

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Advent Bandung dengan tujuan untuk mengetahui Strategi *Public Relations Officer* (PRO) Rumah Sakit (RS) Advent Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi bagi masyarakat. RS Advent sebagai salah satu RS yang sudah berdiri sejak lama di Kota Bandung kerap kali dicap kuno. Akan tetapi, salah satu bentuk jawaban atas hal tersebut adalah RS Advent membuktikan kualitas pelayanan informasi sudah mereka lakukan secara digital juga selain cara konvensional. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh PRO RS Advent dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi adalah dengan memaksimalkan peran mereka sebagai PRO dan mengelaborasikannya dengan strategi dalam penyampaian informasi. Penelitian ini ditinjau menggunakan teori PRO oleh Rosadi (2007) dan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi. Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Strategi *Public Relations Officer* (PRO) Rumah Sakit (RS) Advent Bandung Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi dilakukan dengan memaksimalkan peran PRO sebagai komunikator, *relationship builder*, *backup management*, dan *good image maker*.

Kata Kunci : *Public Relations Officer*, *PRO*, *Pelayanan Informasi*.