PRAKTIK *PUBLIC RELATIONS* RUMAH SAKIT BHAYANGKARA TK. III PADANG DALAM OPTIMALISASI LAYANAN INFORMASI PUBLIK DAN MENGELOLA IDENTITAS INSTITUSIONAL

TESIS

Diajukan Guna Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

Oleh:

INNEY SILDA LATIFAH

2420862023

Pembimbing:

Dr. Yuliandre Darwis, Ph.D.

Dr. Azwar, M.Si.

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2026

ABSTRAK

Nama : Inney Silda Latifah
Program Studi: Ilmu Komunikasi
Judul : Praktik *Public Relations* Rumah Sakit Bhayangkara TK. III Padang dalam Optimalisasi Layanan Informasi Publik dan Pengelolaan Identitas Institusional

Rumah Sakit Bhayangkara TK. III Padang menghadapi tiga tantangan utama: kunjungan pasien umum yang belum optimal, pengelolaan layanan informasi kepada publik yang belum tertata sebelum pembentukan Tim Humas Marketing, serta persepsi publik yang menempatkan rumah sakit ini semata sebagai fasilitas kesehatan bagi anggota Polri dan keluarganya. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik *public relations* dalam mengoptimalkan layanan informasi kepada publik melalui integrasi media sosial dan sosialisasi tatap muka, serta bagaimana praktik tersebut mengelola identitas institusional rumah sakit yang bersifat ganda sebagai institusi kepolisian sekaligus penyedia layanan kesehatan publik. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi media sosial dan sosialisasi tatap muka mentransformasikan komunikasi rumah sakit dari pola pasif-internal menjadi informatif, edukatif, dan responsif terhadap kebutuhan publik. Sosialisasi tatap muka melalui penyuluhan kesehatan, sosialisasi layanan kesehatan rumah sakit, pemeriksaan USG gratis, dan pendampingan informasi personal memperkuat kepercayaan publik serta mengurangi persepsi eksklusivitas institusi. Kedua praktik ini secara bersamaan menegaskan identitas Rumah Sakit Bhayangkara TK. III Padang sebagai rumah sakit yang inklusif, empatik, profesional dan responsif. Namun demikian, praktik ini masih dibatasi oleh keterbatasan sumber daya manusia, dukungan anggaran, penurunan intensitas sosialisasi, serta sistem evaluasi komunikasi yang belum optimal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi komunikasi digital dan tatap muka merupakan strategi yang relevan bagi rumah sakit dengan identitas institusional ganda dalam mengoptimalkan layanan informasi sekaligus mengelola identitas kelembagaannya di hadapan publik.

Kata Kunci: *Public Relations*, Layanan Informasi Publik, Identitas Institusional, Media Sosial, Sosialisasi Tatap Muka.

ABSTRACT

Name : Inney Silda Latifah
Study Program : *Communication Science*
Title : *Public Relations Practices at Bhayangkara TK III Padang Hospital in Optimizing Public Information Services and Managing Institutional Identity*

Rumah Sakit Bhayangkara TK. III Padang faces three main challenges: suboptimal general patient visits, unstructured public communication management prior to the establishment of the Public Relations and Marketing Team, and a public perception that positions the hospital solely as a healthcare facility for members of the Indonesian National Police (Polri) and their families. This study aims to analyze public relations practices in optimizing public information services through the integration of social media and face-to-face outreach, as well as how these practices manage the hospital's dual institutional identity as both a police institution and a public healthcare provider. This research employs a qualitative methods with a case study approach, using in-depth interviews, observation, and documentation. The findings show that the integration of social media and face-to-face outreach has transformed the hospital's communication from a passive, internally oriented pattern into one that is informative, educational, and responsive to public needs. Face-to-face outreach through health education sessions, socialization of the hospital's healthcare services, free ultrasound (USG) examinations, and personal information assistance has strengthened public trust and reduced perceptions of institutional exclusivity. Collectively, these two practices affirm the institutional identity of Rumah Sakit Bhayangkara TK. III Padang as an inclusive, empathetic, professional, and responsive healthcare institution. Nevertheless, these practices remain constrained by limited human resources, insufficient budgetary support, a decline in the intensity of outreach activities, and a suboptimal communication evaluation system. This study concludes that the integration of digital and face-to-face communication is a relevant strategy for hospitals with dual institutional identities in optimizing information services while managing their institutional identity in the eyes of the public.

Keywords: *Public Relations, Public Information Services, Institutional Identity, Social Media, Face-to-Face Outreach.*