Strategi Public Relations CSR RS Reksa Waluya Mojokerto Melalui Program Goes to School

[1]Marshanda Sekarningrum, [2]Wahyu Kuncoro, [3]Merry Fridha Tri Palupi
[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
marshandasekarningrum@gmail.com

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi Public Relations dalam pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di RS Reksa Waluya Mojokerto melalui kegiatan Goes To School. Latar belakang penelitian ini terletak pada pentingnya pendekatan komunikasi dalam menjalankan program CSR untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat serta meningkatkan reputasi positif rumah sakit. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis deskriptif. Data dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi dari pihak Public Relations serta staf medis yang terlibat dalam program. Analisis data mengikuti model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa strategi Public Relations dilaksanakan melalui empat fase, yaitu pengumpulan fakta, perencanaan, aksi dan komunikasi, serta evaluasi. Program Goes To School dilaksanakan dengan memberikan edukasi kesehatan mengenai isu kesehatan reproduksi, gizi seimbang, kekerasan pada anak, dan kesehatan mental remaja menggunakan metode komunikasi interaktif. Program ini tidak hanya memberikan pelajaran kesehatan kepada para siswa, tetapi juga efektif dalam memperkuat citra positif rumah sakit serta mempererat hubungan antara rumah sakit dan lingkungan sekolah.
Kata kunci: Public Relations, Corporate Social Responsibility, Goes To School, Strategi Komunikasi, Edukasi Kesehatan.

Abstract
This study aims to evaluate the Public Relations strategy employed in the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) program at Reksa Waluya Hospital, Mojokerto, specifically through its "Goes To School" initiative. The study is grounded in the importance of a communication-based approach to CSR, which fosters harmonious community relations and enhances the hospital's reputation. A qualitative, descriptive research approach was adopted. Data were gathered through interviews, observations, and documentation involving Public Relations personnel and medical staff participating in the program. Data analysis followed the Miles and Huberman model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the Public Relations strategy was executed across four phases: fact-finding, planning, action and communication, and evaluation. The "Goes To School" program delivered health education on topics such as reproductive health, balanced nutrition, child abuse, and adolescent mental health, utilizing interactive communication methods. Beyond providing health education to students, the program proved effective in strengthening the hospital's positive image and fostering closer ties between the hospital and the school community.
Keyword: *Public Relations, Corporate Social Responsibility, Goes to School, Communication Strategy, Health Education.*

Pendahuluan

Perkembangan dunia kesehatan menuntut rumah sakit tidak hanya berfokus pada pelayanan kuratif, tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Dalam

konteks tersebut, Public Relations (PR) berperan sebagai fungsi manajemen yang bertujuan menciptakan dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik. Salah satu strategi yang banyak diterapkan dalam aktivitas Public Relations adalah melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) (Iman & Alfaridli, 2025).

CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial organisasi yang diwujudkan melalui berbagai kegiatan di bidang sosial, pendidikan, dan kesehatan. Bagi rumah sakit, program CSR tidak hanya memberikan manfaat kepada masyarakat, tetapi juga menjadi media komunikasi untuk membangun reputasi dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap organisasi (Tk & Pelamonia, 2024). Oleh karena itu, keberhasilan program CSR sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang diterapkan sejak tahap perencanaan hingga evaluasi.

Salah satu rumah sakit yang aktif melaksanakan program CSR adalah RS Reksa Waluya Mojokerto melalui program Goes To School. Program ini berfokus pada edukasi kesehatan bagi siswa sekolah dasar hingga sekolah menengah atas dengan materi mengenai kesehatan fisik, kesehatan mental, pola hidup sehat, dan pencegahan penyakit. Selain meningkatkan pengetahuan kesehatan siswa, program ini juga menjadi sarana komunikasi antara rumah sakit dan masyarakat melalui lingkungan pendidikan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa program edukasi berbasis sekolah mampu meningkatkan pengetahuan dan kesadaran peserta. Habibie et al. (2025) menemukan bahwa program Nutrition Goes To School berhasil meningkatkan pemahaman siswa mengenai gizi seimbang. Sementara itu, Ayuba et al. (2025) menyatakan bahwa program Anti-Bullying Goes To School efektif dalam meningkatkan kesadaran sosial dan empati siswa melalui metode pembelajaran interaktif. Di sisi lain, Hermawan dan Wono (2025) menjelaskan bahwa strategi Public Relations yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi mampu memperkuat citra rumah sakit, sedangkan Azzahra dan Saleh (2025) menegaskan bahwa efektivitas strategi komunikasi menjadi faktor penting dalam keberhasilan program CSR.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu umumnya masih berfokus pada implementasi CSR secara umum dan pengaruhnya terhadap citra organisasi. Kajian yang secara khusus membahas strategi Public Relations dalam pelaksanaan program CSR berbasis edukasi kesehatan di lingkungan sekolah masih terbatas. Selain itu, penelitian yang menganalisis program tersebut menggunakan teori Four Step Public Relations Process dari Cutlip, Center, dan Broom, yang meliputi pencarian fakta, perencanaan, tindakan dan komunikasi, serta evaluasi, juga masih jarang dilakukan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis strategi Public Relations dalam implementasi program CSR Goes To School di RS Reksa Waluya Mojokerto menggunakan teori Four Step Public Relations Process. Penelitian ini tidak hanya mengkaji pelaksanaan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial rumah sakit, tetapi juga menganalisis bagaimana strategi komunikasi diterapkan pada setiap tahapan untuk membangun hubungan dengan masyarakat sekaligus meningkatkan reputasi rumah sakit. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi Public Relations dalam implementasi program CSR RS Reksa Waluya Mojokerto melalui kegiatan Goes To School berdasarkan empat tahapan Four Step Public Relations Process.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk mengeksplorasi strategi Public Relations dalam pelaksanaan program CSR melalui kegiatan Goes To School yang diadakan di RS Reksa Waluya Mojokerto. Lokasi penelitian berada di RS Reksa Waluya Mojokerto, dengan fokus pada peran Public Relations dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program CSR. Sumber informasi utama dalam penelitian ini adalah staf Public Relations RS Reksa Waluya Mojokerto, sedangkan pihak sekolah yang terlibat dalam program tersebut berfungsi sebagai sumber informasi tambahan.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan pengumpulan dokumen. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman, yang meliputi pengurangan data, penyajian data, serta kesimpulan dan verifikasi (Hariawan et al., 2025). Validitas data diuji melalui metode triangulasi sumber, yang membandingkan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dalam studi ini menggunakan teori Four Step Public Relations Process dari Cutlip, Center, dan Broom yang terdiri dari tahap pengumpulan fakta, perencanaan, tindakan dan komunikasi, serta evaluasi sebagai kerangka untuk menilai strategi Public Relations dalam pelaksanaan program CSR Goes To School.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi Public Relations dalam implementasi program Corporate Social Responsibility melalui kegiatan Goes To School di RS Reksa Waluya Mojokerto menggunakan teori Four Step Public Relations Process dari Cutlip, Center, dan Broom yang meliputi pengumpulan fakta, perencanaan, tindakan dan komunikasi, serta evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh tahapan telah diterapkan secara sistematis sehingga program tidak hanya menjadi bentuk tanggung jawab sosial rumah sakit, tetapi juga sarana membangun hubungan dengan masyarakat dan memperkuat citra organisasi.

Pada tahap pengumpulan fakta, Public Relations melakukan komunikasi dengan pihak sekolah untuk mengidentifikasi kebutuhan, karakteristik peserta, serta tema kesehatan yang sesuai. Informasi tersebut menjadi dasar penyusunan materi sehingga program yang dirancang lebih relevan dengan kebutuhan sekolah. Tahap ini menunjukkan penerapan komunikasi dua arah karena organisasi terlebih dahulu memahami kebutuhan publik sebelum menyampaikan pesan.

Tahap perencanaan dilakukan dengan menetapkan tujuan, sasaran, materi, narasumber, jadwal kegiatan, serta koordinasi dengan pihak sekolah. Rumah sakit juga mempertimbangkan usia peserta, jumlah peserta, fasilitas sekolah, dan kesiapan tenaga kesehatan sebagai narasumber. Perencanaan yang matang menunjukkan bahwa Public Relations menjalankan fungsi manajerial melalui penyusunan strategi komunikasi yang mendukung keberhasilan program.

Tahap tindakan dan komunikasi diwujudkan melalui edukasi kesehatan secara langsung di sekolah menggunakan presentasi, diskusi, demonstrasi, permainan edukatif, dan sesi tanya jawab. Strategi komunikasi yang diterapkan bersifat interaktif sehingga peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga aktif bertanya dan berdiskusi. Penggunaan bahasa yang sederhana serta contoh yang dekat dengan kehidupan siswa membuat materi lebih mudah

dipahami dan meningkatkan partisipasi peserta. Selain memberikan edukasi kesehatan, kegiatan ini juga memperkuat hubungan antara rumah sakit dan masyarakat serta meningkatkan kepercayaan publik.

Tahap evaluasi dilakukan melalui rapat internal dan pengumpulan umpan balik dari pihak sekolah untuk menilai efektivitas program serta mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa program memperoleh respons positif karena materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta dan metode penyampaian yang digunakan mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai kesehatan. Evaluasi juga menjadi dasar bagi rumah sakit untuk menyempurnakan pelaksanaan program pada kegiatan berikutnya.

Penelitian ini menemukan bahwa program Goes To School memiliki keunikan dibandingkan program CSR lainnya. Keunikan tersebut terletak pada integrasi fungsi CSR dan Public Relations dalam satu kegiatan, penggunaan pendekatan berbasis kebutuhan sekolah, keterlibatan tenaga kesehatan profesional sebagai narasumber, serta fokus pada pembentukan hubungan jangka panjang antara rumah sakit dan sekolah. Program ini tidak hanya berorientasi pada edukasi kesehatan, tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang memperkuat hubungan dengan publik.

Temuan penelitian menegaskan bahwa teori Four Step Public Relations Process masih relevan dalam menganalisis implementasi program CSR di sektor kesehatan. Penerapan strategi Public Relations secara sistematis mampu mendukung keberhasilan program, meningkatkan pengetahuan kesehatan masyarakat, serta memperkuat citra dan reputasi RS Reksa Waluya Mojokerto secara berkelanjutan.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi Public Relations dalam implementasi program CSR Goes To School di RS Reksa Waluya Mojokerto telah menerapkan seluruh tahapan Four Step Public Relations Process dari Cutlip, Center, dan Broom, yaitu pengumpulan data, perencanaan, pelaksanaan dan komunikasi, serta evaluasi. Pada tahap pengumpulan data, Public Relations mengidentifikasi kebutuhan sekolah dan siswa melalui komunikasi awal sebagai dasar penyusunan materi. Tahap perencanaan dilakukan dengan menetapkan tujuan, sasaran, materi edukasi, memilih narasumber, serta berkoordinasi dengan pihak sekolah. Selanjutnya, tahap pelaksanaan dan komunikasi diwujudkan melalui edukasi kesehatan secara interaktif menggunakan presentasi, diskusi, demonstrasi, permainan edukatif, dan tanya jawab sehingga mampu meningkatkan partisipasi siswa. Pada tahap evaluasi, rumah sakit melakukan rapat internal dan mengumpulkan umpan balik dari sekolah untuk menilai efektivitas program dan menyusun perbaikan kegiatan berikutnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Goes To School memberikan manfaat dalam meningkatkan pengetahuan kesehatan siswa sekaligus menjadi media komunikasi yang efektif untuk membangun hubungan dengan masyarakat, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperkuat citra positif RS Reksa Waluya Mojokerto. Program ini juga memiliki keunikan karena mengintegrasikan fungsi CSR dan Public Relations dalam satu kegiatan yang berkelanjutan. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian Public Relations dan CSR di sektor kesehatan. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan teori Public Relations lain atau mengombinasikannya dengan teori

komunikasi dan CSR serta mengkaji dampak program dari perspektif penerima manfaat. Secara praktis, RS Reksa Waluya Mojokerto diharapkan terus mengembangkan program Goes To School dengan memperluas sasaran, memperbarui materi edukasi, dan memperkuat evaluasi, sementara sekolah diharapkan terus menjalin kolaborasi dalam pelaksanaan edukasi kesehatan secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Astutsi, Y. T. (2025). MANAJEMEN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA SEKOLAH (Studi Multikasus Di SD Muhammadiyah Pringsewu Dan SD IT Cahaya Madani Pringsewu).

Ayu, S. A., Roesminingsih, E., Khamidi, A., Nursalim, M., Surabaya, U. N., Masyarakat, H., & Sekolah, P. (2024). Perilaku Organisasi dan Peran Hubungan Masyarakat dalam Pemasaran Sekolah. 1192–1205. https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i03.

Hariawan, R., Rohiyatun, B., Najwa, L., Suhardi, M., & English, A. (2025). Peningkatan Kompetensi Metodologi Kualitatif : Pelatihan Terpadu Manajemen Penelitian , Analisis Data , dan Triangulasi Program Studi Administrasi Pendidikan , Universitas Pendidikan Mandalika , menjadikan metode yang tepat untuk mengungkap makna di balik tindakan , pengalaman , dan dinamika dan temuan yang muncul selama proses penelitian berlangsung . Hal ini sangat. 4(2), 93–103.

Iman, D. Z., & Alfaridli, M. A. (2025). Strategi Public Relations terhadap Peningkatan Daya Saing Lembaga Pendidikan di Era Globalisasi. 1, 13–23.

Kusumangingrum, H., Putri, C. P., Sulistyawati, A., & Multazam, B. (2025). Analisis Program Goes to Campus dengan Goal Oriented Evaluation Model (GOEM) dalam Menumbuhkan Minat Siswa Kelas 11 SMA Al Basyariah. 1.

MUHAMMAD RIFQI AL'AZIZ. (2025). STRATEGI PUBLIC RELATIONS PIMPINAN PUSAT.

Nur, R., Embisa, S., Riyanto, S., & Dharmawan, L. (2025). Strategi Public Relation Melalui Optimalisasi Akun Media Sosial PT . Pelabuhan Indonesia (PELINDO) Dalam Membangun Citra Positif. 4(2), 782–790.

Sari, A. N., Khamidi, A., Yulianingsih, W., & Widiyanah, I. (2025). Implementasi program gerakan sekolah sehat (GSS) di SMKN 1 Duduksampeyan sebagai sekolah binaan. Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran, 8(2), 582–593.

Tk, S., & Pelamonia, I. I. (2024). Analisis Penerapan Manajemen Corporate Social Responsibility (CSR). 3(1), 8–17.

Winata, V., & Bunda, U. (2025). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT (CSR) DALAM STRATEGI KOMUNIKASI. 1(1).