

ABSTRACT

Faiqotul Isma Dwi Utami (09.05.311.00064). Press Release In The Public Relations And Marketing Of Rs. Semen Gresik. Under the guidance of: Muhtar Wahyudi, S.Sos., MA as the first supervisor and R. Bambang Moertijoso, S. Sos., M.Si as second supervisor. Communication Studies. Faculty of Social Sciences and Humanities. Trunojoyo University.

This study was conducted to determine how the activities of the press release in Semen Gresik Hospital, began a series of activities, objectives and constraints experienced during the activity. The focus of this study is the way in which Semen Gresik hospital for the activities carried out with the press release that expected objectives and constraints that may occur. This study uses information theory by Karl Weick that consists of three basic assumptions that's are human organizations exist in an environment of information, information received by a different organization in terms of human not explicit and organizations involved in the processing of information to reduce uncertainty information. This study uses qualitative descriptive approach, the data obtained from interviews with snowbaal sampling technique with two informants of public relation and marketer of Semen Gresik hospital and three informants from the media, represented by a journalist of SINDO, Jawa Pos, and Memo. Researchers collected data through interviews and documentation.

Based on the results of a research study in the field, can be take the conclusion that the activities of the press release in Semen Gresik Hospital conducted through three stages of data collection, writing and distributing press release. Purpose of the press release is to inform the public that are widely scattered, increase the pride of employees working in the organization, encouraging the formation of a positive image and reputation of the organization, to prevent or overcome the fuzziness of information and get a decent news in the media. The problems faced are, the provision of information out of portion public relations and marketing of Semen Gresik Hospital, shortages sheet of press release, it does not include contact number (contact person) sources of information in the press release.

Keywords: press release, information, media.

ABSTRAK

Faiqotul Isma Dwi Utami (090531100064). Hambatan-hambatan dalam Kegiatan Press Release Humas Dan Pemasaran Rumah Sakit Semen Gresik. Di bawah bimbingan: Muhtar Wahyudi, S.Sos., MA sebagai dosen pembimbing pertama dan R. Bambang Moertijoso, S. Sos., M.Si sebagai dosen pembimbing kedua. Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kegiatan *press release* di RS Semen Gresik, dari mulai rangkaian kegiatan, tujuan dan kendala-kendala yang dialami selama kegiatan. Fokus penelitian ini adalah cara yang dilakukan RS Semen Gresik selama kegiatan *press release* dilaksanakan dengan tujuan-tujuan yang diharapkan serta kendala-kendala yang mungkin terjadi.

Penelitian ini menggunakan teori informasi organisasi menurut Karl Weick yang terdiri dari tiga asumsi dasar yaitu organisasi manusia ada dalam sebuah lingkungan informasi, informasi yang diterima sebuah organisasi berbeda dalam hal ketidakjelasan dan organisasi manusia terlibat di dalam pemrosesan informasi untuk mengurangi ketidakjelasan informasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data didapat dari hasil wawancara dengan teknik *snowbaal sampling* dengan dua orang informan dari Humas dan Pemasaran RS Semen Gresik dan tiga orang informan dari pihak media yang diwakili oleh wartawan SINDO, Jawa Pos, dan Memo. Peneliti mengumpulkan data dengan wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di lapangan, dapat ditarik simpulan bahwa kegiatan *press release* di RS Semen Gresik dilakukan melalui tiga tahapan yaitu pengumpulan data, penulisan dan penyebaran *press release*. Tujuan dibuatnya *press release* adalah untuk menyampaikan informasi kepada publik yang tersebar secara luas, meningkatkan rasa bangga karyawan yang bekerja di organisasi, mendorong pembentukan citra positif dan reputasi organisasi, mencegah ataupun mengatasi ketidakjelasan informasi dan mendapatkan pemberitaan yang layak di media. Kendala yang dihadapi seperti, pemberian informasi diluar porsi humas dan pemasaran RS Semen Gresik, kekurangan lembaran *press release*, tidak dicantumkannya nomer kontak (*contact person*) narasumber informasi di dalam *press release*.

Kata Kunci: Press Release, Informasi, Media.