

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Indah Maya Cornellya

20130530030

“Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Umum Queen Latifa dalam Memperluas Pasar tahun 2016”

Tahun Skripsi : 2017+150 halaman

Daftar Pustaka : 27 Buku + 5 website

Persaingan bisnis jasa dalam bidang rumah sakit semakin ketat membuat para pelaku bisnis jasa memikirkan strategi untuk memaksimalkan pemasarannya untuk meluncurkan sebuah perusahaan jasa yang mempunyai tipe paling bawah yang dapat menarik hati masyarakat. Penelitian ini, menganalisis strategi komunikasi pemasaran RSUD Queen Latifa, dalam hal ini adalah bagaimana memperluas pasar tahun 2016 dengan cara mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran RSUD Queen Latifa serta bagaimana implementasi dari kegiatan komunikasi pemasaran RSUD Queen Latifa. Kerangka teori yang digunakan adalah komunikasi pemasaran, strategi komunikasi pemasaran, bauran promosi, memperluas pangsa pasar.

Metode penelitian yang peneliti pakai adalah studi deskriptif dan analisa secara kualitatif. Lokasi penelitian di lokasi RSUD Queen Latifa Jln. *Ringroad* Barat, No.118 Mlangi, Nogotirto, Gamping, Sleman, Yogyakarta. Informan yang diambil adalah orang-orang mempunyai tanggung jawab dan wewenang pada RSUD Queen Latifa yang mana mempunyai andil dalam semua proses kerja komunikasi pemasaran RSUD Queen Latifa, yaitu Direktur II, Kepala Bagian Humas dan Marketing, staff humas, staff perhatahan pasar, staff perluasan wilayah, dan staff promosi kesehatan. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisa data adalah teknik analisa data kualitatif dengan uji validitas data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran RSUD Queen Latifa yang diterapkan dalam memperluas pasar pada tahun 2016, yaitu dengan memperkenalkan dan menampilkan karakter yang dimiliki RSUD Queen Latifa. Selanjutnya untuk implementasi kegiatan komunikasi pemasaran, RSUD Queen Latifa menggunakan konsep bauran promosi yaitu periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), *public relations* atau publisitas, dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Rumah Sakit Umum, Perluasan Pasar.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Department of Communication
Concentration Public Relations
Indah Maya Cornellya
20130530030

“Marketing communication strategy of Queen Latifa hospital in widening the market in 2016”

Tahun Skripsi : 2017 + 150 pages

Daftar Pustaka : 27 Book + 5 websites

Business service competition in hospital was tighter to make the doer of business service thought about strategy to maximize their market especially for business service which was focused on low business service loved by society. This research analyzed the strategy of communication in RSU marketing Queen Latifa. In this context, this research would discuss how the hospital could widen the market in 2016 and how the implementation of the communication activity in RSU Queen Latifa. The theory used in this research was marketing communication, communication of marketing strategy, promotion, and widening marketing.

The research method of this research was descriptive study and qualitative research. The setting of this research was at RSU Queen Latifa Jln. Ringroad Barat, No.118 Mlangi, Nogotirto, Gamping, Sleman, Yogyakarta. The participants of this research were people who have responsibility and authority in marketing communication who consisted of Director II , The head of public relation and marketing, staff of public relation, staff of marketing, staff of widening area, and staff of health promotion. The method to collect the data, this research used interview, observation, and documentation. The technique to analyze the data, this research used validity test which triangulation source was used.

The result of this research was the communication strategy in RSU Queen Latifa held to widen the market in 2016, the hospital promoted and showed the character of the hospital. Then the hospital implements the activity of marketing communication by using concept of promotion such as advertising, personal selling, sales promotion, public relation, and direct marketing.

KEYWORDS : communication strategy marketing, hospital marketing, market expanding