality of Information Services at @rsiaannisapku's Instagram. Bachelor Thesis: Department of Communication, Faculty of Da'wah and Communication, State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

The activities carried out by PR RSIA Annisa through the internet and social media could be called Cyber PR. PR tasks usually did offline however recently could be done online. The objective of this study is to describe implementation of Cyber Public Relation in improving the quality of information services at RSIA Annisa Pekanbaru. Holtz's theory about Cyber Public Relation was used in this study using descriptive qualitative method. Collecting data method by using interview, observation and documentation. We used Holtz's theoretical approach about the characteristics of strategic PR online practices: First, Strategic. A strategy is needed to influence the business results. Several strategies carried out by Public Relations are putting ads by promoting using Instagram ads, uploading insta story 20 times a day and posting video or photo once a day. Second, Integrated. Companies use the internet as part of a broader communication plan. The use of instagram are used by Cyber PR RSIA Annisa for wider information services. Third, Targeted. RSIA Annisa has a target market for millennial patients aged 23 years and over who are actively using the internet. Fourth, Measureable. The effectiveness of planning carried out by Cyber PR RSIA Annisa can be measured through instagram insights.

Keywords: Cyber Public Relations, Instagram, Public Information

1. Dilakukan peninjauan terhadap isi dan bentuk karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas rahmat Allah Subhanahu wa Ta'ala serta shalawat kepada Nabi Muhammad Shallallahu'alaihi wasallam karena perjuangannya dapat memberikan pelajaran dan teladan bagi umat Islam. Bersyukur kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul **"Implementasi Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di Instagram @rsiaannisapku"**. Penulis ucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini baik moral maupun materi, terutama kepada:

1. Dr. Nurdin, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Dr. Masduki, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bagian Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Toni Hartono, M.Si, selaku Wakil Dekan Bagian Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Azni, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Santos, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
3. Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc, selaku Dosen Penasehat Akademik.
4. Rohayati, S.Sos, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bersedia membimbing dan banyak memberikan masukan dan saran selama penulisan skripsi, semoga ilmu yang Ibu berikan dapat menuai banyak keberkahan.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terima kasih telah mengajari dan memberikan ilmu kepada penulis, semoga ilmu yang telah Bapak/Ibu berikan menuai keberkahan.
6. Nosi Handayani A.Md Ak. Selaku Sumber Daya Manusia, Sekretariat dan

7. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
8. 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
9. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diklat yang telah memberi izin penelitian.

7. Ocha Suci Caniya, Yohana, Amd.Keb dan Intan Indah Wulandari S.I.Kom, selaku Tim Marketing dan Kreatif yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
8. Kedua orang tua, Ayahanda Abdul Azis dan Ibunda Zulhelmi yang telah memberikan dukungan, arahan, motivasi dan selalu mendoakan penulis agar mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Ibna Hayati M.Si, dan Apriyani S.Pi, sebagai kakak yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi dan selalu mendoakan untuk kebaikan penulis.
10. Teman-teman Kom B (2017) dan PR E yang telah menemani selama proses perkuliahan berlangsung.
11. Terima kasih untuk diri saya sendiri Azizah karena telah berusaha sebaik mungkin dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan kelapangan hati tentunya penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para akademisi terkait keilmuan yang sama, dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

Pekanbaru, 28 Maret 2021
Penulis,

UIN SUSKA RIAU

AZIZAH
NIM. 11743201227



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Penegasan Istilah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.3 Konsep Operasional	29
2.4 Kerangka Pikir	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Sumber Data.....	33
3.4 Informan Penelitian.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Validitas Data.....	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV GAMBARAN UMUM LEMBAGA	37
4.1 Sejarah Rumah Sakit Ibu dan Anak Annisa.....	37
4.2 Visi Misi Rumah Sakit Ibu dan Anak Annisa	43

© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Staf Ibtisamah
Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

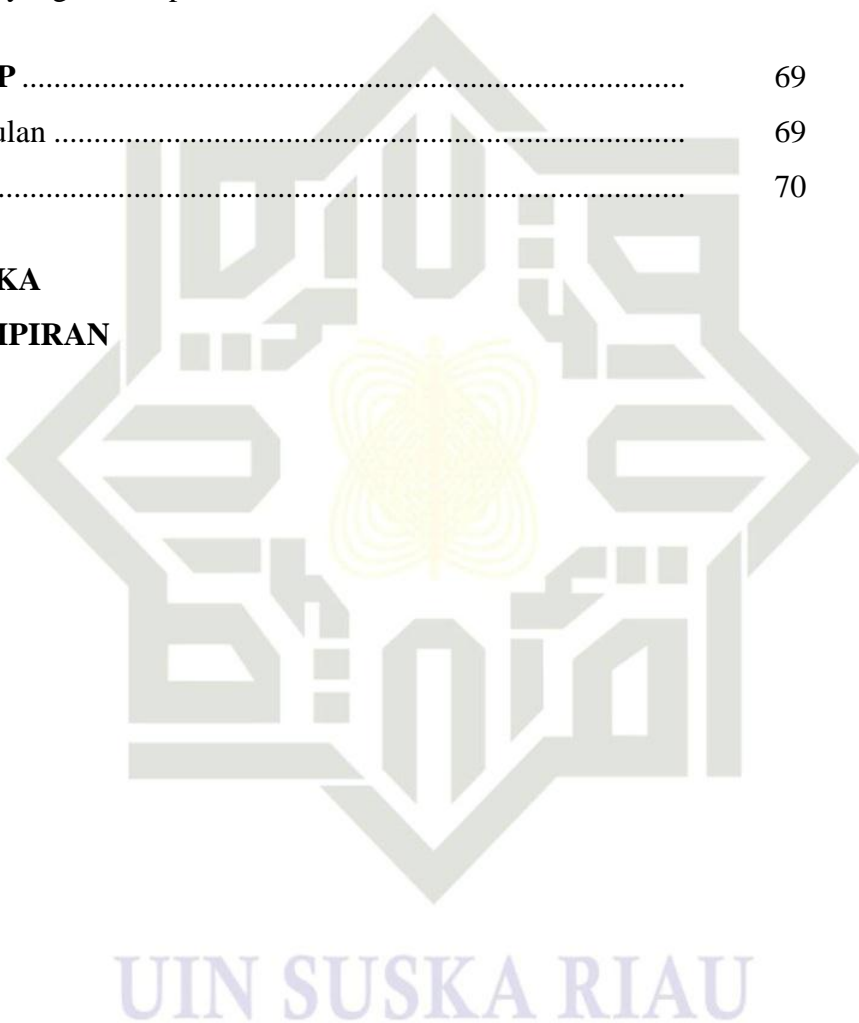


UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

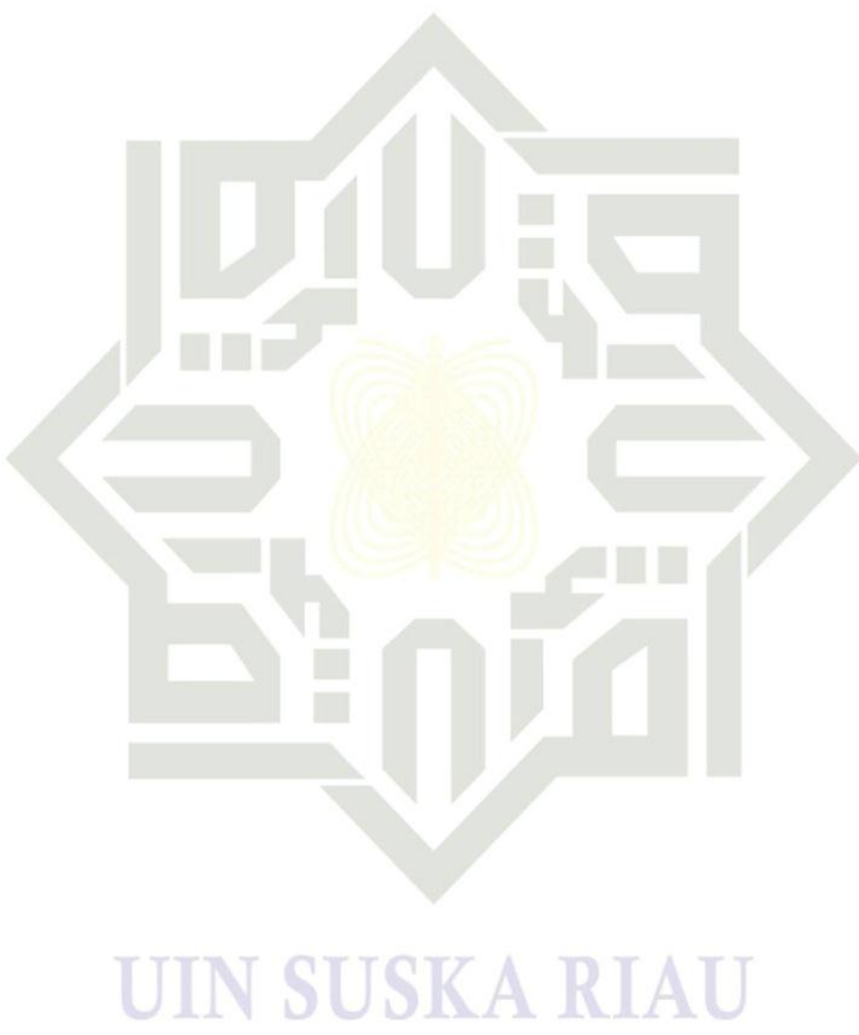
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4.3 Logo dan Motto.....	44
4.4 Cyber Public Relations.....	44
SAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
5.1 Hasil Penelitian	46
5.2 Pembahasan.....	64
5.3 Kendala yang Dihadapi.....	66
SAB VI PENUTUP	69
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Daftar 21: Rumus 7C.....	17
Daftar 41: Daftar Nama Pimpinan RSIA Annisa	39
Daftar 42: Daftar Nama Ketenagaan RSIA Annisa	39



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta dan Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

<p>© Hak Cipta milik UIN Suska Riau</p> <p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacukan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Gambar 2.1: Media Sosial Paling Populer di Indonesia 25</p> <p>Gambar 2.2: Teori Holtz, Karakteristik Praktik Online PR..... 31</p> <p>Gambar 4.1: Logo RSIA Annisa 44</p> <p>Gambar 5.1: <i>Feeds</i> Instagram RSIA Annisa 48</p> <p>Gambar 5.2: Instagram RSIA Annisa..... 50</p> <p>Gambar 5.3: Layanan Pijat Bayi RSIA Annisa 52</p> <p>Gambar 5.4: Edukasi Hypnobirthing 53</p> <p>Gambar 5.5: Jadwal Dokter Kandungan..... 54</p> <p>Gambar 5.6: USG di RSIA Annisa..... 55</p> <p>Gambar 5.7: Kuis di Instagram RSIA Annisa 56</p> <p>Gambar 5.8: Give Away 57</p> <p>Gambar 5.9: Testimoni RSIA Annisa..... 58</p> <p>Gambar 5.10: Q&A di Instagram RSIA Annisa 59</p> <p>Gambar 5.11: Informasi <i>Upgrade</i> Ruang Poliklinik Anak 60</p> <p>Gambar 5.12: Informasi Pengingat Waktu Ibadah Sholat 62</p> <p>Gambar 5.13: <i>Insight</i> Instagram RSIA Annisa..... 63</p>
--	--

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Terjadinya perubahan teknologi berdampak pada kehidupan sosial dan pekerjaan di seluruh dunia.¹ Kemajuan dan perkembangan teknologi menuntut manusia untuk lebih aktif dan kreatif dalam menyebarkan informasi. Dengan adanya teknologi, maka informasi akan lebih cepat disebarluaskan kepada masyarakat. Terlebih pada saat ini, masyarakat tidak pernah lepas dari teknologi. Sebab, laju perkembangan zaman membuat masyarakat harus terbiasa dengan perubahan-perubahan yang terjadi untuk memudahkan para pengguna nya.

Di era digital ini, PR dituntut untuk memiliki keahlian multi-disiplin.² Semakin berkembangnya penggunaan media digital maka PR turut andil dalam menguasai perkembangan tersebut. Penggunaan media digital menjadi salah satu senjata paling ampuh untuk publik dalam menyalurkan opini, berbagi informasi, dan hiburan. Ini memengaruhi perkembangan pengetahuan dan kehidupan masyarakat dengan internet.

Pada tahun 2018 lalu pengguna internet di Indonesia terdapat 171,2 juta jiwa, sedangkan di tahun 2020 mencapai 196,7 juta dengan 51,5 persen digunakan untuk mengakses media social.³ Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia mengenai survei pengguna internet di Indonesia hingga kuartal II tahun 2020 naik menjadi 73,7 persen dari populasi atau setara 196,7 juta pengguna.⁴

Public Relations (PR) atau hubungan masyarakat (Humas) merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dalam melakukan komunikasi dengan publiknya. *Cyber* dalam bidang PR sangat berhubungan

¹N. Nurlaela Arief dan M. Arkan Ariel Saputra, *Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era Artificial Intelligence*, Jurnal Sistem Cerdas Vol. 2, No. 01, 2019. 3.

²Agung Laksamana, *Profesi Public Relations Indonesia dalam Era Digital*, Jurnal Public Relations Indonesia Vol.2, No. 3, 2015. 6.

³<https://money.kompas.com> ” (diakses pada 05 Desember 2020)

⁴<https://apjii.or.id> (diakses pada 17 Desember 2020)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan perkembangan teknologi saat ini. Dalam bidang kesehatan, penggunaan internet dianggap sangat penting oleh PR untuk menyebarkan informasi yang berhubungan dengan organisasi tersebut.

Keberadaan internet tentunya mengubah cara PR dalam menyampaikan informasi. Humas melalui internet memiliki peranan yang lebih luas dan besar dibandingkan kegiatan humas di dunia fisik, tanpa adanya perantara, seperti wartawan maupun media cetak.⁵ Melalui internet, PR tentunya diharapkan dapat memberikan pelayanan yang optimal melalui informasi-informasi yang menarik seperti berbagai kegiatan serta program yang diadakan oleh pihak organisasi terkait.

Tidak hanya bidang pemerintahan, bisnis, pariwisata, pendidikan, keagamaan, namun bidang kesehatan juga membutuhkan media sosial yang berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas.⁶ Banyaknya pengguna media sosial, mulai dari Facebook, Instagram, dan Whatsapp yang penggunaannya banyak menghabiskan banyak waktu di aplikasi tersebut. Kehidupan sosial yang kini telah banyak dilakukan secara online membuat banyak instansi turut mengikuti perkembangan zaman. Mulai dari pemerintahan, bidang pendidikan, perusahaan, hingga pelayanan kesehatan rumah sakit yang harus memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai modal untuk menjangkau lebih luas publik sarannya.

Ketika berbicara mengenai kesehatan masyarakat, akan sangat lengkap bila dikaitkan dengan konsep komunikasi. Dimana, komunikasi merupakan alat yang digunakan untuk memberikan informasi kesehatan kepada publik. PR Rumah Sakit harus bisa mengoptimalkan diri dalam melayani publik untuk memahami informasi yang diberikan.

Banyak sekali masyarakat yang mengeluhkan pelayanan dari berbagai rumah sakit. Padahal, ketika suatu instansi mampu melayani publik dengan baik, maka tentunya publik akan merasa puas dan reputasi rumah sakit akan

⁵ Bob Julius Onggo, *E-PR Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 6

⁶ Yuni Fitriani, *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*, *Jurnal Komputer dan Informatika* Vol. 19, No. 2, 2017. 148.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

positif di mata masyarakat. Ketika instansi menyepelekan hal pelayanan, maka publik tentunya tidak akan percaya dan beralih ke rumah sakit lain.

Dalam melakukan tugas PR secara online, perusahaan atau instansi dapat menentukan dan memilih *platform* apa saja yang bisa digunakan untuk penyebaran informasi, pelayanan, dan peningkatan citra perusahaan. Perusahaan dapat memilih media yang bisa digunakan. Seperti Instagram, Website, dan Facebook. Hal yang harus diperhatikan ialah bagaimana PR dapat mengelola dan memaksimalkan media tersebut.

Dalam memilih media untuk melaksanakan kegiatan PR secara online menjadi kunci keberhasilan PR dalam menjangkau target sasaran⁷. Pemilihan media yang tepat dapat memberikan peluang yang besar bagi PR untuk menentukan target. Untuk itu, PR RSIA Annisa harus peka dan melihat kemajuan yang terus menerus berkembang. Mulai dari media sosial yang paling banyak digunakan sampai kepada aplikasi apa yang saat ini digandrungi oleh masyarakat. Pemilihan media yang dapat disesuaikan dengan penggunaan dari publik tentu dapat membantu PR dalam membidik targetnya. Baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

RSIA Annisa bermula dari sebuah klinik dan Rumah Bersalin Annisa Medika yang didirikan pada tahun 1997. Tujuan utama pembangunan klinik ini adalah untuk membantu masyarakat dalam bidang kesehatan terutama pelayanan kesehatan Ibu dan Anak, yang menurut catatan statistik Provinsi Riau tingkat kematian bayi masih tinggi. Tujuan tersebut masih dirasakan relevan sampai saat ini sehingga Klinik dan Rumah Bersalin Annisa Medika masih terus bertahan dan berkembang yang notabeneanya bergerak untuk kesejahteraan kesehatan ibu dan anak.

Penggunaan media sosial perusahaan mulai dikelola secara aktif. Seperti yang dilakukan oleh RSIA Annisa Pekanbaru yang mulai aktif di Instagram pada tahun 2015. Dalam *social network*, media baru yang digunakan RSIA Annisa dalam bentuk instagram @rsiaannisapku. Aktivitas-

⁷ Beni Erliansyah. *Manajemen Pengelolaan Cyber Public Relations dalam Mewujudkan Good Governance Pemerintah Kota Payakumbuh*. Vol. 4, No. 2, (2017). 8.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
©Hak cipta ini dimiliki UIN Suska Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

aktivitas menarik yang dapat dengan mudah ditemukan di *feeds* atau *instastory* instagram dapat dengan mudah ditemukan oleh publik. Mulai dari tanya jawab seputar Ibu dan Anak, foto atau video terkait aktivitas pihak RSIA Annisa, serta testimoni pasien yang merasa puas dengan pelayanan pihak RSIA Annisa.

Untuk mengefektifkan tugas dan tanggung jawabnya, *Cyber PR* RSIA Annisa berada dalam Tim Kreatif bidang Marketing, memanfaatkan internet untuk penyebaran informasi berupa pelayanan informasi kepada publik, dan promosi. Tujuannya agar publik dapat dengan mudah mengetahui segala bentuk kegiatan dan aktivitas yang berlangsung di RSIA Annisa.

Media sosial yang sering digunakan oleh pihak RSIA Annisa adalah instagram @rsiaannisapku dimana informasi seputar kesehatan, promosi, tanya jawab, dan kuis dapat ditemukan di instagram RSIA Annisa. Dalam penyebaran informasi melalui media sosial dapat dikatakan efektif karena informasi dapat menyebar secara luas ke seluruh lapisan masyarakat yang ada di Riau.

Aktivitas dan pelayanan yang dilakukan PR di media sosial tidak hanya menjangkau publik secara luas dan cepat namun juga memberikan keuntungan untuk dijangkau secara global, informasi yang aktual, mengembangkan investor relations, menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, akses yang mudah dan biaya yang efisien⁸. Untuk mengunggah artikel, atau informasi penting, RSIA Annisa tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal. Dalam melakukan pelayanan yang optimal, RSIA Annisa dapat memaksimalkan kesempatan dalam melayani masyarakat dalam 1 kali 24 jam.

Publik yang ingin mengetahui informasi terkait instansi terkait, tentunya dapat dengan mudah menemukannya di akun instagram @rsiaannisapku. Informasi yang tidak hanya sekedar informasi dapat menarik perhatian publik dengan *feeds* instagram yang tertata rapi. Pandangan publik terhadap RSIA Annisa tentunya juga bisa dilihat dari bagaimana mereka

⁸ Yazid, Tantri Puspita. *Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat*. Vol. 6, No. 2, (2015), 163.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merespon dan memberikan pelayanan melalui media sosial. Begitu pun untuk citra rumah sakit tersebut. Publik bisa memberikan nilai positif atau negatif. Semua itu tergantung dari bagaimana pihak rumah sakit memaksimalkan pelayanannya melalui *Cyber PR*.

Pemanfaatan media internet dalam melakukan tugas PR melalui *Cyber PR* biasanya ditujukan sebagai sarana publisitas, promosi dan pelayanan informasi kepada publik. Beberapa tugas *Cyber PR* berfokus pada interaksi perusahaan kepada publiknya. Dalam hal ini, maka PR dapat dikatakan memanfaatkan media internet sebagai media informasi yang akan memberikan pengaruh positif bagi instansi perusahaan. Peran *Cyber PR* RSIA Annisa di tengah masyarakat Pekanbaru memegang peranan penting dalam melakukan publisitas dan pelayanan informasi kepada publik. Pemaknaan ini mengarah kepada implementasi *Cyber PR* Rsia Annisa untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasinya kepada publik.

Pemanfaatan media sosial pada *Cyber PR* RSIA Annisa memberikan pengaruh positif terhadap instansi. Mulai dari informasi kesehatan dan kuis dapat meningkatkan jumlah pengikut akun media sosial RSIA Annisa. Tidak hanya dijadikan sarana publisitas, tapi media sosial RSIA Annisa juga digunakan sebagai alat untuk melakukan pelayanan kepada publik.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana implementasi *Cyber public relations* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi di Instagram @rsiaannisapku. Penulis mengambil judul: “**IMPLEMENTASI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN INFORMASI DI INSTAGRAM @RSIAANNISAPKU**”

1.2 Penegasan Istilah

Guna menghindari kesalahpahaman terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis perlu menegaskan istilah dalam penelitian sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Implementasi

Implementasi dalam kamus bahasa Indonesia adalah suatu proses, aktivitas, yang digunakan untuk mentransfer ide/gagasan, program atau harapan-harapan yang dituangkan dalam bentuk kurikulum desain (tertulis) sehingga bisa dilaksanakan dengan desain tersebut. Masing-masing pendekatan mencerminkan tingkat yang berbeda.⁹

2. Cyber Public Relations

Cyber public relations merupakan *public relations* (PR) yang menjalankan berbagai aktivitas kerjanya dibantu atau menggunakan internet sebagai sarana publisitasnya.¹

3. Informasi

Berdasarkan Undang-Undang No. 14/ Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi, yaitu informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dibaca, yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik.¹⁰

4. Pelayanan Informasi

Layanan informasi ialah memberikan pemahaman kepada individu-individu yang memiliki kepentingan tentang berbagai hal yang diperlukan untuk menjalani suatu tugas atau kegiatan, atau untuk menentukan arah suatu tujuan atau rencana yang dikehendaki.¹¹

5. Rumah Sakit Ibu dan Anak

Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) merupakan rumah sakit khusus, fasilitas kesehatan yang seharusnya ada di setiap daerah. Dengan adanya

⁹ Salim dan Yenny, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press, 2002), 562.

¹⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1

¹¹ Prayitno dan Erman Amti, *Layanan Bimbingan dan Konseling Kelompok*. Padang: Jurusan Bimbingan dan Konseling Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang. 2004. 259-260.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rumah Sakit Ibu dan Anak diharapkan dapat memberikan pelayanan medis bagi Ibu dan Anak yang berupa tindakan medis, perawatan dan penyuluhan untuk kesehatan Ibu dan Anak.¹²

6. Instagram

Instagram merupakan media komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi baik itu berupa foto maupun video. Di Instagram, praktisi *Cyber PR* dapat melakukan publikasi seperti pelayanan informasi, promosi, kuis, *give away*, dan tanya jawab. Dari implementasi yang dilakukan praktisi *Cyber PR* tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan informasinya kepada publik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah bagaimana Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di Instagram @rsiaannisapku?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di Instagram @rsiaannisapku.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kegunaan secara Teoritis

1. Sebagai sumbangsih ilmiah khususnya bagi penulis dan mahasiswa Ilmu Komunikasi
2. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi di UIN Suska Riau

Alfia Y, Hendro T, Edward E, *Rumah Sakit Ibu dan Anak di Kudus*, E-Journal Vol. 1, No. 2, 2022. 127.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kegunaan secara Praktis

1. Sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Public Relations di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi instansi dan para pembaca.

Kegunaan Eksternal

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi instansi terkait, yaitu RSIA Annisa Pekanbaru.
2. Dapat dijadikan sebagai referensi masukan, saran, atau pertimbangan bagi instansi terkait.

5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Penegasan Istilah
- 1.3 Rumusan Masalah
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian
- 1.5 Sistematika Penulisan

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

- 2.1 Kajian Terdahulu
- 2.2 Landasan Teori
- 2.3 Konsep Operasional
- 2.4 Kerangka Pikir

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian
- 3.2 Lokasi Penelitian
- 3.3 Sumber Data
- 3.4 Informan Penelitian
- 3.5 Teknik Pengumpulan Data
- 3.6 Validitas Data
- 3.7 Teknik Analisis Data

BAB IV GAMBARAN UMUM (SUBYEK PENELITIAN)

BAB V LAPORAN PENELITIAN

5.1 Hasil Penelitian

5.2 Pembahasan

BAB VI PENUTUP

6.3 Kesimpulan

6.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu sangat berguna dalam penulisan ini karena memiliki beberapa fungsi, yaitu untuk memperoleh pengetahuan tentang masalah yang akan diteliti, menegaskan kerangka teori yang akan dijadikan landasan pemikiran dan memperdalam konsep-konsep yang dipergunakan dalam pembahasan suatu masalah.

Sebagai pedoman maupun petunjuk dalam melakukan penelitian ini penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang jika dilihat dari segi isi maupun judul memang tidak ada permasalahan tetapi penulis melihat ada suatu keterkaitan antara permasalahan terdahulu seperti :

1. Kajian terdahulu yang digunakan adalah skripsi yang berjudul : “*Cyber Public Relations Dunia Pendidikan*” (Studi tentang Implementasi *Cyber Public relations* di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya) karya Ana Rose Fitri yang menggunakan metode kualitatif. Membahas mengenai *cyber public relations* di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa hal yang membuat SMA tersebut menggunakan *cyber public relations* ialah karena tuntutan zaman di era digital, untuk eksistensi, untuk dikenal secara luas, dan sebagai media promosi¹³. **Perbedaan** penelitian dengan penulis yaitu, dari subjek yaitu memilih instansi rumah sakit. Untuk objek penelitian, penulis memilih Implementasi *Cyber PR* dalam peningkatan kualitas pelayanan informasi. Lokasi dan waktu penelitian juga berbeda. **Persamaan**, membahas implementasi *Cyber Public relations*.
2. Skripsi yang berjudul “*Implementasi Cyber Public Relations Humas PEMDA DIY dalam Memberikan Informasi Kepada Publik*” yang ditulis oleh Alya Septiana Putri menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data triangulasi dan mendapatkan hasil bahwa pelaksanaan yang sudah dilakukan berjalan dengan baik, aktual,

¹³ Ana Rose Fitri “*Cyber Public Relations Dunia Pendidikan*” . Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan transparan dikarenakan telah memperhatikan perkembangan teknologi internet yang kini banyak digunakan masyarakat untuk mencari informasi dan membaca berita. Namun, tetap memiliki kekurangan internal yaitu kuantitas dan kualitas SDM yang dimiliki, juga sarana dan prasarana yang kurang mendukung.¹⁴ **Perbedaan** penelitian dengan penulis yaitu, dari subjek yaitu memilih instansi rumah sakit ibu dan anak. Untuk objek penelitian, penulis memilih Implementasi *Cyber PR* untuk melayani publik dengan informasi yang diberikan rumah sakit terkait. Lokasi dan waktu penelitian juga berbeda. **Persamaan**, membahas implementasi *Cyber Public Relations*.

3. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Tantri Puspita Yazid dengan judul “*Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat*” menggunakan metode kualitatif dan mendapati hasil bahwa penggunaan website yang dikelola oleh humas terkait masih belum dikatakan mampu membantu kerja humas mewujudkan *good governance* dari segi pelayanan public, karena website masih tergolong ke dalam web 1.0. Isi website masih didominasi oleh pemerintah. Tidak hanya itu, peran professional humas pemerintah Sumbar dalam memanfaatkan website belum maksimal. Seperti hasil telaah teori MRT, website masih belum dapat dikatakan sebagai media yang kaya karena website tidak menyediakan menu yang dapat menggabungkan suara, tulisan dan gambar seperti *live streaming*.¹⁵ **Perbedaan**, penelitian dengan penulis yaitu, dari subjek yaitu memilih instansi rumah sakit ibu dan anak. Untuk objek penelitian, penulis memilih Implementasi *Cyber PR* untuk melayani publik dengan informasi yang diberikan rumah sakit terkait. Lokasi dan waktu penelitian juga berbeda. **Persamaan**, membahas implementasi *Cyber Public Relations*.

¹⁴ Alya Septiana Putri, “Implementasi Cyber Public Relations Humas PEMDA DIY dalam Memberikan Informasi Kepada Publik”, Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta, 2019.

¹⁵ Tantri Puspita Yazid, “*Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat*,” Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No.2 (2015), 170



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Penelitian dalam Jurnal Komunikasi yang ditulis oleh Muhammad Andrya Surya Putra dan Faridhian Anshari yang berjudul “*Cyber Public Relations dalam Klub Sepakbola di Indonesia: Studi pada Persija Jakarta*” dengan menggunakan pendekatan kualitatif menghasilkan bahwa PR Persija melalui website dan akun media sosial twitter resmi milik klub dianggap sudah sesuai dengan fungsinya. Dalam penerapannya, PR Persija mampu memberikan informasi seluas dan secepat mungkin kepada publik karena memanfaatkan perkembangan dari teknologi informasi, sehingga mampu memberikan informasi tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan publik.¹⁶ **Perbedaan**, penelitian dengan penulis yaitu, dari subjek yaitu penulis memilih instansi rumah sakit ibu dan anak. Untuk objek penelitian, penulis memilih Impelementasi *Cyber PR* untuk melayani publik dengan informasi yang diberikan rumah sakit terkait. Lokasi dan waktu penelitian juga berbeda. **Persamaan**, sama-sama membahas dan meneliti mengenai *Cyber Public Relations*.
5. Penelitian selanjutnya jurnal yang ditulis oleh Liliek Budiastuti Wiratmo, Noor Irfan dan Kuwatono, yang menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan judul “*Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Online Public Relations*” memberikan hasil bahwa website Pemda dapat dimanfaatkan sebagai sarana *online PR*. Oleh karena itu, setiap pemerintah daerah harus dapat memanfaatkan website yang mereka miliki sebagai sarana mengembangkan *online PR*. Lalu, syarat yang paling penting ialah memiliki kesadaran tentang arti pentingnya layanan publik akan informasi yang memadai dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.¹⁷ **Perbedaan**, penelitian dengan penulis yaitu, dari subjek yaitu penulis memilih instansi rumah sakit ibu dan anak. Untuk objek penelitian, penulis memilih Impelementasi *Cyber PR* untuk melayani publik dengan informasi yang diberikan rumah sakit terkait. Lokasi dan waktu penelitian juga berbeda.

16. Muhammad Andrya Surya Putra, dan Faridhian Anshari, *Cyber Public Relations dalam Klub Sepakbola di Indonesia: Studi pada Persija Jakarta*, Journal of Strategic Communication, Vol. 7, No. 1, (2016), 52-53.

17. Liliek Budiastuti Wiratmo, Noor Irfan, dan Kuwatono, *Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Online Public Relations*, Jurnal ASPIKOM Vol. 3, No. 2, (2017), 338-339



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persamaan, sama-sama membahas tugas PR yang dilakukan secara online.

Jurnal dengan judul “Implementasi Cyber Public Relations Universitas Singaperbangsa Karawang pada Persaingan Era Digital” yang ditulis oleh Tri Susanto, Wahyu Utamidewi, Reka Prakarsa Nur Muhamad, dan Satria Ali Syamsuri yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penggunaan website dan media sosial adalah langkah tepat dalam membangun citra positif karena maraknya pengguna media sosial di Indonesia. Namun kurang maksimal aktivitas Cyber PR Unsika membuat institusi ini cukup sulit bersaing di media internet. Tidak hanya itu, kurangnya pemanfaatan media informasi yang sudah ada serta proses publikasi yang dinilai kurang relevan sehingga kegiatan Cyber PR kurang cepat dan update.¹⁸ **Perbedaan**, penelitian dengan penulis yaitu, dari subjek yaitu penulis memilih instansi rumah sakit ibu dan anak. Untuk objek penelitian, penulis memilih Impelementasi Cyber PR untuk melayani publik dengan informasi yang diberikan rumah sakit terkait. Lokasi dan waktu penelitian juga berbeda. **Persamaan**, membahas impelementasi Cyber Public Relations.

2.2 Landasan Teori

Teori secara umum, teori (*theory*) adalah sebuah sistem konsep abstrak yang memberikan petunjuk tentang adanya hubungan diantara berbagai konsep yang membantu kita memahami sebuah fenomena.¹⁹ Kajian teori merupakan gambaran jelas yang dapat dipahami dalam kumpulan konsep/konstruk, definisi dan proposisi yang saling terkait secara sistematis untuk menjelaskan dan memprediksi tentang suatu fenomena/gejala.²⁰

Tri Susanto, Wahyu Utamidewi, Reka Prakarsa Nur Muhamad, dan Satria Ali Syamsuri, *Implementasi Cyber Public Relations Universitas Singaperbangsa Karawang pada Persaingan Era Digital*, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Vol. 3, No.1, (2019), 209-210.

Richard West & Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 49

Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), 65.



2.2.1 Komunikasi

Sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Gerak dan tangis yang pertama pada saat ia dilahirkan adalah suatu komunikasi. Pada mulanya, komunikasi yang tetap hanya terdapat pada masyarakat kecil, kelompok orang yang hidup berdekatan yang merupakan satu unit politik. Tetapi sekarang, akibat dari kecepatan media informasi telah menjadi masalah semua orang.

Istilah komunikasi saat ini sudah demikian populer dan dipergunakan dalam semua kesempatan baik dalam pembahasan maupun membicarakan berbagai masalah. Kiranya sudah menjadi kodrat manusia senantiasa membutuhkan hubungan dengan sesamanya, baik secara sepihak maupun timbal balik.

Wiryanto dalam Zikri dan Achmad menegaskan bahwa komunikasi dikatakan efektif jika pesan yang disampaikan oleh komunikator menghasilkan efek-efek atau perubahan sebagaimana yang diinginkan komunikator, seperti perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku. Perubahan di pihak komunikan itu dapat diketahui melalui tanggapan-tanggapan yang diberikannya sebagai umpan balik.²¹

Secara umum fungsi komunikasi adalah²²:

1. Dapat menyampaikan pikiran atau perasaan
2. Tidak terasing atau terisolasi dari lingkungan.
3. Dapat mengajarkan atau memberitahukan sesuatu.
4. Dapat mengetahui atau mempelajari dari peristiwa di lingkungan
5. Dapat mengenal diri sendiri.
6. Dapat memperoleh hiburan atau menghibur orang lain.
7. Dapat mengurangi atau menghilangkan perasaan tegang.
8. Dapat mengisi waktu luang.

²¹ Zikri Fachrul dan Achmad, *Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi*, Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian, Vol. 3. No. 1, 2017. 91.

²² Rayudaswati Budi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Makassar: Kretakupa) 2010. 13.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

9. Dapat menambah pengetahuan dan merubah sikap serta perilaku kebiasaan.

10. Dapat membujuk atau memaksa orang lain agar berpendapat bersikap atau berperilaku sebagaimana diharapkan.

Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni: komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek.²³

2.2.2 Public Relations (PR)

2.2.2.1 Pengertian Public Relations

Menurut Frank Jefkins, *Public Relations* (PR) adalah suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya untuk mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.²⁴

Banyak pakar mendefinisikan pengertian *Public Relations* (PR) berdasarkan sudut pandang masing-masing. Cutlip, Center, dan Broom menjelaskan *public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun serta mempertahankan hubungan yang baik, bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.²⁵

Jika ditinjau dari aspek manajemen, maka *Public Relations* (PR) didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang menilai setiap publik, menentukan kebijaksanaan seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. Edward Benyas dalam Danandjaja

9. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1990),

9. Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2003) 9.

Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2008), 5.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(2011:14) menjelaskan bahwa *public relations* adalah memberikan informasi secara langsung dan persuasif kepada publik untuk merubah tindakan dan sikap publik dapat berintegrasi terhadap tindakan dan sikap publik dari suatu institusi.²⁶

Praktisi PR adalah seseorang yang harus mampu berkomunikasi secara lisan maupun tulisan melalui berbagai media. Media baru yang hadir dari perkembangan teknologi komunikasi disebut dengan media kontemporer.²⁷

2.2.2.2 Peran Public Relations

Menurut Rex Harlow dalam Yuliatwati dan Enjang Pera Irawan ada empat peran *Public Relations*, yaitu, *Tecnicion Communication*. Peran PR yang menyediakan layanan di bidang teknis komunikasi. Seperti melakukan kegiatan tulis menulis dan mengedit *newsletter* karyawan, menulis *new release* dan *feature*, mengembangkan isi Web dan menangani kontak media. *Expert Preciber Communication*. PR dianggap seseorang yang ahli, bisa memberikan masukan kepada pimpinan perusahaan atau organisasi. *Communication Facilitator*. Peran PR sebagai fasilitator komunikasi antara perusahaan atau organisasi dengan publik. Menghubungkan antara publik dan perusahaan, baik internal maupun eksternal. Juga menjadi penengah jika terjadi *miscommunication*. *Problem Solving Process Facilitator*. Peranan sebagai fasilitator dan proses pemecahan masalah. Di sini, PR dilibatkan dalam tim manajemen krisis. Bahkan bila memungkinkan, PR bisa menjadi pemimpin dalam krisis manajemen.²⁸

Cutlip, Center, dan Boom menjelaskan rumus 7C yang bisa digunakan dalam mengimplementasikan program PR²⁹, yaitu:

²⁶ Danandjaja, *Peranan Humas dalam Perusahaan*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 14.
²⁷ Agung Laksamana, *Profesi Public Relations Indonesia dalam Era Digital*, Jurnal Public Relations Indonesia Vol.2, No. 3, 2015. 6.
²⁸ Yuliatwati dan Enjang Pera Irawan, *Peran Cyber Public Relations Humas POLRI dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online*. Jurnal Politikom Indonesiana. Vol. 1, No.1, 2016. 212.
²⁹ Scoot dkk, *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media. 2009. 408.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1
Rumus 7C

Rumus 7C	<i>Credibility</i>
	<i>Context</i>
	<i>Content</i>
	<i>Clarity</i>
	<i>Continuity and Consistency</i>
	<i>Channel</i>
	<i>Capability of the Audience</i>

Sumber: Data Olah Peneliti

Credibility (kredibilitas), penerima dapat mempercayai informasi dari pengirim dengan menghormati kompetensi sumber informasi terhadap topik dari informasinya. *Context* (konteks), program komunikasi yang akan dibuat harus sesuai dengan kenyataan di lingkungan. Untuk membuat komunikasi yang efektif, dibutuhkan lingkungan sosial yang mendukung, yang sebagian besar dipengaruhi oleh media massa. *Content* (isi), pesan yang disampaikan dari pengirim kepada penerima pesan harus sesuai dengan sistem nilai penerima. Pesannya harus bermanfaat dan relevan bagi penerima. *Clarity* (kejelasan), pesan disampaikan dengan penggunaan kata dan istilah yang sederhana, memiliki makna yang sama dengan pengirim dan penerima pesan.

Organisasi harus berbicara dengan satu suara, tidak banyak suara. *Continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi), komunikasi merupakan proses yang berjalan tanpa akhir dan membutuhkan repetisi agar bisa masuk serta beritanya harus konsisten. *Channel* (saluran), saluran komunikasi yang sudah ada harus digunakan dan pemilihannya harus sesuai dengan publik sasarannya. *Capability of the audience* (kemampuan khalayak), komunikasi harus mempertimbangkan kemampuan audiensnya. Akan berlangsung komunikasi yang efektif apabila tidak membebani penerima dalam memahaminya. Kemampuan tersebut dipengaruhi oleh faktor waktu, kebiasaan, kemampuan membaca dan pengetahuan khalayak.



2.2.3 Cyber Public Relations

2.2.3.1 Pengertian Cyber Public Relations

Cyber Public Relations ialah PR *on the net* adalah aktivitas *public relations* yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dan publikasinya.³⁰ Selain memanfaatkan internet dalam pelayanan, dan penyebaran informasi, *Cyber Public Relations* memiliki peranan yang lebih luas daripada PR di dunia nyata.

Perkembangan teknologi komunikasi memberikan pengaruh akan terbentuknya alat/media PR yang merupakan bentuk baru dari kegiatan PR, yang memunculkan istilah baru seperti *Cyber PR*, *Net PR*, dan lainnya.³¹

Cyber Public Relations merupakan inovasi yang dikembangkan dalam pemanfaatan internet untuk menyampaikan informasi kepada publik. Semakin berkembangnya teknologi, maka PR semakin dituntut untuk lebih aktif dan kreatif dalam melakukan tugasnya. Ketika PR tidak peka dengan apa yang terjadi pada sekitar, maka instansi dapat tertinggal jauh. Untuk itu, penting bagi PR untuk melihat keadaan sekitar dan menemukan ide-ide kreatif dari apa yang dilihatnya.

Alasan praktisi *public relations* memanfaatkan internet tentu didasarkan berbagai faktor, seperti popularitas dan multifungsi media internet, hal inilah yang menjadi kekuatan dalam membangun merek (brand) dan memelihara kepercayaan (*trust*). Untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan, maka harus melalui tahapan- tahapan yang harus dilalui. Sehingga, *cyber public relations* dimanfaatkan untuk melakukan aktivitas yang bisa dilakukan PR dengan tujuan dan target tertentu melalui internet.

Cyber Public relations adalah PR yang menjalankan berbagai aktivitas di dunia maya. Melalui media, PR akan lebih luas menjangkau target sasaran tanpa adanya batasan. Tidak ada sekat yang dapat

³⁰ Bob Julius Onggo, *Cyber Public Relations*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004),

³¹ Melati Agustin Yumikosari, Hadi Purnama, *Strategi Cyber Public Relations Website E-Marketplace*, Jurnal Komunikasi, Vol. 3, No. 1, (2017), 58.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menghalangi PR dalam melaksanakan *Cyber Public relations*. Aktivitas yang dilakukan PR tidak begitu berbeda dari yang dilakukan secara fisik. Perbedaannya hanya terletak dari bagaimana instansi dapat memanfaatkan media internet sebagai sarana komunikasi kepada publik agar lebih efisien dan efektif.

Holtz dalam Inez & Suharyanti menegaskan bahwa praktik online *public relations* yang strategis harus memiliki empat karakteristik³²:

1. *Strategic*. Komunikasi didesain untuk memengaruhi hasil bisnis.
2. *Integrated*. Perusahaan menggunakan internet sebagai bagian dari perencanaan komunikasi yang lebih luas.
3. *Targeted*. Menggunakan internet berdasarkan keuntungan dan kelebihan yang dimilikinya dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya untuk menjangkau publik secara lebih spesifik.
4. *Measureable*. Perencanaan tersebut termasuk sarana yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas usaha komunikasi yang telah dilakukan. Memasukkan pengukuran dalam perencanaan komunikasi yang strategis memastikan bahwa pengembalian investasi perusahaan pada suatu program dapat diukur.

Cyber Public relations kini sudah semakin dikenal oleh masyarakat luas. Penggunaan media internet menjadi energi yang kuat bagi PR untuk membantu dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Karena, segala hal yang dilakukan PR dalam mengerjakan tugasnya dapat diakses oleh seluruh Khalayak kapanpun dan dimanapun mereka berada. Tentunya PR yang ikut berperan dalam mengelola media milik instansi menjadi poin plus karena dapat mengetahui dengan cepat perkembangan yang terjadi, sebab banyaknya pengguna internet yang menghabiskan waktunya di dunia maya.

Pengelolaan tugas yang baik dari seorang PR dapat menarik publik dengan beragam informasi yang disajikan. Kegiatan *Cyber Public*

³²Inez Gabrina dan Suharyanti, *Analisis Strategi Cyber Public Relations PT Pertamina (Persero) untuk Sosialisasi Penyesuaian Harga LPG 12 Kg*, Journal Communication Spectrum, Vol. 3, No. 2, (2013-2014), 179



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Relations yang mampu dikelola dengan baik, aktif, dan banyak melakukan interaksi dengan publiknya, maka dapat mendatangkan *engagement* yang tinggi.

2.3.2 Manfaat Cyber Public Relations

Cyber Public Relations pada umumnya difokuskan kepada bagaimana PR dapat membangun, menjalin dan melakukan pelayanan yang optimal kepada publik. Tidak hanya melayani publik secara daring, PR harus mampu mengelola informasi dengan berbagai hal yang dapat menarik publik.

Ada berbagai manfaat yang didapatkan dari *Cyber Public Relations*;³³

1. Komunikasi Konstan. Internet adalah media yang selalu digunakan setiap harinya. Dengan adanya internet, maka PR dapat menjangkau target publiknya.
2. Respon yang Cepat. Dengan adanya internet, PR akan lebih mudah dalam melayani publik. Sehingga keingintahuan publik terhadap berbagai hal dapat ditanggapi dengan cepat.
3. Pasar Global. Internet menjadi jembatan untuk terhubung ke dunia maya tanpa mengeluarkan biaya yang besar.
4. Interaktif. Dengan adanya internet, maka feedback yang didapatkan akan lebih terlihat dengan cepat dan tepat.
5. Komunikasi dua arah. Komunikasi yang terjalin antar publik dan instansi terjadi dalam dua arah. Melalui *cyber public relations* akan lebih mudah untuk membangun hubungan yang kuat dan bermanfaat.
6. Hemat. Mengurangi biaya cetak yang terbilang cukup mahal. *Cyber Public Relations* akan lebih murah dan efisien dalam penyebaran informasi.

Terdapat beberapa manfaat yang dapat dirasakan oleh instansi kesehatan dalam menjalani *Cyber Public Relations*, mulai dari menarik

Bob Julius Onggo, *E-PR Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 58



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perhatian publik dengan testimoni, tanya jawab seputar kesehatan, jadwal dokter, dan promosi *Hypnobirthing*. Tentunya informasi yang dikemas dengan desain yang menarik akan diterima baik oleh publik. Selama media yang digunakan tetap aktif, maka publik akan tetap bisa menemukan informasi yang mereka butuhkan di media instansi terkait.

Bagaimanapun juga, ketika publik tidak menyadari kehadiran *Cyber Public Relations* suatu instansi, PR harus tetap konsisten dalam melakukan tugasnya. Karena konsisten merupakan kunci yang harus dipegang untuk tetap maju dan dikenal oleh publik. Konsisten dalam melayani publik dengan maksimal, melakukan komunikasi dengan berbagai pihak, penyebaran informasi yang *up to date*, serta unggahan dari aktivitas-aktivitas yang menarik dapat menimbulkan umpan balik bagi perusahaan. Namun, wajar jika pada awalnya publik asing dan masih meraba inti dari perusahaan. Tetapi, seiring berjalannya waktu, ketika PR terus mengencarkan tugasnya pada *Cyber Public Relations*, maka pada akhirnya publik akan melihat dan mengerti sehingga tertarik dengan perusahaan terkait.

2.2.3.3 Aktivitas Cyber Public Relations

Aktivitas yang dilakukan pada *Cyber Public Relations* pada umumnya sama dengan aktivitas PR di dunia nyata. Hanya saja yang menjadi pembeda adalah media internet yang digunakan untuk menjangkau publik secara lebih luas. Ada lima hal dalam aktivitas *cyber public relations*;

Pertama, adalah Periklanan. Menurut Philip Kotler dalam Dian Marhaeni, periklanan adalah Kegiatan yang menyajikan informasi non-personal tentang gagasan, barang, jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar.³⁴ Tujuan dilakukannya iklan ialah untuk memengaruhi citra, keyakinan dan sikap konsumen terhadap produk dan merek, serta perilaku konsumen. *Kedua*, Lobi. Kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam

³⁴ Dian Marhaeni K, *Representasi Anak-anak dalam Tayangan Iklan Komersial di Media*, Jurnal Media, Vol. 1, No.1,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

upaya untuk mewujudkan kepentingan orang yang melakukan lobi (pelobi) dan kegiatan ini lebih kepada informatif dan persuasif (mengajak) bukan memaksa.³⁵ *Ketiga*, Keagenan Pers.

Diharapkan pihak PR memiliki peran dalam segala hal seperti penerbitan, termasuk media elektronik, radio siaran, dan televisi siaran yang memiliki fungsi diantaranya menyiarkan, informasi, mendidik, memberikan hiburan, dan memengaruhi.³⁶ *Keempat*, Promosi, merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.³⁷ *Kelima*, Publisitas. Publisitas mencakup berbagai bentuk komunikasi guna meningkatkan kesadaran publik terhadap instansi terkait, dan citra.³⁸ Publisitas yang dilakukan di media sosial dapat diisi dengan informasi seputar instansi terkait. Informasi bisa disebarkan dalam bentuk video atau testimoni pengunjung serta pelanggan yang sudah mempercayai instansi terkait. Semua itu dilakukan untuk menunjang pelaksanaan *Cyber Public relations* dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap instansi terkait.

Dalam aktivitas *Cyber Public Relations* untuk mencapai tujuannya, dapat melakukan³⁹: website perusahaan, *E-Newsletter*, publisitas situs pencari (Yahoo, Google), *Mailing list/forum* dalam website perusahaan, *Press Release Online*, kartu nama elektronik pada e-mail, *autoresponder* pada e-mail, dan forum.

2.2.4 Jenis-jenis Cyber Media

Berikut beberapa jenis *Cyber media*, yaitu: *Blog*. Pada tahun 1977, Jorn Berger memperkenalkan istilah blog yang berasal dari kata *web-log*.⁴⁰ Pada mulanya, blog hanyalah bentuk situs pribadi yang berisi

Fitriana Utami Dewi, *Modul Bahan Ajar Teknik Presentasi dan Negosiasi*, (Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 2009), 72.

Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 145-149.

Sustina, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), 299.

Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 74-75

Bob Julius Onggo, *Cyber Public Relations*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004).

Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cyber media)*, (Jakarta: Kencana, 2016),



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tautan ke situs lain yang bisa diperbarui dan dianggap menarik. Setelah itu, seiring perkembangan zaman, blog memuat jurnal (*daily life*) pemilik dan tersedianya kolom komentar. *Website*. Situs yang berisi informasi, data, visual, audio, memuat aplikasi, hingga berbagai link dari situs lainnya.⁴¹ Artinya, penggunaan website ini disesuaikan dengan informasi terkait instansi tersebut. Dari website tersebut publik dapat menemukan beragam informasi seputar RSIA Annisa. *E-mail*. Cara penggunaan e-mail sama seperti surat konvensional. Sama-sama memiliki tujuan penerima dan isi surat.⁴² E-mail merupakan media yang wajib dimiliki oleh instansi, dimana e-mail merupakan identitas bagi penggunaan jenis *cyber* media yang lain. *Wiki*. Sebuah situs yang berisi informasi terkait kata kunci tertentu. Wiki sama seperti kamus.

Tempat dimana bisa ditemukannya tentang sejarah, penggunaan pengertian, hingga rujukan buku, atau suatu kata yang ingin dicari. *Aplikasi Pesan*. Penggunaan aplikasi seperti Whatsapp, Line, Kakaotalk, tidak hanya menampilkan pesan teks namun juga audio, visual dan lainnya.⁴³ Tidak hanya berkomunikasi antara dua orang, namun penggunaan aplikasi pesan juga dapat melibatkan banyak pihak. *Media Sosial*. Platform yang digunakan publik dalam melakukan aktivitasnya, baik itu secara pribadi, kelompok kecil maupun kelompok besar. Penggunaan media sosial tentunya dibantu dengan adanya jaringan internet. Sehingga, dengan memanfaatkan internet maka dapat menjangkau publik secara luas dan rata.

2.2.5 Media Sosial

Media baru merupakan salah satu teori yang dikembangkan oleh beberapa ilmuwan seperti Marshall McLuhan dan Dennis McQuail.⁴⁴ Pemikiran dari teori media bahwa media elektronik atau teknologi

25. Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cyber media)*, (Jakarta: Kencana, 2016),
 Ibid, 26.
 Ibid, 31.
 Harris Munandar dan Maman Suherman. *Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial*. Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat. Vol. 2, No. 1, 2016. 427.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi yang manusia gunakan memberikan pengaruh dan mengubah penggunaannya. Pemikiran tersebut mengejutkan hingga mendapatkan banyak kritik dari para ilmuwan.

Teori *new media* merupakan konsep pemikiran yang dihasilkan oleh McLuhan yaitu *global village* atau desa global serta media sebagai perpanjangan manusia.⁴⁵ Adanya media baru menjadikan komunikasi bisa berkembang secara global dimana berbagai pihak bisa terlibat dengan kehidupan pihak yang lain. Sehingga McLuhan menyebutnya desa global. Kemampuan media baru memungkinkan penggunaannya dapat mengendalikan dan memilih informasi apa yang ingin diinginkannya.⁴⁶

McQuail dalam Abdul dan Tri menjelaskan bahwa seluruh pesan dapat terdesentralisasi serta meningkatnya keterlibatan audiens dalam proses komunikasi terjadi di media baru.⁴⁷ Dalam media baru, timbul perubahan di bidang digitalisasi kemudian perubahan-perubahan penting lainnya: (1) digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media; (2) interaktivitas dan konektivitas jaringan yang meningkat; (3) mobilitas serta delokasi pengiriman dan penerimaan pesan; (4) adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak; (5) pintu masuk untuk mengakses informasi pada web; (6) fragmentasi dan meleburnya institusi media.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam Anang Sugeng Cahyono mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.⁴⁸ Jika penggunaan media tradisional melalui media cetak dan broadcasting, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial memberikan peluang kepada siapa saja untuk turut memberikan umpan

⁴⁵ Ibid, 427.

⁴⁶ Errika Dwi Setya Watie. *Komunikasi dan Media Sosial*. Jurnal The Messenger. Vol. III, No. 1, Edisi Juli, 2011. 70.

⁴⁷ Abdul Basit dan Tri Herni Rahmawati. *Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method*. Vol. 1, No. 2, 2017. 200.

⁴⁸ Anang Sugeng Cahyono. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Publiciana. 2016. 142.



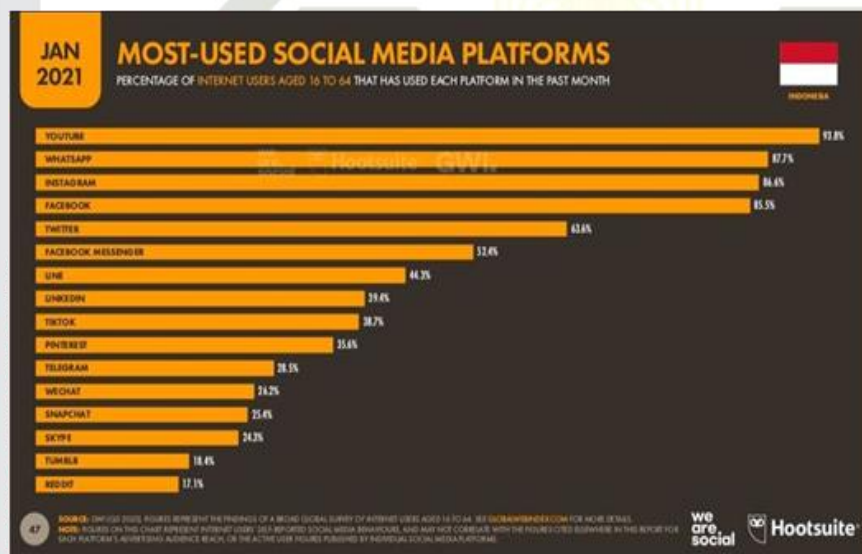
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

balik, serta penyebaran informasi yang bisa dilakukan secara cepat dan tepat.

Penggunaan media sosial di Indonesia dapat dikatakan cukup tinggi. Sehingga akan lebih cepat dan tepat jika PR mulai melakukan aktivitasnya di media sosial. Media sosial yang paling banyak digunakan ialah TikTok, Facebook, Instagram, Snapchat, dan Likee.⁴⁹ Dari beberapa pilihan *platform* media sosial, PR dapat memilih dua atau tiga diantaranya yang dapat dijadikan tempat untuk mengimplementasikan Cyber PR.

Di Indonesia, hingga Januari 2021, Indonesia memiliki pengguna internet sebanyak 202,6 juta jiwa. Berdasarkan survei yang dilakukan GWI pada triwulan ketiga 2020, Whatsapp, Instagram dan Facebook menjadi media sosial terpopuler di Indonesia.⁵⁰

Gambar 2.1
Media Sosial Paling Populer di Indonesia



Sumber: Kompas.com

Dari gambar di atas, dapat disimpulkan bahwa Instagram, Facebook, dan Whatsapp menduduki peringkat 5 teratas aplikasi media sosial terpopuler di Indonesia tahun 2021 dengan total 274,9 juta penduduk

⁴⁹ <https://www.cnnindonesia.com> "Survei: 5 Media Sosial Paling Populer di Dunia" (diakses pada 07 Desember 2020)

⁵⁰ <https://beritasatu.com> "Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021" (diakses pada 29 Maret 2021)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan media sosial dan angka penetrasinya sebanyak 61,8%.⁵¹ Peringkat pertama diisi oleh youtube dengan 93,8%, whatsapp 87,7%, instagram 86,6%, dan facebook 85,5%.

Berdasarkan studi literatur, menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi positif terhadap pencapaian tujuan dari promosi kesehatan.⁵²

Melalui salah satu media sosial yang digunakan seperti salah satunya Instagram, akan terjalin komunikasi dua arah antara publik dan PR. Pesan yang didapatkan bisa negatif atau positif. Tergantung dari bagaimana kemampuan PR menangani publik. Publik dapat menilai sesuatu bisa dari segi pelayanan, komunikasi, atau informasi yang didapatkan dari media sosial instansi terkait. Bila komunikasi dua arah terjadi, maka besar kemungkinan citra instansi dapat terbentuk dari sini.

Dalam media baru ada kombinasi antara komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa.⁵³ Ketika instansi terkait mengunggah informasi lalu direspon oleh pihak lain maka terjadi komunikasi interpersonal. Begitupun dengan informasi yang dilihat dan diterima oleh publik maka komunikasi massa juga terjadi. Ketika PR mampu mengelola media sosial milik perusahaan dengan baik dan benar, maka saat itu juga PR mampu menarik perhatian publik. Sebaliknya, jika masalah kecil terjadi seperti lambatnya respon atau kurangnya pelayanan, publik bisa memberikan penilaian yang rendah terhadap kinerja PR. Apabila kinerja tersebut tidak diperbaiki maka reputasi instansi bisa runtuh.

Karakteristik media sosial menurut Nasrulli dalam Melati dan Hadi adalah sebagai berikut:⁵⁴ *Partisipasi*, mendorong kontribusi dan *feedback* dari pihak yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga

⁵¹ <https://kompas.com> "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia 'Melek' Media Sosial" (diakses pada 4 Mei 2021)

⁵² Emy Leonita dan Nizwardi Jalinus *Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur*, Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi, Vol. 18, No.2, (2018), 27.

⁵³ Errika Dwi Setya Watie, *Komunikasi dan Media Sosial*. Jurnal The Messenger, Vol. III, No. 1, 2011, 72

⁵⁴ Melati Agustin Yumikosari dan Hadi Purnama. *Strategi Cyber Public Relations Website Marketplace*, Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Vol. 3, No.1, 2017. 61.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengaburkan batas antara media dan audience. *Keterbukaan*, media sosial kebanyakan terbuka dalam menerima umpan balik dan partisipasi melalui voting, komentar, dan informasi. *Perbincangan*, bisa menimbulkan perbincangan/komunikasi secara dua arah. *Komunitas*, terbentuknya komunitas secara cepat dan berkomunikasi mengenai isu/kepentingan, mulai dari hobi, fotografi, politik, hingga tayangan tv favorit. *Keterhubungan*, banyak dari media sosial tumbuh dengan baik karena kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui *link* atau tautan ke website, sumber informasi, dan pengguna lainnya.

Keberadaan internet membuat PR secara langsung dapat terhubung dengan publik. Brian Solis dan Dreidre Breakenridge menawarkan 4 model PR yang digunakan pada era perkembangan media sosial seperti sekarang⁵⁵:

1. *Traditional Media*

PR tetap menggunakan media massa tradisional untuk menjangkau pelanggan.

2. *New Influencer*

PR menggunakan kelompok berpengaruh atau publik seperti *bloggers* untuk berhubungan dengan pelanggan.

3. PR

Memiliki hubungan secara langsung antara PR dan pelanggan.

4. *Customers*

Pelanggan juga dapat berhubungan langsung dengan PR.

2.2.6 Informasi Publik

2.2.6.1 Informasi

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa informasi adalah penerangan, keterangan atau keterangan atau kabar, berita, keseluruhan makna yang menunjang amanat yang terlihat di dalam bagian-bagian amanat itu.

Joner Hasiguan menyebutkan bahwa informasi adalah sebuah konsep

⁵⁵ Brian Solis dan Dreidre Breakenridge, *Putting the Public Back in Public Relations; how social media is reinventing the aging business of PR*. New Jersey: FT Press. 2010. 31.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang universal dalam jumlah muatan yang besar, meliputi banyak hal dalam ruang lingkupnya masing-masing dan terekam pada sejumlah media. Sedangkan menurut Robert G. Murdick, informasi adalah data yang telah didapatkan, diolah/diproses, atau sebaliknya yang digunakan untuk tujuan penjelasan/penerangan, uraian atau sebagai sebuah dasar untuk pembuatan ramalan atau pembuatan keputusan.⁵⁶

2.2.6.2 Informasi Publik

Informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara, dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.⁵⁷

Pengaturan Hak Privasi di dalam pasal 17 Huruf h dan i, Undang-undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik⁵⁸: Badan Publik wajib membuka akses bagi setiap pemohon informasi publik untuk mendapatkan informasi publik, kecuali: informasi publik yang apabila dibuka dan diberikan kepada pemohon informasi publik dapat mengungkap rahasia pribadi, yaitu: riwayat, kondisi, dan perawatan, pengobatan kesehatan fisik, dan psikis seseorang.

Model informasi publik yang dirumuskan Grunig dan Hunt dan disebutkan oleh Fawkes dalam Dian Purworini⁵⁹ menyebutkan satu diantara 4 model *public relations*, salah satunya yaitu model informasi publik, berikut kutipannya:

“This kind of communication provides information to people – where accuracy is now important, indeed essential. This model does not seek to persuade the audience or change attitudes. Its role is similiar to that of an-

Anton M Mulyono, *Aktivitas Belajar*. (Bandung: Yrama) 2001. 19.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 Poin 2.

<https://indonesia.go.id>. “Menjaga Rahasia Pasien” (diakses pada 16 Desember 2020)

Dian Purworini, *Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda*. Sukoharjo. Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi. Vol. VI, No. 1, 2014.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

in house journalist releasing relevant information to those who need it. This practitioner may not know much about the audience, and tends to rely on one-way communication, from sender to receiver”.

Dari kutipan diatas, dapat disimpulkan bahwa jenis komunikasi tersebut memberikan informasi yang akurat kepada khalayak. Model informasi publik diatas tidak berusaha untuk membujuk atau merubah sikap serta informasi yang disampaikan cenderung menggunakan komunikasi satu arah dari pengirim kepada penerima.

Komunikasi satu arah yang dapat ditemukan dalam instansi terkait dapat dilihat dari penggunaan website. Dari sana, informasi yang diberikan sangat beragam, mulai dari visi misi instansi, sejarah, layanan dan fasilitas serta informasi yang dibutuhkan publik. Tentunya informasi yang disampaikan adalah informasi terbaru yang *up to date* yang dapat dibaca dengan mudah bagi siapa saja.

2.3 Konsep Operasional

Konsep operasional menurut Singarimbun ialah bahwa konsep operasional bisa dikatakan upaya menerjemahkan konsep atau sesuatu yang abstrak ke dalam bentuk yang konkrit.⁶⁰ Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memaknai konseptualisasi maka penulis merasa perlu untuk menentukan definisi konseptional dari penelitian ini. Dalam penulisan konsep ini, penyusun desain riset harus mampu menuliskan secara jelas, singkat dan eksplisit.

Konsep operasional dari penelitian ini ialah: Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di Instagram @rsiaannisapku. Pertama, *Strategic*. Melakukan penyebaran dan pelayanan informasi di media sosial dan memasang iklan. Kedua, *Integrated*. Menggunakan media sosial seperti instagram untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada publik. Ketiga, *Targeted*. Memiliki target pasar ibu *millenial* berumur 23 tahun ke atas yang aktif menggunakan internet. Keempat, *Measureable*. Efektivitas dari

⁶⁰ Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survei*. LP3S. (Jakarta: 1989), 103.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perencanaan yang dilakukan Cyber PR RSIA Annisa dapat diukur melalui *insight* instagram.

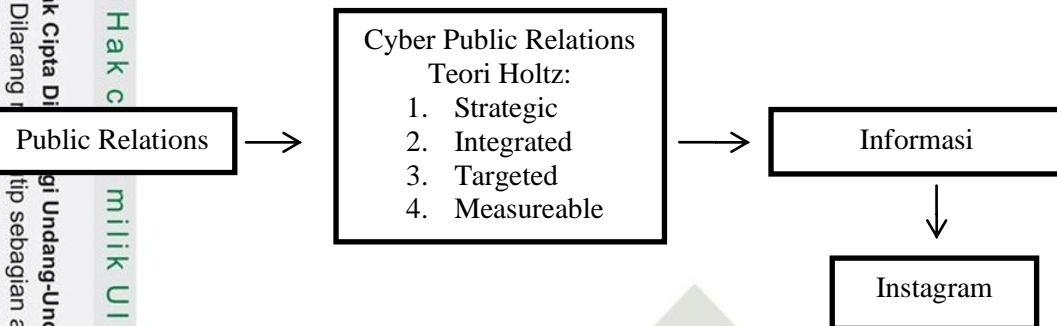
2.4 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan refleksi yang berisi catatan kerangka berpikir pada awal penelitian yang biasanya dirumuskan dalam proposal penelitian.⁶¹ Kerangka pikir menjelaskan tentang variabel yang akan dijadikan tolak ukur penelitian dilapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Berdasarkan masalah yang diangkat oleh peneliti yaitu: “Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di Instagram @rsiaannisapku” Dalam penelitian ini penulis merumuskan kerangka berpikir sehingga dapat memberikan kemudahan dalam penyelesaian penelitian ini, terutama menjadi seorang *Public Relations* tentunya dituntut untuk menjalankan peran dalam penyebaran informasi.

Kerangka pikir yang dibuat memiliki hubungan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Praktisi PR biasanya mengerjakan tugasnya secara fisik. Akan tetapi, dengan adanya internet maka PR dapat mengerjakan tugas dan fungsinya dengan bantuan media sosial. Media sosial yang digunakan berupa instagram. Penggunaan media sosial yang dijalankan oleh praktisi *Cyber PR* tentunya harus media sosial yang banyak digunakan oleh publik dan informasi yang disebarakan adalah informasi menarik serta jelas.

Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. (Surakarta). 2014. 157.

Gambar 2.2
Teori Holtz, Karakteristik Praktik Online PR



Sumber: Olah Data Peneliti

Dari kerangka berpikir diatas, seorang PR harus bisa bekerja secara optimal dalam memberikan pelayanan informasi kepada publik. Dalam teori Holtz, *Strategic* merupakan komunikasi yang didesain untuk memengaruhi hasil bisnis. Komunikasi yang disampaikan oleh PR tentunya harus bisa dirancang dengan baik agar pesan dapat diterima oleh publik. Kedua, *Intergrated*, instansi menggunakan dan memanfaatkan internet sebagai perencanaan komunikasi yang lebih luas. Dalam hal ini, instansi terkait dapat berkomunikasi, menjalin hubungan yang baik dengan publiknya. Ketiga, *targeted* saat instansi menggunakan internet berdasarkan keuntungan dan kelebihan yang dimiliki internet. Sehingga PR lebih luas dalam menjangkau publiknya. Keempat, *measureable* yaitu perencanaan komunikasi yang dibuat oleh instansi terkait.

Setelah empat poin tersebut dilakukan, maka PR dapat menyebarkan informasi kepada publik melalui media sosial yang instansi gunakan. Baik itu melalui twitter, tiktok, website, instagram, facebook, whatsapp atau media sosial yang dipilih oleh instansi itu sendiri.

Perusahaan tentunya memiliki alasan yang tepat dalam memilih media sosial yang akan digunakan. Sebab, dengan menggunakan media sosial praktisi *Cyber PR* akan lebih mempermudah kerja PR dalam menjalin interaksi berupa pelayanan informasi kepada publik. Tidak hanya itu, dengan memanfaatkan media sosial, PR dapat memanfaatkan fitur-fitur menarik yang ada di media sosial.





© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 UIN Suska Riau
 Site Islami Universitas Syarif Kasim Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di RSIA Annisa Pekanbaru. Di alamat jl. Garuda 66, Kota Pekanbaru. Waktu pengambilan data penelitian dimulai pada tanggal 7 Januari 2021. Wawancara dilakukan pada tanggal 27 Februari 2021 dan 6 Maret 2021.

3.3 Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang terhimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga yang bersangkutan untuk dimanfaatkan.⁶⁵ Data primer ini adalah observasi dan wawancara mengenai implementasi cyber PR pada instansi terkait.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data penelitian yang diperoleh melalui media perantara (dihasilkan pihak lain), digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengelolanya namun tetap bisa dimanfaatkan untuk penelitian tertentu. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumentasi penulis dan instansi terkait.

3.4 Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.⁶⁶ Sehingga, informan yang penulis pilih adalah pihak yang menguasai secara luas dan jelas mengenai latar penelitian. Informan penelitian merupakan orang yang dapat memberikan keterangan dan informasi mengenai masalah yang sedang diteliti dan dapat berperan sebagai narasumber selama proses penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu:

Kunci Informan (*key informan*):

Bagian Marketing, Tim Kreatif, Ocha Suci Caniya.

⁶⁵ Rusady Ruslan, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), 132.

⁶⁶ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), 90



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagian Marketing, Koord Marketing Internal, Yohana, Amd.Keb.

Informan Pendukung:

1. Bagian Marketing, Tim Kreatif, Intan Indah Wulandari S.I.Kom

2. Bagian Sumber Daya Manusia, Sekretariat dan Diklat Yosi Handayani A.Md Ak.

Alasan memilih Ocha Suci Caniya dan Yohana sebagai *key informan* karena Ocha selaku pengelola akun media sosial instagram milik RSIA Annisa dan Yohana yang mengelola *Customer Care dan Pengaduan*. Tentunya Ocha dan Yohana menjalani tugas di bidang yang berhubungan dengan PR melalui *Cyber PR*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan panca indera mata, telinga, serta dibantu dengan panca indera lainnya.⁶⁷ Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator terhadap suatu objek untuk dirasakan dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut.

Teknik pengumpulan data melalui pengamat untuk memahami, mencari, jawaban dan bukti terhadap gejala, peristiwa, kejadian atau realitas yang diteliti baik berupa perilaku, keadaan, benda maupun simbol-simbol tertentu.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei dengan melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden (subjek).⁶⁸

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data yang didapat berupa gambar-gambar yang menjelaskan tentang objek penelitian. Dokumentasi sebagai proses

⁶⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Depok: Kencana, 2005), 143.

⁶⁸ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), 23.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merekam informasi atau memasukkan data. Dalam proses ini terdiri dari perekaman informasi, penulisan wawancara, pemetaan, sensus, pemotretan, perekaman suara, dan dokumen.⁶⁹

3.6 Validitas Data

Data yang telah didapatkan, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian harus diupayakan kebenarannya. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Analisis triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari data itu.⁷⁰

Analisis Triangulasi merupakan teknik menganalisa jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data dari sumber lainnya yang tersedia. Pada proses ini akan dilakukan *cross check* dengan dokumen-dokumen yang ada.⁷¹

Jenis triangulasi yang digunakan ialah triangulasi sumber data, dimana informasi tertentu digali kebenarannya dengan berbagai metode dan sumber perolehan data.⁷² Seperti melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau foto, gambar dan tulisan pribadi. Dengan informasi yang berbeda, tentu akan mendapatkan dan memberikan pandangan yang berbeda mengenai fenomena peneliti.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, dimana data dianalisis melalui kata, kalimat, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam ataupun melalui observasi.

⁶⁹ Jhon W Cresswell, *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2014), 236.

⁷⁰ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), 330.

⁷¹ Rahmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, 18.

⁷² Mudjia Rahardjo, *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. (www.uin-malang.ac.id, 2010, diakses pada 17 Desember 2020).



Berikut aktivitas dalam analisis data:⁷³

1. Reduksi Data

Reduksi Data merupakan proses merangkum hal-hal yang pokok, memfokuskan kepada hal-hal yang penting, secara dicari tema dan polanya. Reduksi data didefinisikan sebagai proses pemilihan pemutusan perhatian pada penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.⁷⁴

2. Penyajian Data

Miles dan Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi yang tersusun, yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Miles dan Huberman meyakini bahwa dengan penyajian yang lebih baik adalah cara bagi analisis kualitatif yang valid, meliputi: matriks, grafik, jaringan dan bagan.⁷⁵

3. Kesimpulan

Untuk menarik kesimpulan, maka harus dilakukan dengan melihat dan mempertanyakan kembali, meninjau pada catatan lapangan untuk pemahaman yang lebih cepat. Kesimpulan juga bergantung pada tahap-tahap sebelumnya.

⁷³ *Ibid*, 280-287.

⁷⁴ Nuning Indah Pratiwi, *Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi*, Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, Vol. 1, No. 2, (2017), 216.

⁷⁵ Miles dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 16. 1992.

BAB IV GAMBARAN UMUM LEMBAGA

4.1 Sejarah Rumah Sakit Ibu dan Anak Annisa

Keberadaan rumah sakit swasta di tengah perkembangan kota Pekanbaru yang semakin pesat beberapa tahun belakangan ini menjadi salah satu perbincangan hangat dikalangan masyarakat kota Pekanbaru yang peduli terhadap pelayanan rumah sakit. RSIA Annisa hadir menjawab kebutuhan masyarakat, khususnya masyarakat Riau, yang pada umumnya dalam memberikan pelayanan kesehatan ibu dan anak dengan pendekatan yang lebih familiar.

RSIA Annisa membuat tarif terendah tetapi tetap melaksanakan dan memberikan pelayanan rawat jalan yang bersahaja dan disertai pelayanan rawat inap yang mengutamakan kenyamanan bagi masyarakat untuk semakin melengkapi daya kompetitif rumah sakit di era globalisasi.

RSIA Annisa adalah salah satu rumah sakit swasta yang berada di Pekanbaru terletak di Jl Garuda No 66, Pekanbaru. RSIA Annisa memiliki komitmen terhadap mutu, kualitas pelayanan, dan dokter spesialis dari berbagai disiplin ilmu yang ditunjang dengan peralatan medis yang cukup lengkap.

Cakupan layanan kesehatan yang diberikan oleh RSIA Annisa meliputi Instalasi Gawat Darurat, Rawat Jalan, Rawat Inap, Kamar Bedah, Laboratorium, Instalasi Farmasi, dan penunjang medis lainnya. RSIA Annisa berkomitmen untuk senantiasa mengupayakan keberhasilan, keselamatan pasien, dan kepuasan pelanggan dengan melakukan peningkatan dan perbaikan yang berkesinambungan dari waktu ke waktu sesuai perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan.

Disamping pelayanan yang prima, RSIA Annisa juga ingin menciptakan nuansa yang aman, asri, dan nyaman pasien yang dilayani di rumah sakit dengan adanya unit-unit yang menunjang seperti ruang tunggu, musholla, serta lapangan parkir yang luas.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdirinya Rumah Sakit Ibu dan Anak Annisa bermula dari sebuah Klinik dan Rumah Bersalin Annisa Medika yang didirikan pada tahun 1997. Tujuan utama pembangunan klinik ini adalah membantu masyarakat dalam bidang kesehatan terutama pelayanan kesehatan Ibu dan Anak, yang menurut catatan statistik Provinsi Riau tingkat kematian bayi masih tinggi. Tujuan tersebut masih dirasakan relevan sampai saat ini sehingga Klinik dan Rumah Bersalin Annisa Medika masih terus bertahan dan berkembang yang notabeneanya bergerak untuk kesejahteraan kesehatan ibu dan anak.

RSIA Annisa terus bertumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan masyarakat. Tahun 2009 telah dilakukan renovasi ruang pasien yang pada awalnya hanya berjumlah 3 kamar (Kelas I, Kelas II, Kelas III), bertambah menjadi 7 kamar dengan kapasitas total menjadi 16 tempat tidur. Pada tanggal 6 November 2011 Klinik dan Rumah Bersalin Annisa ditingkatkan statusnya menjadi Rumah Sakit khusus, yaitu Rumah Sakit Bersalin Annisa dengan penambahan fasilitas utama Kamar Operasi dengan fasilitas rawat inap menjadi 25 tempat tidur.

Hingga saat ini RSIA Annisa telah melayani lebih dari 2000 pasien bersalin yang 90% diantaranya bersalin secara normal, yang ditolong oleh Bidan berpengalaman +20 tahun, dan Dokter Spesialis Kebidanan, Spesialis Anak, Spesialis Penyakit Dalam, Spesialis Bedah Umum, dan Spesialis Gigi yang berpengalaman serta Tenaga Paramedis yang sudah telaten dan profesional. RSIA Annisa hadir dengan Motto "Mendampingi Sedekat Sahabat", dimana petugas di RSIA Annisa akan selalu berusaha menjadi penolong sekaligus teman disaat-saat persalinan Ibu. RSIA Annisa yakin, persalinan yang disertai rasa cemas dan takut hanya akan membuat Ibu lelah dan bisa membuat proses persalinan menjadi bermasalah. Bidan dan dokter tentunya akan membimbing pasien untuk menghadapi persalinan dengan tenang, bijaksana dan emosi terkendali. Maka diharapkan proses persalinan akan berjalan lancar, aman dan pelayanan kesehatan lainnya.



Tabel 4.1
Daftar Nama Pimpinan RSIA Annisa Pekanbaru

NAMA	TAHUN JABATAN
dr. Ratih Indriani, MARS	2014 – 2016
dr. Amrullah Saputra, MKM	2016 – 2018
dr. Djasmudin Djalal, MKM	2018 – 2020
dr. Wilmi, MARS	2020 s/d sekarang

Sumber: Tim Marketing dan Kreatif RSIA Annisa

Tabel 4.2
Daftar Nama Ketenagaan RSIA Annisa Pekanbaru

No	Nama	Jabatan
MANAJEMEN		
1	dr. Wilmi, MARS	Direktur RSIA Annisa
2	Yanti Prihatini, SKp	Mgr Umum & Keuangan
3	dr. Yani Oryza, MARS	Manager Pelayanan
DOKTER SPESIALIS OBGYN		
4	Dr. Dafnil Akhir Putra, SpOG	Sp.Obgyn
5	dr. Memmi Oktania, SpOG	Sp.Obgyn
6	dr. Honu Sina, SpOG	Sp.Obgyn
7	dr. Nicko Pisceski Kusika Saputra, SpOG	Sp.Obgyn
8	dr. Zulmaeta, SpOG	Sp.Obgyn
DOKTER SPESIALIS ANAK		
9	Dr. Mislina Munir, M. Ked (Ped) SpA	Sp. Anak
10	dr. Rince Restiviona, M.Ked(Ped), Sp.A, CIMH	Sp. Anak
DOKTER SPESIALIS ANESTESI		
11	dr. Tengku Addi Saputra, SpAn	Sp. Anastesi
DOKTER GIGI		
12	drg. Sriyani Siregar	Dokter Gigi

1. Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

13	drg. Novita Saria Napitupulu	Dokter Gigi
14	drg. Mey Lin Chan, MH	Dokter Gigi
DOKTER UMUM		
15	dr. Siska Firmanila	Dokter Umum
16	dr. Harlen Noorfansi	Dokter Umum
17	dr. Budi Ariwibowo	Dokter Umum
18	dr. Nora Aries Marta	Dokter Umum
19	dr. Mayesti	Dokter Umum
20	dr. Isqha 'Arini, MKM	Kabag Pelayanan Medis & Dokter Umum
21	dr. Nia Defriyani	Casemix
SPV		
22	Ridha Hafsyari, Amd.Keb	SPV / Bidan Kamar Bersalin
23	Efirisnawati, Amk	Kabag Keperawatan
24	Yuniarti, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
25	Irma Suryani, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
KEUANGAN & KASIR		
26	Yuliana Azhari	Kord. Keuangan
27	Nipelliza hayustuty, S.Pi	PJ Kasir
27	Sary Laraswati, S.Kom	Staf IT & TCM
28	Sani Sawitri	Staf Kasir
28	Olsa Mesya Putri Moulidya, SE, Ak	Staf Kasir
29	Indah Sawitri, SE	Kord. Akunting
29	Rika Maya Sari, SE	Staf Akunting
KESLING & IPSRS		
30	M. Amrizal Hafiz, Amd.Par	Koord MTC & Security
31	Arpani	Staf IPSRS
SECURITY		
32	Joni Saputra	PJ Security & Transport
33	Adi Rahmat	Staf Security & Transport



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

34	Deri	Staf Security & Transport
LOGISTIK		
35	Adryan Putra	Koord. Security, Transport dan Logistik
36	Sri Mentari, SE	Staf Pramusada & MR
SDM		
37	Nur Ambia Harahap, S. Kom	Koord. SDM & Personalia
38	Putri Anugrah, Amd.Keb	Staf Personalia
39	Yosi Handayani, A.Md Ak	Sekretariat & Diklat
MARKETING		
40	Yohana, Amd.Keb	Koord Marketing Internal
41	Marlinawati, Amd.Keb	Koord Marketing Eksternal
42	Intan Indah Wulandari, S.I. Kom	Tim Kreatif
43	Widia Meidina, S. Ds	Tim Kreatif
44	Ubaydila	Tim Kreatif
HOUSE KEEPING		
45	Suhartina	PJ CS
46	Roziati	PJ CS
47	Rosmaja	Staf CS
48	Winarni	Staf CS
49	Nursanti	Staf CS
50	Yulmainar	Staf CS
GIZI		
51	Wan Fazira, S. Gz	Ahli Gizi
52	Rizna Notarianti, S.Gz	Ahli Gizi
53	Elsye Eka Purwati	Pramusaji
54	Fitrah, S. Ag	Juru Masak
LABORATORIUM		
55	Feri Suryani, Amd.AK	Koord. Labor
56	Sri Wahyuni, Amd.AK	Staf Labor



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

57	Dara Azrun Nisya, Amd Kes	Staf Labor
58	Ramadiani, Amd.AK	Staf Labor
59	Hermamalini, Amd.Keb	Staf Labor
FARMASI		
60	Murni Adisty Lucita, S. Farm, Apt	Ka. Inst. Farmasi
61	Lestary Susanto, S.Farm, Apt	Apoteker Pendamping
62	Eka Rani Cahyati, S. Farm	Assisten Apoteker
63	Rahma Dhani, S. Farm	Assisten Apoteker
64	Lidya Anisa, S.Farm	Assisten Apoteker
65	Bella Ayu Pertiwi, S.Farm	Assisten Apoteker
REKAM MEDIS		
66	Sri Widya Trisna, Amd PK	Koord. Rekam Medis
67	Yuri Pratiwi	Staf Rekam Medis
68	Efi Sutri Asih, S. Sos	Staf Rekam Medis
69	Wira Juwita, SKM	Staf Rekam Medis
70	Riska Subaidah, S.Kep	Staf Rekam Medis
71	Tanti Sutriani, Amd.Kes	Staf Rekam Medis
OK/KAMAR BEDAH		
72	Dini Rahayu Oktaviani, Amd. Keb.	Koordinator
73	Dewi Lestari, Amd Keb.	Bidan Pelaksana
OK/KAMAR BERSALIN		
74	Miswatin Rahayu, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
75	Vira Septria, Amd.Keb	Perawat Pelaksana
RAWAT INAP SYAFA & MARWA		
76	Resti Zulianty, A.Md Keb	Bidan Pelaksana
77	Susanawati, Amd Kep.	Bidan Pelaksana
78	Linda Susilawati, S.Tr., Kep.	Perawat Pelaksana
79	Misratul Jannah, Amd Keb.	Bidan Pelaksana
80	Welin, Amd. Keb	Bidan Pelaksana
81	Rahma Pebrianti, Amd. Keb	Bidan Pelaksana



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagai tulisan atau seluruhnya atau sebagian tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

82	Lara Andam Dewi, Amk	Perawat Pelaksana
83	Desi Purwanda Sari, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
84	Widya Astuti, Amk	Perawat Pelaksana
85	Lega Diani, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
86	Raina Zulayka, Amd Keb.	Bidan Pelaksana
87	Lilis, Amd Keb.	Bidan Pelaksana
88	Elya Rahmaini, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
89	Widri Kartika Putri, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
90	Helia Naninsyah, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
91	Retno Hasti Akbar, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
POLI & IGD		
92	Asriani Ritonga, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
93	Fitra Syafitri, Amd.Keb	Bidan Pelaksana
94	Syaiful Anwar, Amd Kep.	Perawat Pelaksana
95	Syarifah Ulfa, S.Tr., Kep.	Perawat Pelaksana
96	Ns. Radea R., Skep	Perawat Pelaksana

Sumber: Tim Marketing dan Kreatif RSIA Annisa

4.2 Visi dan Misi

Visi

Berwujudnya Rumah Sakit Rahmatan Lil'alamin melalui Komitmen Pelayanan Kesehatan Berkualitas, Berbasis Syari'ah.

Misi

1. Memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas dengan berorientasi keselamatan kepuasan pelanggan berbasis nilai-nilai syari'ah secara berkelanjutan.
2. Membangun sumber daya insani dibidang kesehatan yang profesional dan bertakwa untuk mencari Ridha Allah Subhanahu Wata'ala.
3. Menjadikan semua kegiatan pelayanan bernilai ibadah
4. Memberikan produk layanan yang terjangkau bagi semua lapisan masyarakat
5. Meningkatkan kesejahteraan karyawan.



4.3 Logo dan Moto

Logo

Adapun logo dari RSIA Annisa Pekanbaru ialah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Logo RSIA Annisa



Sumber: Tim Marketing dan Kreatif RSIA Annisa

Motto

RSIA Annisa hadir dengan Motto “Mendampingi Sedekat Sahabat” dimana tim Annisa akan selalu berusaha menjadi penolong sekaligus teman disaat persalinan. Bidan dan dokter akan membimbing pasien untuk menghadapi persalinan dengan tenang, dan bijaksana.

4.4 Cyber Public Relations RSIA Annisa

Pada tahun 1990-an, mulai muncul media baru yang sangat kuat, yaitu media *online*.⁷⁶ Percepatan informasi yang sering kita dengar ialah inti dari e-PR atau *Cyber PR*. Dengan adanya *Cyber PR*, maka publik akan dengan sangat mudah dalam mencari dan menerima informasi. *Cyber PR* tidak hanya mencari, menerima dan melakukan pelayanan informasi kepada publik, namun dengan adanya *Cyber PR* maka PR akan dengan mudah

⁷⁶ Tantri Puspita Yazid, “Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No.2 (2015), 163



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjalin hubungan serta kerja sama dengan pihak luar. Baik hubungan dalam maupun luar negeri.

Tim Kreatif dari bidang Marketing menjalankan kegiatan *Cyber PR* yang dikelola oleh 2 orang. Salah satu terobosan RSIA Annisa untuk memberikan kemudahan pelayanan kepada masyarakat yang ingin melakukan pendaftaran dan pengaduan *online* melalui whatsapp. Penggunaan *linktree* pada bio instagram RSIA Annisa mempermudah publik untuk langsung terhubung ke whatsapp pendaftaran *online* maupun *customer care* dan pengaduan. Penggunaan media sosial menargetkan para pasien *millennial* yang aktif menggunakan internet. Untuk pendaftaran *online* sendiri, pengunjung bisa menjadwalkan dirinya untuk janji temu dengan dokter, rawat jalan, persalinan dan yang lainnya.

Pemanfaatan *Cyber PR* memberikan dampak positif bagi instansi rumah sakit. Konten-konten yang informatif seperti kuis, promosi, tanya jawab dan aktivitas lainnya dapat menarik perhatian publik terhadap RSIA Annisa. Informasi seputar kesehatan memberikan *feedback* yang positif bagi para pengunjung dan pengikut instagram rumah sakit Annisa. Seperti yang disampaikan oleh salah satu pengikut instagram RSIA Annisa. “Konten yang ada di instagram rumah sakit Annisa sangat inspiratif ya, apalagi bagi ibu baru mengandung pertama kali seperti saya.” (wawancara bersama Ratih, pengikut instagram RSIA Annisa, Selasa, 27 April 2021).⁷⁷ Mulai dari meningkatkan kesadaran publik akan keberadaan RSIA Annisa, terjalannya hubungan baik dengan publik, dan kemudahan publik dalam memperoleh informasi seputar kesehatan melalui *Cyber PR* RSIA Annisa.

Cyber PR pada instansi RSIA Annisa dapat juga dimanfaatkan oleh PR dalam menerima kritikan dan saran secara efektif dari publik. Umpan balik yang dapat diterima secara langsung tanpa batas ruang dan waktu tentunya membuat PR lebih mudah dalam melakukan evaluasi.

⁷⁷Wawancara dengan Ratih tanggal 27 April 2021.

BAB VI PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, penulis menyimpulkan beberapa hal terkait Implementasi Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi di Instagram @rsiaannisapku.

1. *Strategic*. Untuk memengaruhi hasil bisnis, maka dibutuhkan strategi. Bentuk strategi yang dilakukan PR ialah melakukan promosi menggunakan instagram *ads* untuk pemasangan iklan, mengunggah *insta story* 20 kali dalam satu hari dan mengunggah informasi berupa video atau foto satu kali sehari.
2. *Integrated*. Perusahaan menggunakan internet sebagai bagian dari perencanaan komunikasi yang lebih luas. Keberadaan PR di zaman ini dituntut aktif untuk melakukan tugasnya melalui *Cyber PR*. Dengan adanya *Cyber PR* maka informasi akan lebih mudah untuk disebarluaskan secara merata. Pemanfaatan instagram digunakan *Cyber PR RSIA Annisa* untuk pelayanan informasi yang lebih luas
3. *Targeted*. RSIA Annisa memiliki target pasar untuk pasien *millennial* berumur 23 tahun ke atas yang aktif menggunakan internet. Sehingga, dengan menggunakan media sosial maka pelayanan informasi akan lebih meluas.
4. *Measureable*. Efektivitas dari perencanaan yang dilakukan *Cyber PR RSIA Annisa* dapat diukur melalui *insight* instagram. Dari *insight* tersebut dapat dilihat bagaimana *Cyber PR RSIA Annisa* berhasil menarik perhatian publik dengan pelayanan informasi yang telah diberikan berupa informasi kesehatan, kuis, tanya jawab dan *give away*.



6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka penulis berusaha memberikan beberapa saran atau masukan yang berkaitan dengan masalah yang penulis angkat. Adapun sarannya, sebagai berikut:

1. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pada instansi perlu diperhatikan dan ditingkatkan lagi. Khususnya bidang yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat, sebaiknya diadakan pelatihan Komunikasi dan Humas agar terciptanya hubungan yang baik antar publik dan rumah sakit. Sebab rumah sakit merupakan instansi yang berhubungan dengan pelayanan dan jasa.
2. Melakukan evaluasi untuk mengetahui kontribusi implementasi *Cyber PR* dalam peningkatan kualitas pelayanan informasi di instagram @rsiaannisapku.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Buku**
- Buging, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Buging, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Depok: Kencana.
- Crosswell, Jhon W. 2014. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ulip, Scott M. Allen H. Center dan Glen M. Broom, *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana. 2009.
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dewi, Fitriana Utami. 2009. *Modul Bahan Ajar Teknik Presentasi dan Negosiasi*. Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 1990.
- Jenkins, Frank. 2003. *Public Relations*, Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, Lexy J. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Teori dan Riset Media Siber (Cyber media)*, Jakarta: Kencana.
- Noor, Juliansyah, 2011. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana.
- Nugrahani, Farida *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. (Surakarta). 2014.
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo.



- Onggo, Bob Julius. 2004. *E-PR Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*, Yogyakarta: Andi
- Rayudaswati Budi, Rayudaswati. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Makassar: Kretakupa) 2010.
- Richard West & Lynn H. 2014. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Suglan, Rusady. 2003. *Manajemen Public Relations*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Suglan, Rusady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Salim, Y. 2002. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English Press.
- Singarimbun, Masri. *Metode Penelitian Survei*. LP3S. (Jakarta: 1989).
- Stolis, B. dan Deirdre Breakenridge, *Putting the Public Back in Public Relations; how social media is reinventing the aging business of PR*. New Jersey: FT Press. 2010.
- Sustina. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 Poin 2.
- Sasmita, Abdul dan Tri Herni Rahmawati. *Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method*. Vol. 1, No. 2. 2017. 200.
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Publiciana.
- Dewi, Adhita Maharani, *Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal*. Jurnal Ekonomi Universitas Kadika. Vol. 3, No. 1. 2018. 3.
- Dian, *Representasi Anak-anak dalam Tayangan Iklan Komersial di Media*, Jurnal Makna. Vol. 1, No. 1.
- Erliansyah, Beni. *Manajemen Pengelolaan Cyber Public Relations dalam*



Mewujudkan Good Governance Pemerintah Kota Payakumbuh. Vol. 4, No. 2. 2017. 8.

Ahmad Zikri dan Achmad, *Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi*, Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian. Vol. 3, No. 1. 2017. 91.

Fitriani, Yuni. *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*, Jurnal Komputer dan Informatika. Vol. 19, No. 2. 2017. 148.

Gabrina Inez dan Suharyanti. *Analisis Strategi Cyber Public Relations PT Pertamina (Persero) untuk Sosialisasi Penyesuaian Harga LPG 12 Kg*, *Journal Communication Spectrum*. Vol. 3, No. 2. 2014. 179.

Hanafi, Muhammad. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Fisip Universitas Riau*. Jurnal Ilmu Komunikasi. 2016.

Kristiyono, Jokhanan *Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Mendukung Penggunaan Media di Masyarakat*. Jurnal Scriptura. Vol. 5. No. 1. 2015. 23.

Laksamana, Agung. *Profesi Public Relations Indonesia dalam Era Digital*, Jurnal Public Relations Indonesia. Vol. 2, No. 3. 2015. 6.

Leonita Emy dan Nizwardi Jalinus. *Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur*, Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi. Vol. 18, No. 2. 2018. 27.

Putra, Muhammad Andrya Surya dan Faridhian Anshari. 2016. *Cyber Public Relations dalam Klub Sepakbola di Indonesia: Studi pada Persija Jakarta*, *Journal of Strategic Communication*. Vol. 7, No. 1. 2016. 52-53.

Munandar, Harris dan Maman Suherman. *Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial*. Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat. Vol. 2, No. 1. 2016. 427.

Naqiah, Aisyah dan Deli, *Implementasi Digital Marketing Menggunakan Instagram Pada R_Florist*. Vol. 1, No. 1. Edisi Agustus. 2020. 381.

N. Nurhela Arief dan M. Arkan Ariel Saputra, *Kompetensi Baru Public Relations*



(PR) *Pada Era Artificial Intelligence*, Jurnal Sistem Cerdas. Vol. 2, No. 01.

2019. 3

Pratiwi, Nuning Indah. *Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi*, Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial. Vol. 1, No. 2. 2017. 216.

Purwanti, Dian. *Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo*. Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi. Vol. 6, No. 1. 2014.

Rohadian dan M. Taufiq Amir. 2019. "Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram" *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*.

Yaras, Dang, dkk. "Komunikasi Intrapersonal Pasien Hypnobirthing di Rumah Sakit Bersalin Annisa Pekanbaru." *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol. 2, No. 1 (2019), 19.

Susanto, Tri, Wahyu Utamidewi, Reka Prakarsa Nur Muhamad, dan Satria Ali Syamsuri. *Implementasi Cyber Public Relations Universitas Singaperbangsa Karawang pada Persaingan Era Digital*, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni. Vol. 3, No. 1. 2019. 209-210.

Watie, Errika Dwi Setya. 2011. *Komunikasi dan Media Sosial*. Jurnal The Messenger. Vol. 3, No. 1. Edisi Juli 2011. 70.

Wiratmo, Liliek Budiastuti, Noor Irfan, dan Kuwatono. *Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Online Public Relations*, Jurnal ASPIKOM. Vol. No. 2. 2017. 338-339.

Yazid, Tantri Puspita. *Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 6, No. 2. 2015. 163.

Yuliawati dan Enjang Pera Irawan, *Peran Cyber Public Relations Humas POLRI dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online*. Jurnal Politikom Indonesiana. Vol. 1, No. 1. 2016. 212.

Yufariani, Alfia, Hendro T, dan Edward E. 2012. *Rumah Sakit Ibu dan Anak di Kudus*, **E-Journal**. Vol. 1, No. 2. 2012. 127.

Yumikosari, Melati Agustin dan Hadi Purnama. *Strategi Cyber Public Relations*

Website E-Marketplace, Jurnal Komunikasi. Vol. 3, No. 1. 2017. 58.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagai atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Skripsi

Alfa Septiana Putri. *Implementasi Cyber Public Relations Humas PEMDA DIY dalam Memberikan Informasi Kepada Publik*. Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta. 2019.

Rose Fitri. *Cyber Public Relations Dunia Pendidikan*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. 2018.

Webiste

<https://indonesia.go.id>. “Menjaga Rahasia Pasien” (diakses pada 16 Desember 2020)

<https://money.kompas.com> (diakses pada 05 Desember 2020)

<https://www.cnnindonesia.com> (diakses pada 07 Desember 2020)

<https://www.uin-malang.ac.id>, 2010, (diakses pada 17 Desember 2020).

<https://apjii.or.id> (diakses pada 17 Desember 2020)

<https://beritasatu.com> “Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021” (diakses pada 29 Maret 2021)

<https://kompas.com> “Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia ‘Melek’ Media Sosial” (diakses pada 4 Mei 2021)

Wawancara

Wawancara: Ocha Suci Caniya pada tanggal 27 Februari 2021 di RSIA Annisa Pekanbaru

Wawancara: Yohana pada tanggal 6 Maret 2021 di RSIA Annisa Pekanbaru.

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa yg melatarbelakangi Annisa mulai menggunakan media internet?
2. Media apa saja yang digunakan annisa utk menyebarkan informasi kepada publik?
3. Apa strategi yg dilakukan tim Cyber public relations dalam mengelola penggunaan media sosial annisa?
4. Informasi apa saja yang disampaikan kepada publik?
5. Siapa yang mengelola penggunaan instagram?
6. Seberapa cepat annisa merespon pertanyaan dari pengikut di media sosial?
7. Media sosial mana yang paling aktif digunakan?
8. Media sosial mana yang paling banyak interaksinya dengan publik?
9. Informasi berupa apa yang disajikan diinternet? Video/blog/apa?
10. Kendala yang dialami dalam menjalankan Cyber PR di Annisa?
11. Apakah pr aktif dalam membuat karya? Jika iya, bentuk karya apa saja yang disebarakan kepada publik?
12. Apa saja fasilitas yang menunjang kinerja tim PR?
13. Jam berapa saja dan apakah ada hari tertentu dalam mempublikasikan informasi?
14. Apakah ada strategi dalam memposting feeds di ig annisa? Misalnya sekali post 3 baris/9 baris langsung?
15. Apakah website lgsg dikelola oleh Annisa?
16. Untuk webiste apakah aktif? Siapa saja yg mengelola website annisa? Informasi apa saja yg disebarakan di website annisa?
17. Apakah ada hari, jam tertentu dalam pengelolaan website?
18. Apakah dulu pernah mempromosikan annisa di koran/majalah? Jika iya, apakah masih sampai saat ini? Jika tidak, cara apa yg dilakukan utk mempromosikan RSIA Annisa?
19. Siapa saja target RSIA Annisa ini? Rentan umur?



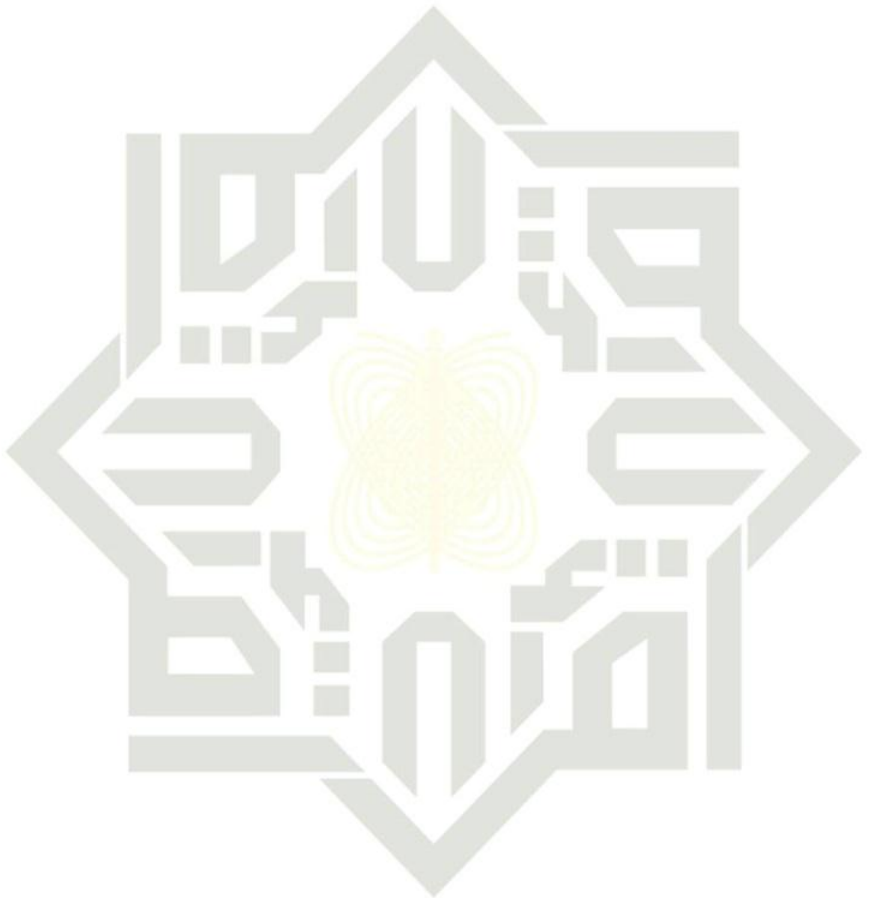
UIN SUSKA RIAU

20. Apakah ada acara/kegiatan yg dilakukan RSIA Annisa? Apa saja kegiatannya?
Dilakukan berapa kali dlm sepekan/sebulan? Tujuannya untuk apa?
21. Menurut kakak, apakah komunikasi yg dilakukan secara online lebih mudah dan efektif?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

©Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/38328
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Penelitian dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/2021 Tanggal 2 Februari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

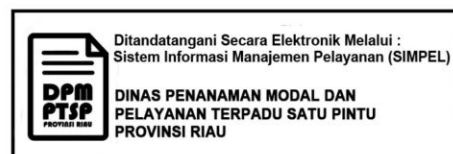
- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | AZIZAH |
| 2. NIM / KTP | : | 11743201227 |
| 3. Program Studi | : | ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | IMPLEMENTASI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN INFORMASI DI RSIA ANNISA PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : | RSIA ANNISA PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 3 Februari 2021



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Direktur RSIA Annisa Pekanbaru di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Lampiran 4

© Hak cipta

Wawancara bersama Ocha Suci Caniya, Tim Kreatif RSIA Annisa



arif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP PENULIS



Seorang anak perempuan asli Indonesia bernama Azizah. Penulis terlahir sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara pada tanggal 5 Juni 1999 di Pekanbaru dari pasangan Abdul Azis dan Zulhelmi. Penulis menamatkan bangku sekolah dasar pada tahun 2011 dari SDN 002 Sukajadi Pekanbaru, sekolah mengaji pada tahun 2010 dari MDA Al-Khairat Pekanbaru, bangku sekolah menengah pada tahun 2014 dari SMPN 17 Pekanbaru dan pada tahun 2017 dari SMAN 1 Pekanbaru. Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi melalui jalur PBUD tahun 2017 dan diterima di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi.

Selama kuliah S1 Penulis tidak hanya fokus kepada kegiatan akademik, namun juga sangat aktif pada kegiatan non-akademik. Penulis aktif mengikuti lomba menulis, aktif melatih *skill*-nya pada *social media*, *digital marketing*, *copy writing*, dan *photography*. Tentunya dari aktivitas tersebut memberikan pengalaman yang baik bagi penulis.