

1633/KOM-D/SD-SI/2014

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU RUMAH
SAKIT IBNU SINA PEKANBARU**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi**



OLEH :

MURTADHA HABIBI

11043102810

**PROGRAM SI
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

PEKANBARU

2014



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box.1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “ **Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Rumah Sakit Ibnu Sina Pekanbaru**” yang ditulis oleh:

Nama : Murtadha Habibi
NIM : 11043102810
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam sidang ujian panitia sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 22 April 2014


Dapat diterima oleh Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Pekanbaru, April 2014
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi


DR. Yasril Yazid, M.I.S
NIP.19720429 200501 1 004

Panitia Ujian Munaqasah

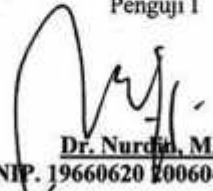
Ketua


Drs. H. Abdul Rachman, M.Si
NIP.19520828 197903 1 005

Sekretaris


Mardhiah Rubani, M.Si
NIP. 19799302 200701 2 023

Penguji I


Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 190604 1 015

Penguji II


Toni Hartono, M.Si
NIP.19780605 200701 1 024

ABSTRAK

“Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Rumah Sakit Ibnu Sina Pekanbaru”

Oleh : Murtadha Habibi

Kesehatan merupakan sesuatu yang sangat berharga saat ini, banyak orang yang rela mengeluarkan uang banyak demi kesehatan. Hal ini membuat semakin banyaknya rumah sakit yang menjamur di Indonesia Khususnya di Pekanbaru, Riau. Dengan banyaknya rumah sakit ini maka akan terjadi persaingan diantara rumah sakit yang ada di Pekanbaru untuk menarik simpati pasiennya agar memilih rumah sakit mereka. Selain itu maraknya masyarakat Riau yang berobat keluar negeri seperti ke Malaysia dan Singapura menambah pekerjaan berat rumah Sakit yang ada di Pekanbaru khususnya Rumah Sakit Ibnu Sina untuk mempromosikan Rumah Sakit Ibnu sina agar meningkatnya jumlah pelanggan. Apalagi seperti kita lihat hasil dari *medical record* Rumah Sakit Ibnu Sina menunjukkan terjadinya penurunan jumlah pasien pada tahun 2013. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu rumah sakit Ibnu Sina Pekanbaru dalam mempromosikan rumah sakit Ibnu Sina.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif kualitatif. Data primer diperoleh dari wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi sebagai bahan perlengkapan.

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Ibnu Sina Pekanbaru.. Yang menjadi subjek penelitian adalah divisi *corporate relations* dan Humas dan *costumer care*, dan objek penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Rumah Sakit Ibnu Sina Pekanbaru.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rumah sakit Ibnu Sina Pekanbaru sudah menjalankan strategi komunikasi pemasaran terpadu sebagaimana mestinya. Mulai dari kegiatan menciptakan produk (*Product*), harga (*Price*), distribusi (*Place*) hingga promosi (*Promotion*) yang terdiri dari berbagai kegiatan seperti iklan (*advertising*), pemasaran langsung (*Direct Marketing*), penjualan promosi (*Sales Promotion*), penjualan personal (*Personal Selling*), pemasaran interaktif (*Interactive Marketing*) hingga kegiatan hubungan masyarakat (humas). Mereka menggunakan berbagai macam media dalam melakukan komunikasi pemasaran terpadu tersebut, ada yang melalui media cetak, media penyiaran, media internet maupun media telekomunikasi. Semua ini dilakukan untuk upaya dalam mempromosikan rumah sakit Ibnu Sina. Walaupun masih ada kegiatan-kegiatan yang seharusnya bisa di optimalkan tapi kenyataannya tidak berfungsi dengan baik. Hanya saja hingga saat ini belum ada alat yang dapat mengukur sejauh mana strategi tersebut memberikan efek yang besar bagi peningkatan jumlah pelanggan di rumah sakit Ibnu Sina.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas rahmat dan hidayahnya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir. shalawat beserta salam juga disampaikan kepada Rasulullah, Nabi Muhammad SAW. Semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti. Amiin.

Adapun penulis menulis skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan sembangsih pikiran, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, Ayahanda H. Sipurdin dan Ibunda Hj. Mardia. Terima kasih sedalam-dalamnya atas kasih sayang yang selama ini kalian berikan tanpa rasa lelah dan pamrih.
2. Saudara-saudara tercinta, Tuti Sumarni yang sudah menjadi kakak terbaik selama ini, Dian Pratama yang sudah menjadi abang ipar yang baik, dan juga dua keponakan mungilku Yudha Adrian Pratama dan Yolla.
3. Seluruh Keluarga yang sudah mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Suhaimi D, M.Si dan Bapak Yantos, M.Si selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan bimbingan dan motivasi serta masukan demi kesempurnaan Skripsi ini.

5. Prof.Dr.H.M.Nazir, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. DR. Yasril Yazid M.IS selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
7. Prof.DR.Amril,M.A yang (dulu) juga menjabat sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
8. Bapak Firdaus Elhadi selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
9. Bapak Toni Hartono, M.si yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
10. Ibu Nurjanis, Ma. Yang (dulu) juga menjadi Penasehat Akademis.
11. Bapak Musfialdy, M.Si selaku Penasehat Akademis.
12. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu dan semangat kepada penulis.
13. Seluruh karyawan dan karyawan yang sudah membantu saya selama proses administrasi serta regulasi.
14. Karyawan dan Karyawan Rumah Sakit Ibnu Sina yang selama ini membantu proses penelitian khususnya buat Bapak Ridho, Ibu Ivo, serta Bapak Zacky yang sudah menerima saya dengan ramah dan baik hati.
15. Sahabat-sahabat terbaik khusus Manggalesoh : Mulya Abdul Syukur, Ismi Trisnawati, Keizerina CH, Novri Randi, Rahmat Furqon. Dan juga sahabat Devi Tri Wahyuni, Dina Nurul Syafira, Fitri Syafrizal, Martika Oetami, Sinta Sari, Rossy Noveriau Effendi, Tilla Rahma Yesa, Junaidi EP, Eko Saputra terima

kasih untuk kebersamaan dan bantuan diberikan selama ini. Semoga Allah SWT membalasnya.

16. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi (D) angkatan 2010, Public Relations A (2010), terima kasih untuk bantuan dan semangat yang diberikan.
17. Terimakasih juga buat sahabat-sahabat Sepatu (XI IPA 1) MAN 1 Pekanbaru yang sudah mendukung kelancaran kuliah saya selama ini. dan juga untuk sahabat-sahabat MAN 1 Pekanbaru Saya, Fathimahtuzzahrok S.Pd, Alfy Khairini, Elza Rahmadiani.
18. Terimakasih untuk teman-teman kos saya yang selama ini sudah menjadi keluarga kedua bagi saya, Rio Naldi, Ragil Tri Susila, Ondo Alhuda,Ahmad Junaidi, Sandy, Yudi Kirana, Fauzi, Mhd Mahbub Mahmuzi.

Dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terima kasih banyak atas bantuannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Saran dan kritik yang membangun penulis terima dengan segala kerendahan hati.

Pekanbaru, 10 April 2014

Penulis

Murtadha Habibi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I : PENDAHULUAN.	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	3
C. Penegasan Istilah.....	4
D. Permasalahan.	5
1. Identifikasi Masalah	5
2. Batasan Masalah.....	5
3. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Kajian Terdahulu	7
G. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional	10
1. Kerangka Teoritis	10
2. Konsep Operasional	32
H. Metodologi Penelitian.....	33
1. Metode penelitian.	33
2. Lokasi penelitian	33
3. Subjek dan Objek Penelitian	33
4. Sumber Data	34
5. Teknik Pengumpulan Data	34
6. Analisis data	36

I. Sistematika Penulisan	36
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	37
A. Sejarah Rumah Sakit Ibnu Sina	37
B. Logo Rumah Sakit Ibnu Sina	40
C. Visi dan Misi.....	40
D. Ketenagaan.....	41
E. Sarana dan Prasarana Medis	42
F. Layanan Poliklinik	43
G. Produk	44
H. Fasilitas Rawat Inap	51
I. Fasilitas Umum	52
J. Fasilitas IT.....	53
K. Program Khusus	53
L. Relasi	53
M. Perwakilan.....	54
BAB III : PENYAJIAN DATA	55
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Rumah Sakit Ibnu Sina Pekanbaru.....	55
1. Produk (<i>Product</i>)	56
2. Harga (<i>price</i>).....	57
3. Distribusi (<i>Place</i>).....	58
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	59
a. Iklan.....	59
b. Direct Marketing.....	61
c. Sales Promotion	63
d. Personal Selling	65
e. Interactive Marketing	67
f. Humas	69

BAB IV : TEKNIK ANALISI DATA	71
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Rumah Sakit	
Ibnu Sina Pekanbaru	71
1. Produk (<i>Product</i>).....	72
2. Harga (<i>price</i>).....	73
3. Distribusi (<i>Place</i>).	74
4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	75
a. Iklan.....	77
b. Direct Marketing.....	78
c. Sales Promotion	80
d. Personal Selling	81
e. Interactive Marketing	82
f. Humas	83
 BAB V : PENUTUP	 85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	87
 DAFTAR PUSTAKA.....	 88
LAMPIRAN	