



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kanker adalah salah satu penyebab kematian terbesar di dunia. Bahkan dengan majunya teknologi pengobatan kanker, angka kematian akibat kanker tetap tinggi. *Cancer Facts and Figures* (2015, h. 40) mengungkapkan bahwa pada tahun 2012, kanker membunuh 8.2 juta penduduk di seluruh dunia, dengan lebih dari 60% kematian terjadi di negara berkembang yang tidak memiliki sumber daya medis dan sistem kesehatan yang memadai untuk mengobati kanker tersebut.

Berdasarkan hasil proyeksi dari *Global Cancer Facts & Figures* atau GLOBOCAN (2012, h. 1-5), ditemukan bahwa lebih dari setengah dari penderita kanker dan kematian akibat kanker, masing-masing sebesar 56.8% dan 64.9% terjadi di negara-negara yang lebih tidak berkembang. Daftar negara yang lebih tidak berkembang ini ditentukan berdasarkan perbandingan ekonomi dan estimasi jumlah penduduk. Pada tahun 2008, negara yang lebih tidak berkembang meliputi semua negara di benua Afrika, semua negara di benua Asia terkecuali Jepang, Kepulauan Karibian, Amerika Tengah, Amerika Selatan, Melanesia, Mikronesia, dan Polinesia.

Tiga jenis kanker yang paling sering ditemui, menurut World Health Organization pada tahun 2013, adalah kanker paru-paru (jumlah penderita 1.8 juta jiwa), kanker payudara (jumlah penderita 1.7 juta jiwa), dan kanker usus besar (jumlah penderita 1.4 juta jiwa). Secara global, kanker yang paling banyak diderita oleh pasien perempuan adalah kanker payudara. Sejak tahun 2008, peluang penderita kanker payudara telah bertambah lebih dari 20%, sedangkan tingkat kematian yang diakibatkan oleh kanker payudara bertambah 14%. Kanker payudara adalah jenis kanker yang paling sering dijumpai pada perempuan di 140 dari 184 negara di dunia, termasuk di Indonesia.

Kanker payudara termasuk jenis kanker tertinggi yang menyerang perempuan di Indonesia. Data dari Sistem Informasi Rumah Sakit (dalam Setyanti, 2015, para. 4) pada tahun 2010 menunjukkan bahwa kasus kanker payudara yang menimpa perempuan Indonesia mencapai 12.014 kasus. Bahkan, angka kematian akibat kanker payudara di negara berkembang mencapai 30% dari jumlah penderita. Padahal, sebenarnya angka kematian akibat kanker payudara dapat ditekan dengan adanya kesadaran atau *awareness* yang lebih lanjut terhadap kanker payudara.

Berbagai macam kegiatan dilakukan untuk meningkatkan *awareness* terhadap kanker payudara, kebanyakan berlangsung selama bulan Oktober yang dikenal sebagai Breast Cancer Awareness Month. Di mulai di Amerika pada tahun 1985 dan kini telah menjadi tradisi sedunia adalah penetapan bulan

Oktober sebagai Breast Cancer Awareness Month atau bulan kesadaran terhadap kanker payudara. Selama bulan Oktober, berbagai organisasi di seluruh dunia melakukan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk mengingatkan sesama akan pentingnya kesadaran, edukasi, dan riset tentang kanker payudara.

Dalam ruang lingkup *public relations*, perusahaan pun tak kalah melakukan kegiatan khusus yang melibatkan media. *Special events* atau acara khusus, menurut Ruslan (2014, h. 232) yaitu acara yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen tertentu diluar acara rutin *public relations*, salah satunya dalam rangka bulan kesadaran akan kanker. Acara khusus yang dilakukan oleh divisi *public relations* dalam rangka publisitas dan baik secara langsung maupun tidak langsung ditujukan kepada media.

Tidak hanya organisasi yang berhubungan dengan kanker yang mengadakan acara khusus untuk meningkatkan kesadaran terhadap kanker payudara. Kegiatan khusus yang melibatkan media dilaksanakan juga oleh PT. Roche Indonesia, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang obat-obatan, dalam bentuk seminar dan diskusi media yang dihadiri oleh ahli yang berhubungan dengan kanker payudara, contohnya forum diskusi “Kanker Payudara Bukan Tabu, Semua Berhak Tahu”. Acara diskusi media ini menghadirkan perwakilan dari Komite Penanggulangan Kanker Nasional, Pusat Promosi Kesehatan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Yayasan Kanker Indonesia, serta perwakilan dari Rumah Sakit Kanker Dharmais.

Pelaksanaan kegiatan media bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik akan kanker payudara melalui publikasi dari media juga dinilai penting bagi kelompok rumah sakit asal Singapura, Parkway Hospitals, yang tergabung di dalamnya beberapa rumah sakit yaitu: Gleneagles Hospital, Mount Elizabeth Orchard Hospital, Mount Elizabeth Novena Hospital, dan Parkway East Hospital. Kelompok rumah sakit Parkway Hospitals memiliki divisi klinik khusus penanganan kanker yang terdapat pada keempat rumah sakit mereka, yaitu Parkway Cancer Centre. Pada bulan Oktober 2015, Parkway Cancer Centre yang memiliki fasilitas untuk mendeteksi dan mengobati kanker juga melakukan kegiatan sehubungan dengan bulan kesadaran akan kanker payudara berupa *media gathering* dan seminar umum di Jakarta.

Walaupun berlokasi di Singapura, kelompok rumah sakit Parkway Hospitals giat melakukan kegiatan di Indonesia, hal ini karena satu dari lima pasiennya berasal dari Indonesia (Anna, 2014, para. 1). Untuk menjangkau pasien internasional, kelompok rumah sakit Parkway Hospitals memiliki lebih dari 35 pusat bantuan pasien di seluruh dunia. Di Indonesia, pusat bantuan pasien berada di Jakarta, Bandung, Bali, Balikpapan, Makassar, Medan, Palembang, Samarinda, Semarang, Surabaya, Solo, dan Jogjakarta.

Kegiatan yang dilakukan kelompok Parkway Hospitals di Indonesia adalah melalui peran *public relations* yang digunakan karena keterbatasannya dalam melakukan periklanan yang dibatasi oleh Peraturan Menteri Kesehatan

Republik Indonesia nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010 Tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan. Beberapa poin dalam Peraturan Menteri Kesehatan tersebut menyatakan bahwa iklan ataupun publisitas dari institusi kesehatan harus bersifat informatif, edukatif, dan bertanggung jawab, tidak boleh menyiratkan bahwa fasilitas kesehatan institusi memiliki kualitas layanan yang lebih baik dari kompetitornya, dan tidak boleh mempromosikan objek institusi atau fasilitas kesehatan yang berlokasi di luar Indonesia.

Publisitas melalui kiat *public relations* dipilih oleh kelompok Parkway Hospitals karena efisiensinya pada aspek-aspek yang tidak bisa dipenuhi melalui periklanan. Di tahun 2015 Parkway Hospitals dan Parkway Cancer Centre membina hubungan dengan media-media di Indonesia dengan kerap kali melakukan *media gathering* yang mengundang para jurnalis dari media ataupun bidang peliputan kesehatan. Pada bulan Oktober 2015, Parkway Cancer Centre mengadakan kegiatan *media gathering* #IFightCancer yang oleh para jurnalis dari media kesehatan serta bidang peliputan kesehatan dari media umum.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang penelitian, maka perumusan masalah penelitiannya adalah sebagai berikut:

Bagaimana proses *media relations* dalam kegiatan *media gathering* #IFightCancer oleh Parkway Cancer Centre pada Oktober 2015?

1.3 Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian bertujuan untuk mengetahui beberapa kondisi sebagai berikut:

Untuk mengetahui dan menganalisis proses *media relations* dalam kegiatan *media gathering* #IFightCancer oleh Parkway Cancer Centre pada Oktober 2015.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk mempertajam dan memperjelas sudut pandang *public relations* dari perusahaan dalam bidang hubungan dengan media dan melakukan proses *media relations*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini akan bermanfaat untuk objek penelitian, yaitu Parkway Cancer Centre. Namun di satu sisi, penelitian juga akan sangat bermanfaat untuk para praktisi PR, serta bagi pihak-pihak yang akan melangsungkan kegiatan media.

- 1) Bagi pihak Parkway Cancer Centre, diharapkan penelitian ini akan berkontribusi di dalam evaluasi manajemen dalam *media gathering* #IFightCancer dan juga terhadap pembuatan strategi *media relations* dari kegiatan media Parkway Cancer Centre serta di masa mendatang.
- 2) Bagi praktisi *public relations*, diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan studi kasus dalam penanganan kondisi yang serupa dalam sudut pandang *public relations*.
- 3) Bagi pihak-pihak yang akan melangsungkan kegiatan media, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam melaksanakan perencanaan kegiatan agar mencapai hasil yang lebih baik.

UMMN