

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA
RUMAH SAKIT UMUM MENTENG MITRA AFIA



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan
Komunikasi Digital**

WARDAH LUTFI

1408520046

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI
DIGITAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2024

LEMBAR ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT DAN
KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia adalah benar – benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 27 Juni 2024



Wardah Lutfi

NIM. 1408520046

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

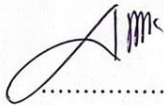

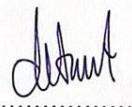

Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wajid, Ph.D

NIP. 198107182008011016

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, M.Si</u> NIP. 198104042009121004 Ketua Sidang		4 Juli 2024
2.	<u>Anggun Nadia Fatimah, M.Si</u> NIP. 199002212022032007 Dosen Pembimbing		4 Juli 2024
3.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si</u> NIP. 199509222022032020 Dosen Penguji Ahli		4 Juli 2024
4.	<u>Menati Fajar Rizki, M.I.Kom</u> NIP. 0026128810 Sekretaris Sidang		4 Juli 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas kasih setia dan kebaikan Nya yang memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul skripsi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepadajunjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan teladan dan petunjuk bagi umat manusia.

Penulisan skripsi ini merupakan bagian dari tahapan akhir dari perjalanan studi penulis di Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak yang dengan tulus penulis ucapkan terima kasih.

Pertama-tama, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu Anggun Nadia Fatimah, M.Si, selaku dosen pembimbing penulis, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang berharga sepanjang proses penulisan skripsi ini. Ibu Anggun Nadia Fatimah, M.Si telah dengan sabar membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu saja penulis tak lepas dari arahan dan bimbingan dari berbagai pihak, Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik melalui do'a ataupun dukungan moral. Terkhususnya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wadji, M.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto, M.Si. selaku kepala Koordinator Prodi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta

4. Anggun Nadia Fatimah, M.Si. Selaku dosen pembimbing magang Perusahaan yang telah membimbing praktek selama periode PKL Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia dan sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi.
5. Seluruh Dosen Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
6. Ayah dan Ibu tercinta, Lutfi Aed Rizik Abdat orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia dan di akhirat. Susilawati (Alm) penulis ingin mengucapkan maaf dan terima kasih, maaf mama tidak bisa melihat perjalanan perkuliahan penulis sampai selesai dan terima kasih sudah pernah hadir di hidup penulis, terima kasih atas cinta, kasih sayang yang mama kasih untuk penulis. Rasa rindu yang sering kali membuat penulis terjatuh tertampar realita. Maka, tulisan ini penulis persembahkan untuk mama malaikat cantik di surga.
7. Kepada adik saya, Helmah Lutfi dan Khalifah Lutfi terima kasih tidak pernah berhenti memberi segala motivasi, doa yang terus dipanjatkan, dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan Pendidikan tinggi ini dengan penuh semangat dan tekad yang besar.
8. Untuk sahabat baik penulis, Astri Aprillia Amrullah A.Md, Aulia Rizka A.Md, Ivan Duniana Putra Pangestu, Seskia Pietyana Dwi Senewe S.Ak, Vincha Pradeni A,Md. Kom. Terima kasih telah mendukung dan memberikan semangat untuk tetap mengerjakan Skripsi penulis.
9. Teman – teman seperjuangan D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020 yang telah bersama – sama melewati perkuliahan dari awal semester hingga akhir perkuliahan.
10. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit

apapun proses penyusunan skripsi ini dengan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri

11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, semoga diberi kemudahan dan keberkahan selalu menyertai kita

Jakarta, 27 Juni 2024


Wardah Lutfi





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220 Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Wardah Lutfi
NIM : 1408520046
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat Email : Wardahlutfi27@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

**Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Rumah Sakit Umum
Menteng Mitra Afia**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Juni 2024

Penulis

Wardah Lutfi

ABSTRAK

Wardah Lutfi (1408520046) STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA RUMAH SAKIT UMUM MENTENG MITRA AFIA, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2024; 93 Halaman; 6 Lampiran; 3 eBook; 1 Buku; 40 Jurnal

Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia mengalami penurunan jumlah pasien pada masa COVID-19. Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia perlu meningkatkan mutu layanan mereka untuk meningkatkan jumlah pasien. Penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana pemasaran produk pelayanan jasa menggunakan strategi komunikasi pemasaran digital juga hambatan yang dialami selama menjalankan strategi tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode penelitian kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data diperoleh melalui wawancara secara mendalam dengan pihak pengelola Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia. Penelitian ini menggunakan 3 teori yaitu, strategi komunikasi pemasaran, pemasaran digital dan model AISAS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia telah mengutamakan *Social Media Marketing* sebagai strategi komunikasi pemasaran digital. *Instagram* dan *Facebook* digunakan sebagai media utama dalam melakukan strategi promosi rumah sakit. Selain itu Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia juga menjalankan pemasaran melalui media lainnya seperti, *Instanst Messenger* digunakan dalam melakukan komunikasi dua arah dengan konsumen, laman *Website* resmi rumah sakit itu sendiri, dan menjalankan *Media Relations*. Minimnya literasi digital konsumen pada usia lanjut di Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia menjadi hambatan tersendiri bagi Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran digital. dengan adanya hambatan tersebut, Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia juga menjalankan pemasaran secara langsung.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran Digital, Model AISAS, *Social Media Marketing*, Strategi Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

Wardah Lutfi (1408520046) Digital Marketing Communication Strategy in Menteng Mitra Afia Hospital, Final Project Scientific Work, 2024; 93 Pages; 6 Appendix; 3 eBook; 1 Book; 40 Journal

Menteng Mitra Afia General Hospital experienced a decrease in the number of patients during the COVID-19 period. Menteng Mitra Afia General Hospital needs to improve the quality of their services to increase the number of patients. This study aims to explain how marketing products and services uses digital marketing communication strategies as well as the obstacles experienced while implementing this strategy. The method used in this research is descriptive qualitative research method through observation, interviews and documentation. Data was obtained through in-depth interviews with the management of the Menteng Mitra Afia General Hospital. This research uses 3 theories, namely, marketing communication strategy, digital marketing and the AISAS model. The research results show that Menteng Mitra Afia General Hospital has prioritized Social Media Marketing as a digital marketing communication strategy. Instagram and Facebook are used as the main media in carrying out hospital promotion strategies. Apart from that, Menteng Mitra Afia General Hospital also carries out marketing through other media such as Instant Messenger which is used to carry out two-way communication with consumers, the hospital's own official website, and running Media Relations. The lack of digital literacy among elderly consumers at Menteng Mitra Afia General Hospital is an obstacle for Menteng Mitra Afia General Hospital in implementing digital marketing communication strategies. Due to these obstacles, Menteng Mitra Afia General Hospital also carries out direct marketing.

Keywords: Digital Marketing Communication, AISAS Model, Social Media Marketing, Marketing Communication Strategy

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Perumusan Masalah	4
I.3 Batasan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
II.1 Deskripsi Konseptual.....	7
II.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	7
II.1.2 Pemasaran Digital	9
II.1.3 Model AISAS	11
II.2 Penelitian Relevan	12
II.3 Keterkaitan Antar Konsep	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
III.1 Pendekatan dan Metode Penelitian.....	17
III.2 Tempat dan Waktu Penelitian	17
III.3 Subjek Penelitian	17

III.4 Teknik Pengumpulan Data	19
III.5 Teknik Analisis Data	26
III.6 Teknik Kalibrasi Pengabsahan Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	30
IV.1.1 Profil Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia.....	30
IV.2 Hasil Analisis Data	32
IV.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Digital yang diterapkan Oleh Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia.....	32
IV.2.1.1 Pemasaran Digital Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia	36
IV 2.2 Model AISAS	49
IV.2.3 Faktor penghambat dan solusi.....	54
BAB V KESIMPULAN	57
V.1 Kesimpulan.....	57
V.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	lxiii
LAMPIRAN	lxv

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	14
Tabel 3. 1 Profil Narasumber	18
Tabel 3. 2 Panduan Wawancara	21
Tabel 4. 2 Data Jumlah Kunjungan Pasien.....	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep	16
Gambar 4.1 Logo Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia.....	30
Gambar 4.2 Struktur Organisasi RS Menteng Mitra Afia.....	31
Gambar 4.3 Kategori Penyajian Data.....	32
Gambar 4.4 Konten pelayanan “Swab PCR dirumah” RSU Menteng Mitra Afia	37
Gambar 4.5 Tampilan Instagram Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia.....	39
Gambar 4.6 Fitur IG Live dan Reels	40
Gambar 4.7 Jadwal Praktik Dokter dan POLIKLINIK	40
Gambar 4.8 Contoh konten informasi RSU Menteng Mitra Afia	41
Gambar 4.9 Promo yang disajikan RSU Menteng Mitra Afia	43
Gambar 4.10 Media Sosial Facebook dan fitur Stories.....	44
Gambar 4.11 Fitur pelayanan pada website	46
Gambar 4.12 Instant Mesenger.....	47
Gambar 4.13 Daftar kerja sama RSU Menteng Mitra Afia.....	48
Gambar 4.14 Google Review	50
Gambar 4.15 Pencarian Rumah Sakit Umum Menteng Mitra Afia	51
Gambar 4.16 Percakapan kolom komentar	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Transkrip Wawancara Kepala Bidang Marketing Rumah Sakit Menteng Mitra Afia.....	lxv
Lampiran 2	Transkrip Wawancara Staff Rumah Sakit Menteng Mitra Afia	lxxii
Lampiran 3	Transkrip Wawancara followers akun RSU Menteng Mitra Afia.	lxxvi
Lampiran 4	SURAT PERMOHONAN PENELITIAN	lxxx
Lampiran 5	FORMULIR KEGIATAN BIMBINGAN TUGAS AKHIR	lxxxii
Lampiran 6	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	lxxxiii

