

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH SAKIT
PKU MUHAMMADIYAH GAMPING TAHUN 2018

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh

ARYANDA ADIB HAIDAR ALTHAF

20120530268

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping Tahun 2018” adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila di kemudian hari terdapat karya ini merupakan plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari pihak UMY yang sudah di tentukan.

Aryanda Adib Haidar Althaf

Penulis

MOTTO

“Orang akan tetap pandai selama dia terus belajar, bila dia berhenti belajar karena merasa sudah pandai, mulailah dia bodoh”

(KH. Ahmad Mustofa Bisri)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam mendapatkan gelar S-1, penulis membuat hasil karya yang disebut skripsi. Demi orang-orang tercinta penulis berusaha keras untuk menyelesaikan skripsi. Dan akhirnya penulis telah berhasil menyelesaikan skripsi ini. saya selaku penulis dan pembuat skripsi, saya persembahkan kepada :

1. Kedua orangtua penulis, Bapak Arif Riyanto dan Ibu Budnar Suryanti Wulandari, yang senantiasa memberi semangat, dukungan, motivasai dan doa yang tak henti-hentinya kepada penulis.
2. Dik Rezkia Khairunissa Althaf yang selalu menjadi penyemangat penulis dengan keriangannya disaat penulis menghadapi hari-hari yang berat.
3. Seluruh Keluarga Besar Asnawi Bruno Purworejo dan Keluarga Besar Pujo Sumarto Klaten Jawa Tengah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan benar dan baik. Tak lupa juga kepada pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis saat memulai hingga menyelesaikan skripsi ini. Melalui tulisan berikut, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kesehatan fisik dan selalu memberikan yang terbaik bagi hamba-Nya.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S. IP., M. Si, selaku Sekretaris Ilmu Program Studi Ilmu Komunikasi, sekaligus sebagai dosen pembimbing penulis, yang sabar menghadapi penulis dalam bimbingan skripsi, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
3. Ibu Suciati, S. Sos., M. Si., dan Ibu Ayu Amalia S.Sos, M.A., selaku dosen penguji dalam sidang pendadaran skripsi, yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis.
4. Ibu Laili Nailulmuna, selaku Kepala Bagian Humas dan Marketing RS PKU Muhammadiyah Gamping dan Mas Farkhan Hakim yang telah bersedia ikut membantu penulis dalam penelitian ini berlangsung.

5. Keluarga Besar Sok Penak Sok Ora (Rendi aw, Dimas kerbao, Reza mbodeh, Alfian suling sakti dan adine Yoga panglima triltua bantul raya, Jimi selalu biru tur mangkeli, Mares wong adoh, Guruh iwak petewele dan adine Chandra miun solopok, Bimo pawang doro, Chandra cupu, Fian umbel a.k.a Semprong, Sijo Tri Atmojo, Yuananda kamu dimana dan juga Rama Song, tanpa kalian semua hidupku hampa.
6. Semua Dosen Ilmu Komunikasi atas segala ilmu yang telah diberikan selama dibangku kuliah.
7. kawan-kawan seperjuangan angkatan 2012 yang tak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak suasana meriah di masa menjadi mahasiswa UMY.
8. Staff progam studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Pak Jono, Pak Mur, Mbak Siti yang telah membantu, dan selalu mengingatkan serta selalu mengupdate informasi juga kebutuhan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh pihak yang tak bisa disebutkan satu persatu, dalam membantu penulis ketika membutuhkan hiburan dan kesehatan rohani.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
.....	7
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Secara Teoritis.....	9
2. Secara Praktis.....	10
E. Kerangka Teori.....	10
1. Komunikasi Pemasaran.....	19
2. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	36
F. Metode Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian.....	36
2. Lokasi Penelitian.....	36
3. Teknik Pengumpulan Data.....	37
a. Wawancara atau Interview.....	39
b. Observasi.....	40
4. Teknik Analisis Data.....	42
5. Uji Validitas Data.....	

BAB II: GAMBARAN UMUM RUMAH SAKIT PKU MUHAMMADIYAH GAMPING.....	44
A. Sejarah RS PKU Muhammadiyah Gamping.....	46
B. Kondisi saat ini.....	46
1. Lingkup pelayanan.....	47
2. Sumber Daya Insani.....	
C. Falsafah, Visi Misi, Tujuan dan Motto RS PKU Muhammadiyah Gamping	49
1. Falsafah Dasar.....	51
2. Visi	51
3. Misi	51
a. Misi Pelayanan Publik/Sosial	51
b. Misi Pendidikan.....	52
c. Misi Penelitian dan Pengembangan.....	52
d. Misi Dakwah.....	52
4. Tujuan	52
5. Motto.....	54
D. Struktur Organisasi.....	54
E. Peran Humas Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping.....	55
1. Kegiatan Internal Humas.....	55
a. Program menjaga hubungan baik dengan dokter.....	55
b. Kegiatan <i>Pers Release</i>	57
c. Kegiatan Advertorial	58
d. Laporan Bulanan.....	58
e. Menganalisis dan mengkliping berita	60
2. Komunikasi Internal Humas	60
a. Komunikasi Antara Humas dan Karyawan	61
b. Rapat manajemen dan karyawan	61
c. Sistem informasi melalui telepon	62

d. Majalah internal	62
e. Papan pengumuman	64
3. Kegiatan Eksternal Humas	64
a. Kegiatan PKU Peduli	64
b. Kegiatan Bakti Sosial	65
c. Seminar Kesehatan	66
d. Kegiatan Donor Darah	66
e. Pengobatan Gratis	66
4. Komunikasi Eksternal Humas	66
a. Merayakan Ulang Tahun Pasien	68
b. Menjalin Hubungan Baik Dengan Wartawan	69
c. Poster.....	69
d. Brosur.....	70
e. Banner.....	70
f. Website.....	70
.	70
5. Peran Humas Dalam Penanganan Krisis.....	72
a. Tindak Lanjut Komplain	73
b. Penyelesaian Masalah Perusahaan.....	73
BAB III: SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	
A. Sajian Data	73
1. Strategi Komunikasi Pemasaran RS PKU Muhammadiyah Gamping.....	85
2. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping	105
a. Periklanan (Advertising)	109
b. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	112
c. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	114
d. <i>Public Relations</i> dan <i>Publisitas</i>	115

e. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	120
B. ANALISIS DATA	122
1. Tahapan Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	124
a. Tahap menentukan anggaran biaya promosi	125
b. Tahap menentukan target audiens	126
c. Tahap menentukan bauran promosi	
d. Tahap evaluasi komunikasi pemasaran	127
2. Hasil Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran RS PKU Muhammadiyah Gamping.....	131
a. Periklanan (advertising)	139
b. Penjualan pribadi (personal selling)	140
c. <i>Promosi penjualan</i> (Sales Promotion)	142
d. <i>Public Relations dan Publisitas</i>	146
e. Pemasaran langsung (<i>direct marketing</i>)	146
BAB IV: PENUTUP.....	147
A. Kesimpulan.....	149
B. Saran.....	
DAFTAR PUSTAKA.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Contoh announcemen talk show bincang sehat	88
Gambar 3.2	Contoh tayangan aktivitas rumah sakit di koran.....	91
Gambar 3.3	Contoh leaflet tentang informasi pelayanan RS PKU Muhammadiyah Gamping	92
Gambar 3.4	Contoh brosur kegiatan khitanan massal.....	94
Gambar 3.5	Penempatan brosur dan leaflet di ruang bangsal.....	94
Gambar 3.6	Display Standing Banner pelayanan BPJS RS PKU Muhammadiyah Gamping di depan pintu masuk ruang tunggu	97
Gambar 3.7	Display Standing Banner pelayanan keluhan dan jasa raharja di bagian pintu masuk UGD.....	97
Gambar 3.8	Pemasangan poster tentang langkah- langkah mencuci tangan ditempatkan pada ruang lift.....	99
Gambar 3.9	Display Tagline “AMANAHA” (Antusias, Mutu, Aman, Nyaman, Akurat dan Handal) dan penempatan brosur dan leaflet pada ruang tunggu utama.....	99
Gambar 3.10	Penempatan Display LCD di ruang tunggu utama.....	100
Gambar 3.10	Tampilan Website RS PKU Muhammadiyah Gamping.....	103
Gambar 3.11	Tampilan Facebook RS PKU Muhammadiyah Gamping.....	103
Gambar 3.12	Tampilan layanan Pusat Jantung Terpadu di Instagram RS PKU Muhammadiyah Gamping.....	103
Gambar 3.13	Tampilan Instagram RS PKU Muhammadiyah Gamping.....	104
Gambar 3.14	Event Senam Lansia Persadia (Persatuan Diabetes Indonesia) di halaman RS PKU Muhammadiyah Gamping.....	110
Gambar 3.15	Seminar Kesehatan yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2017	113