

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini telah di uji dan di pertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Maret 2019

Tempat : Ruang Jurnal Komunikasi

Nilai :

### **SUSUNAN TIM PENGUJI**

Ketua

(Taufiqurrahman, S.IP, M.A, Ph.D)

Penguji I

Penguji II

(Haryadi Arief Nur Rasyid,S.IP,M.Sc)

(Nur Sofyan, S.I.kom, M.I.Kom)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

( HaryadiAriefNurRasyid,S.IP,M.Sc )

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rizkia Sholihah  
NIM : 20150530130  
Konsentrasi : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
JudulSkripsi : Strategi Promosi Departemen Marketing & Sales Rumah Sakit “JIH” Dalam Meningkatkan Brand Awareness “Healthy Life Center”

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak, maka saya bersedia dicabut gelar keserjanannya.

Yogyakarta, 2019

RizkiaSholihah

**HALAMAN MOTTO**

AS LONG AS ALLAH WANTS SOMETHING FOR YOU,  
NOTHING WILL EVER STAND IN YOUR WAY

***"Maka nikmat Tuhanmu yang  
manakah yang kamu dustakan?"***

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### **Bismillahirrahmanirrahim...**

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah berkat Rahmat serta izin dari Allah SWT karena telah memberikan kemudahan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Penulis persembahkan karya tulis ini untuk orang-orang hebat yang penulis banggakan :

1. Kedua orangtua Bapak H. Hadyan dan Ibu Hj. Khairani yang telah memberikan doa, ridho serta kasih sayang sehingga mempermudah segala urusan penulis
2. Kedua abangku Aprhadianikha Anggarawan dan Rydho Styawan yang juga telah memberikan motivasi, doa dan semangat
3. Saudara perempuan seperjuanganku Chairunnisa Desna, Reidhati Dayang, Ulfa Rofillah, Mutia Lawdy dan Mayke Permata yang senantiasa menemani dan saling mendukung dalam hal kebaikan
4. Abdussalam Ali Dejan yang selalu sabar mengajarkan, menemani dan membantu dalam kebaikan di segala hal
5. Saudara laki-laki seperjuanganku Yogi Dwi Astorino, Alif Anugerah Iskandar, CG Kartika Merta, Ferbiano Geraldi Putra, Bima Syamra Kurniawan dan Septian Alghifari yang selalu mendukung dalam hal kebaikan
6. Sahabat seperjuanganku di bangku kuliah Marta Dinega, Deah Ananda, Annisa Nardin, Dinda Annisa, Meutia Fajarini, Panti Hapsari dan Ode

Faellasufa yang selalu menemani dan mendukung dari awal masuk perkuliahan

7. Sahabat ku sedari kecil Rivana Yola, Wafiatul Ikham dan Siti Umi Maya yang selalu menemani dan mendukung dari masih kecil sampai sekarang
8. Teman-teman KKN ( Kuliah Kerja Nyata ) 252 Dusun Sabrang, Giripurwo Kulon Progo
9. Teman-teman T-Squad yang selalu memberikan semangat serta motivasi
10. Dan semua orang yang telah memberikan banyak pelajaran kehidupan kepada penulis

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum warahmatullohi wabarakatuh*

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1) jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penelitian ini berfokus pada Strategi Promosi Departemen Marketing & Sales Rumah Sakit “JIH” Dalam Meningkatkan Brand Awareness “Healthy Life Center”.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat di kemudian hari bagi pihak yang diteliti agar terus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada masyarakat. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Namun, dengan segala daya dan upaya serta pemikiran penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu dengan doa serta dukungan dari keluarga dan semua pihak yang membantu proses penyusunan skripsi ini.

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu proses penyusunan skripsi ini baik dukungan moril maupun materil kepada yang terhormat :

1. Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Taufiqurrahman, S.IP., M.A., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membantu proses penulisan skripsi ini.
3. Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada penulis.
4. Nur Sofyan, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada penulis.
5. Seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan pengetahuan, wawasan yang luas kepada penulis.
6. Pak Jono, Pak Muryadi, Mba Siti dan Mba Zara yang telah memberikan pelayanan dengan sangat ramah kepada penulis.
7. Seluruh rekan Ilmu Komunikasi 2015 yang selalu memberikan dukungan selama proses perkuliahan dan skripsi berlangsung
8. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu semoga Allah membalas semua kebaikan kalian.

***Wassalamualaikum warahmatullohi wabarakatuh***

Yogyakarta, ..... 2019

Penulis

Rizkia Sholihah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kajian Pustaka .....	10
1. Strategi Promosi .....	10
2. <i>Brand Awareness</i> / KesadaranMerek .....	16
3. Promosi Layanan Kesehatan .....	19



F. Penelitian Terdahulu .....	25
G. Metode Penelitian .....	27
1. Jenis Penelitian .....	29
2. Lokasi Penelitian .....	29
3. Teknik Pengumpulan Data .....	29
a. Wawancara .....	29
b. Observasi / Pengamatan .....	31
c. Studi Pustaka .....	32
d. Teknik Analisis Data .....	32
e. Uji Validitas Data .....	33

## **BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

A. Sejarah Singkat RumahSakit “JIH” .....	35
B. Lokasi Rumah Sakit “JIH” .....	37
C. Aspek Manajemen .....	37
1. Visi .....	37
2. Misi .....	37
3. Kebijakan Mutu .....	38
4. Tagline .....	38
5. Logo Rumah Sakit JIH .....	38
6. Struktur Organisasi .....	38
2.4 Progam Healthy Life Center .....	39

### **BAB III SAJIAN DATA & PEMBAHASAN**

A. Sajian Data .....	47
1. Langkah-Langkah Merumuskan Strategi Promosi .....	49
a. Mengidentifikasi Target Audiens .....	49
b. Perencanaan Promosi .....	52
c. Metode Promosi .....	55
d. Merancang Pesan Promosi .....	57
2. Media Promosi .....	59
3. <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi) .....	67
a. Advertising .....	67
b. Public Relations .....	69
c. Personal Selling .....	71
d. Sales Promotion .....	72
e. Mengukur Hasil Promosi .....	72
B. Pembahasan .....	78
1. Analisis Strategi Promosi Healthy Life Center .....	78
a) Merumuskan Strategi Promosi .....	80
b) Media Promosi .....	86
c) <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi) .....	88
d) Mengukur Hasil Promosi .....	92

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	96
---------------------	----

B. Saran .....	98
----------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Target dan Realisasi HLC .....	4
Tabel 1.2 Data Pasien HLC Juli – Desember .....	7
Tabel 3.1 Market Size .....	51
Tabel 3.2 Roadmap Target .....	51
Tabel 3.3 Strategi Marketing .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida Kesadaran Merek .....	18
Gambar 3.1 Grandlaunching HLC .....	54
Gambar 3.2 Grandlaunching HLC .....	55
Gambar 3.3 PesanPromosi HLC .....	59
Gambar 3.4 Media Offline HLC .....	61
Gambar 3.5Media Offline HLC .....	61
Gambar 3.6Media Online RS JIH (Instagram) .....	62
Gambar 3.7 Media Online RS JIH (Twitter) .....	62
Gambar 3.8Media Online RS JIH (Facebook) .....	63
Gambar 3.9 Media Online RS JIH (WEB) .....	63
Gambar 3.10 Voucher HLC .....	64
Gambar 3.11 Voucher HLC .....	64
Gambar 3.12Voucher HLC .....	65
Gambar 3.13Brosur HLC .....	66
Gambar 3.14Brosur HLC .....	66
Gambar 3.15Brosur HLC .....	67
Gambar 3.16Iklan HLC .....	69
Gambar 3.17Iklan HLC .....	70
Gambar 3.18Berita Nasional HLC .....	71
Gambar 3.19 Event Massal HLC .....	71

Gambar 3.20 Seminar Kesehatan .....	72
Gambar 3.21 Kuesioner .....	75
Gambar 3.22 Kuesioner .....	76
Gambar 3.23 Kuesioner .....	77