

**PENGARUH AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN DALAM PERSEPSI KONSUMEN**

**(Survei Persepsi Konsumen Terhadap Citra Rumah Sakit
Ortopedi Surakarta)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi



**RENI WIDIASTUTI
L100070090**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

PENGESAHAN

**PENGARUH AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* TERHADAP CITRA
PERUSAHAAN
DALAM PERSEPSI KONSUMEN**

(Survei Persepsi konsumen terhadap Citra Rumah Sakit Ortopedi)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

RENI WIDIASTUTI

L100 070 090

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 3 Januari 2012

Dan telah dinyatakan memenuhi syarat

Susunan dewan penguji:

1. **Drs. Joko Sutarso, SE, M.Si** ()
Pembimbing I
2. **Dian Purworini, S.Sos, MM** ()
Pembimbing II
3. **Arif Fajar, S.IKom** ()
Penguji

Surakarta, 2012

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika
Dekan,

Husni Thamrin, M.T., Ph.D

NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggungjawab sepenuhnya.

Surakarta, 01 Desember 2011

RENI WIDIASTUTI

L100 070 090

MOTTO

**“...Cukuplah *ALLAH* sebagai penolong kami dan *ALLAH* adalah
sebaik-baik pelindung.**

(terjemahan Q.S. Al Imron': 173)

**“Ingatlah dihari saat anda puas dengan hasilnya. Bukan hari ketika anda
bermalas-malasan tanpa melakukan apapun, melainkan ketika anda telah
mengerjakan banyak hal dan menyelesaikannya.”**

(Margaret Thatcher)

**“Tak mengapa kalau anda melakukan banyak kesalahan. Lanjutkan saja dan
lakukan semampu anda. Dari kesalahan-kesalahan itulah anda akan
menemukan kesuksesan. Disisi yang jauh dari kegagalan”**

(Thomas J. Watson, Sr)

**“Maka eratkanlah pegangan tanganmu pada tali *ALLAH* yang akan
melindungimu, karena sesungguhnya tali *ALLAH* itu pengaman yang
dapat dipercaya manakala semua pengaman tidak dapat diandalkan”**

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, karya tulis ini penulis persembahkan kepada :

Bapak dan Ibuku Tersayang

Terima kasih atas semua apa yang kalian berikan untukku. Kasih sayang, pengorbanan serta doa yang tiada henti. Nasehat-nasehat yang selalu membimbingku hingga sampai saat ini, semoga menjadi bekal masa depanku.

Kakak-adikku Tercinta

Mbak Sari, Mas Adi, dik rifai, dik alfian, dan dik fauzi terima kasih selama ini telah menjadi kakak dan adik yang terbaik untukku, panutan serta bantuan dan motivasinya.

Sahabat-sahabatku

Buat mbak lika, Nila, mbak mugii, mbak rina, mbak nita, nila, ayuk. Thanks sudah menjadi sahabat terbaikku selama ini dan memberi kesan terindah dalam hidupku.

Buat anak kos Pondok Barokah Mbak Indah, meli, dheia, tri, mb. niki dkk. Makasih atas bantuan serta dukungannya selama ini, kalian telah memberi kenangan yang tak terlupakan untukku.

Buat teman-teman Ilmu Komunikasi Shinta, deby, Rina, kak miftah, fendy. Teman-teman PR, kelas B dan angkatan 2007 serta kakak-kakak tingkat 2006, semoga pertemanan kita tidak akan pernah terputus dan tetap jalin silaturahmi

Almamatarku

Dimana aku telah banyak belajar, mengenal wawasan dunia luar, memperoleh ilmu yang akan menjadi bekal di kehidupanku.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Ucap Syukur kepada Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi S1 (Strata 1) jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik secara moril maupun spiritual dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Untuk itu kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:.

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Husni Thamrin, Ph. D, dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Rinasari Kusuma, S.Sos selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Joko Sutarso, SE, M. Si selaku dosen Pembimbing 1 yang memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini selesai.
5. Ibu Dian Purworini, S. Sos , MM selaku dosen pembimbing II yang selalu sabar dalam bimbingan dan memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap dosen jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan banyak pengetahuan dan ilmu saat berada di bangku kuliah.
7. Segenap staff karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mempermudah dan memberikan bantuannya.

8. Dra. Nining Setyawati, MSi selaku Direktur umum SDM&Pendidikan RS. Ortopedi Surakarta yang telah memberikan ijin penelitian dan Ibu avi, ibu erna dan mbak nining yang telah meberikan bimbingan dan arahan saat penelitian.
9. Bapak dan Ibu, yang tiada henti memberikan kasih sayang, semangat secara moril, spritual serta material. Skripsi ini sebagai kado terindah buat kalian sebagai tanggungjawab dan janjiku.
10. Mbak sari, Mas adi, dik rifa, dik alfian, dx.fauzi, serta keluarga besar yang selalu mensupport dan bantuan yang selama ini kalian berikan.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan semangat secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Terima kasih atas bantuan yang diberikan semoga mendapat balasan dari Allah SWT sebagai amalan yang diperhitungkan dan mendapatkan imbalan yang berharga. Penulis menyadari penulisan ini banyak kekurangan dan jauh dari sempurna sehingga diharapkan penulis kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan dalam penelitian ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati semoga skripsi ini berguna, khususnya bagi penulis dan untuk penelitian selanjutnya. Dan bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 11 Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1 1. Latar Belakang	1
1 2. Perumusan Masalah	6
1 3. Tujuan Penelitian	6
1 4. Manfaat Penelitian	7
BAB II : LANDASAN TEORI	
2 1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Kajian Penelitian Terdahulu	8
2.1.2. Komunikasi	10
2.1.3. Public Relations.....	11
2.1.4. Citra	13
2 2. Kerangka Pemikiran	19
2 3. Hipotesis	20
BAB III : METODE PENELITIAN	
3 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	21
3 2. Populasi dan Total Sampling	21
3.2.1. Populasi	21
3.2.2. Total Sampling	21

3 3. Variabel Penelitian	22
3 4. Validitas dan Reliabilitas	25
3 5. Metode Analisis Data	27
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4 1. Gambaran Umum RSO. Prof. Dr. R. Soeharso Surakarta ..	30
4 2. Deskripsi Hasil Uji Coba (Try Out) Kuesioner	47
4.2.1. Uji Validitas	47
4.2.2. Uji Reliabilitas Kuesioner	50
4 3. Analisis Data	51
4.3.1. Analisis Regresi Linier Sederhana	51
4.3.2. Uji Signifikansi Koefisien Regresi (Uji t)	52
4.3.3. Koefisien Determinasi (R^2)	53
4 4. Pembahasan	53
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5 1. Kesimpulan	56
5 2. Saran	57
Daftar Pustaka	59
Lampiran	60

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Tenaga Kerja RS. Ortopedi Oktober 2011	49
Tabel 4.2 Rangkuman Hasil Uji Validitas Kuesioner Aktivitas PR	52
Tabel 4.3 Rangkuman Hasil Uji Validitas Kuesioner Citra Perusahaan di Mata Konsumen	53
Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	54
Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Uji Validitas Kuesioner	54
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Sederhana	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Proses Pembentukan Citra	16
Gambar 2	Proses Transfer Pada Humas	20
Gambar 3	Struktur Organisasi Rumah Sakit Ortopedi.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan
- Lampiran 2 Skor Hasil Try Out Aktivitas Public Relations
- Lampiran 3 Uji Validitas Aktivitas Public Relations
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas Aktivitas Public Relations
- Lampiran 5 Hasil Kuesioner Aktivitas Public Relations
- Lampiran 6 Data Penelitian
- Lampiran 7 Deskripsi Data
- Lampiran 8 Uji Normalitas Data
- Lampiran 9 Foto Penelitian

ABSTRAK

Reni Widiastuti (L100070090), Pengaruh Aktivitas Public Relations Terhadap Citra RS.Ortopedi dalam Persepsi Konsumen, Jurusan Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh aktivitas Public Relations terhadap citra RS. Ortopedi dalam persepsi konsumen. Untuk menjawab tujuan diatas maka peneliti mengangkat Indikator : Intensitas komunikasi, media komunikasi, jenis komunikasi dan pesan komunikasi untuk mengukur aktivitas Public Relations (variabel X) dan Indikator : Pengalaman,kepercayaan, perasaan, untuk mengukur Citra (variabel Y).

Pendekatan penelitian kuantitatif, metode yang digunakan survey. Data dikumpulkan melalui pengamatan lapangan, penyebaran angket, wawancara, dan studi kepustakaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang ada di RS. Ortopedi yang berjumlah rata-rata 500 orang. yang kemudian di peroleh jumlah sampel sebesar 84 orang. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana, uji R^2 , dan uji t,

Hasil pengolahan data penelitian, memperlihatkan bahwa **Aktivitas *public relations* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan di mata konsumen. Hal ini terbukti dari hasil pengujian hipotesis dengan analisis regresi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,498 > 2,000$) diterima pada taraf signifikansi 5%. Artinya setiap peningkatan aktivitas *public relations*, maka akan diikuti dengan peningkatan citra positif perusahaan di mata konsumen.** Hasil di atas menunjukkan bahwa aktivitas humas yang dilakukan di RSO Dr. R. Soeharso berupa publikasi kegiatan penting, sponsor kegiatan, berita, acara, kegiatan pelayanan masyarakat, media identitas perusahaan, hubungan karyawan, serta penempatan produk pada program pelayanan informasi telepon maupun internet merupakan strategi-strategi yang dilakukan untuk meningkatkan citra dan nilai perusahaan di mata konsumen dan calon konsumen.