

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Advertising

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Aryanda Adib Haidar Althaf (20120530268)

**Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping
Tahun 2018**

Tahun Skripsi : 2019 + 157 halaman

Daftar Pustaka : 23 Buku + 10 Jurnal + 4 Website + 4 Wawancara

Persaingan bisnis jasa dalam bidang rumah sakit semakin ketat membuat para pelaku bisnis jasa ini memikirkan strategi untuk memaksimalkan pemasarannya untuk meluncurkan sebuah perusahaan jasa yang mempunyai tipe pmenengah ke bawah yang dapat menarik hati masyarakat. Penelitian ini, menganalisis strategi komunikasi pemasaran RS PKU Muhammadiyah Gamping pada tahun 2018 dengan cara mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran RS PKU Muhammadiyah Gamping serta bagaimana implementasi dari kegiatan komunikasi pemasaran RS PKU Muhammadiyah Gamping. Kerangka teori yang digunakan adalah komunikasi pemasaran, strategi komunikasi pemasaran, bauran promosi.

Metode penelitian yang peneliti pakai adalah studi deskriptif dan analisa secara kualitatif. Informan yang diambil adalah orang-orang mempunyai tanggung jawab dan wewenang pada marketing RS PKU Muhammadiyah Gamping yaitu kepala bagian humas dan marketing dan staff humas dan marketing. 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 RS PKU Muhammadiyah Gamping yang diterapkan pada tahun 2018, yaitu dengan memperkenalkan dan menampilkan karakter yang dimiliki RS PKU Muhammadiyah Gamping. Selanjutnya untuk implementasi kegiatan komunikasi pemasaran, RS PKU Muhammadiyah Gamping menggunakan konsep bauran promosi yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan atau publisitas, dan pemasaran langsung.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Rumah Sakit Umum, Periklanan.

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences Department of Communication

Concentration Advertising

Aryanda Adib Haidar Althaf 20120530268

Marketing communication strategy of Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping in 2018

Year of Graduating Paper : 2019 + 157 pages

Bibliography : 23 Books + 10 Journals + 4 Websites + 4 Interviews

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 Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping. In this context, this research would discuss how the hospital could widen the market in 2018 and how the implementation of the communication activity in Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping. 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 participants of this research were people who have responsibility and authority in marketing communication who consisted The head of public relation and marketing, staff of public relation and marketing. 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 Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping in 2018, 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 us advertising, personal selling, sales promotion, public relation, and direct marketing.

Keywords : communication strategy marketing, hospital marketing, advertising