

ABSTRAK

Anita Sari, B76211105, 2015. *Marketing Public Relations* Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya Dalam Mempertahankan *Public Trust*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : *Marketing Public Relations*, RSI Jemursari, *Public Trust*.

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: (1) Bagaimana proses *marketing public relations* Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya dalam mempertahankan *public trust*, (2) Strategi apa yang dilakukan *marketing public relations* Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya dalam mempertahankan *public trust*.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai *marketing public relations* RSI Jemursari, sedangkan teknik pengumpulan data adalah wawancara dan dokumentasi sehingga bisa memperoleh data secara langsung. Informannya adalah 6 orang yaitu 4 orang dari karyawan RSI Jemursari khususnya Bidang Informasi dan Kerjasama, sedangkan 2 orang dari perwakilan pasien RSI Jemursari, sehingga dapat diperoleh data dari dua sisi Rumah Sakit dan juga masyarakat.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) proses *marketing public relations* RSI Jemursari yaitu *job disk marketing* adalah wilayah eksternal dan *public relations* wilayah internal Rumah Sakit, pentingnya kerjasama antara *marketing* dan *public relations*, serta pentingnya keterlibatan para medis disetiap kegiatan *marketing public relations* (2) Strategi *marketing public relations* RSI Jemursari dalam mempertahankan *public trust* ada tiga yaitu selalu melakukan promosi untuk membentuk citra Rumah Sakit, meningkatkan pelayanan Rumah Sakit, dan selalu memelihara keunggulan Rumah Sakit.

Bertitik tolak dari penelitian ini, sedikit saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi Rumah Sakit Islam Jemursari adalah *Marketing public relations* RSI Jemursari agar membentuk strategi khusus dalam mempertahankan *public trust*, dimana strategi tersebut berbeda dari strategi umum pada Rumah Sakit lainnya sehingga kualitas Rumah Sakit dimata masyarakat semakin membaik.