

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* RUMAH SAKIT HAPPY  
LAND MEDICAL CENTRE DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK  
LAYANAN KESEHATAN DAN FASILITAS MODERN**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh**

**SARWO EDDY WIBOWO**

**20060530111**

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

**2010**

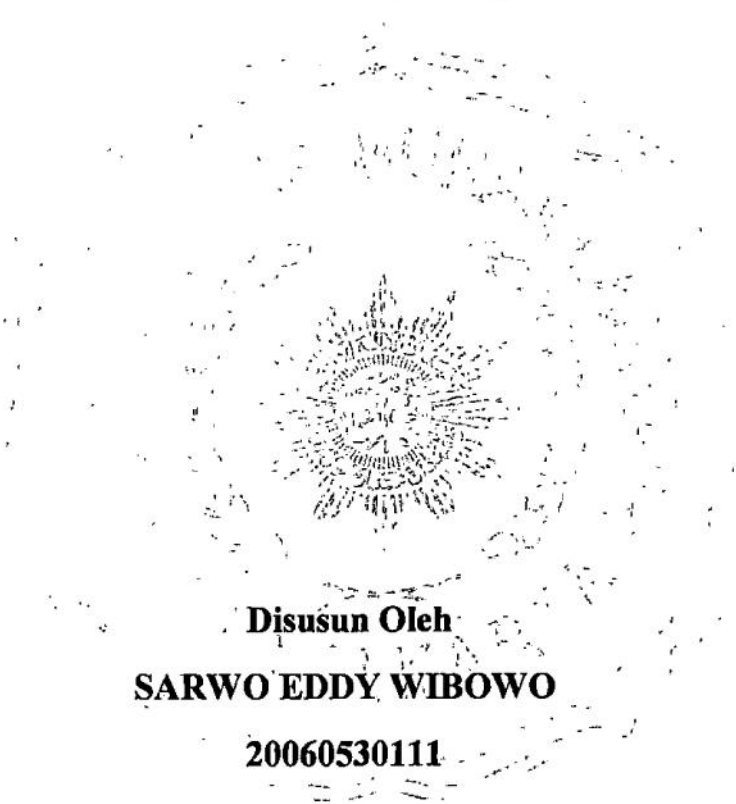
**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* RUMAH SAKIT HAPPY  
LAND MEDICAL CENTRE DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK  
LAYANAN KESEHATAN DAN FASILITAS MODERN**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh**  
**SARWO EDDY WIBOWO**  
**20060530111**

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

**2010**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji Jurusan Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta :

Hari : Rabu  
Tanggal : 10 November 2010  
Tempat : R. Lab. Editing  
Dengan nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM

Penguji I

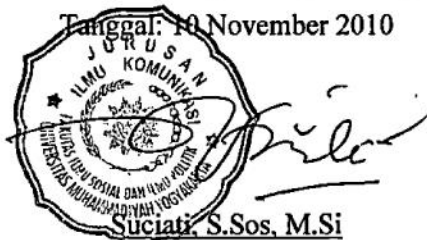
Aswad Ishak, S.IP

Penguji II

Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal: 10 November 2010



Suciati, S.Sos, M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat / menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya

Sarwo Eddy Wibowo

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji peneliti panjatkan kehadirat ALLAH. SWT atas segala limpahan hidayah dan inayah-Nya dan tidak lupa shalawat serta salam kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW serta kepada keluarga , sahabat, beserta orang-orang yang menghidupkan sunnah beliau secara benar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* RUMAH SAKIT HAPPY LAND MEDICAL CENTRE DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK LAYANAN KESEHATAN DAN FASILITAS MODERN.**

Peneliti mengharapkan adanya transfer ilmu dan masukan yang membangun agar nantinya menjadi lebih bermanfaat karena penulisan skripsi ini selain sebagai syarat memperoleh gelar kesarjanaan, juga dorongan supaya penulis dapat meneruskan ke jenjang yang lebih tinggi. Dengan terselesaikannya skripsi ini, tidak lupa peneliti ucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Ir. H. M. Dasron Hamid M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2. Ibu Suciati S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Ibu Yeni Rosilawati S.IP, S.E, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang dengan sabar membimbing peneliti dalam mengerjakan skripsi selama 12 bulan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Bapak Aswad Ishak S.IP selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan masukan serta perbaikan skripsi kepada peneliti.
5. Bapak Fajar Iqbal S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah banyak memberikan transfer ilmu, kritikan, dan membantu peneliti dalam memperbaiki skripsi.
6. Seluruh jajaran Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
7. Seluruh Civitas akademik, staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Semua Pihak yang telah banyak membantu penelitian skripsi ini.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>III</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>IV</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>V</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>VI</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR DAN TABEL .....</b>	<b>XIV</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>XV</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kerangka Teori.....	10
1. Strategi Marketing Public Relations sebagai teori .....	10
2. Peranan MPR.....	16
3. Faktor-faktor dibutuhkannya MPR .....	20
4. Alat-alat dalam MPR .....	22
5. MPR sebagai Strategi .....	24
6. Tinjauan tentang Humas dan Pemasaran Rumah Sakit.....	39
a. Departemen PR Rumah Sakit .....	39

b. Pemasaran Rumah Sakit .....	42
F. Kerangka Konsep .....	44
G. Metode Penelitian .....	45
1. Jenis Penelitian.....	45
2. Objek Penelitian.....	47
3. Lokasi .....	47
4. Sumber Data .....	47
5. Teknik Pengumpulan Data .....	48
6. Teknik Analisa Data .....	50
a. Reduksi Data .....	50
b. Penyajian Data .....	51
c. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi .....	51
<b>BAB II DESKRIPSI UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>52</b>
A. Deskripsi Tempat Penelitian .....	52
B. Logo Perusahaan .....	54
C. Visi dan Misi Rumah Sakit .....	54
D. Jenis Pelayanan Rumah Sakit .....	55
E. Struktur Organisasi Rumah Sakit .....	64
<b>BAB III SAJIAN DATA .....</b>	<b>75</b>
A. Deskripsi Hasil Temuan Data	
1. Strategi Marketing Public Relations RS. Happy Land .....	75
2. Kedudukan dan Fungsi PR .....	86
3. Perencanaan Marketing Public Relations .....	94



a. Analisis situasi .....	103
b. Mengidentifikasi pasar sasaran .....	112
c. Menetapkan Pasar Sasaran.....	115
d. Menetapkan Tujuan komunikasi .....	117
e. Media .....	118
f. Kalender Kegiatan .....	119
g. Anggaran .....	120
4. Implementasi Strategi .....	121
a. Menentukan <i>Pull Strategy</i> .....	122
b. Menentukan <i>Push Strategy</i> .....	139
c. Menentukan <i>Pass Strategy</i> .....	140
5. Evaluasi Strategi MPR RS. Happy Land .....	143
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>151</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>184</b>
A. Kesimpulan .....	184
B. Saran .....	187
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>191</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1.1 Segitiga Emas Strategi <i>Marketing Public Relations</i> .....	10
Tabel 1.1 Trilogi Strategi MPR .....	39
Gambar 2.1 Struktur Organisasi RS. Happy Land .....	74
Gambar 3.1 Seminar Persalinan Normal dan Caesar .....	79
Gambar 3.2 Bagan Divisi <i>Marketing</i> RS. Happy Land .....	89
Gambar 3.3 Seminar / Talkshow .....	123
Gambar 3.4 Goody Bag dan Materi Seminar .....	126
Gambar 3.5 Tes IFA Gratis .....	133
Gambar 3.6 <i>Workshop</i> .....	134
Tabel 3.1 Indikator Evaluasi .....	148