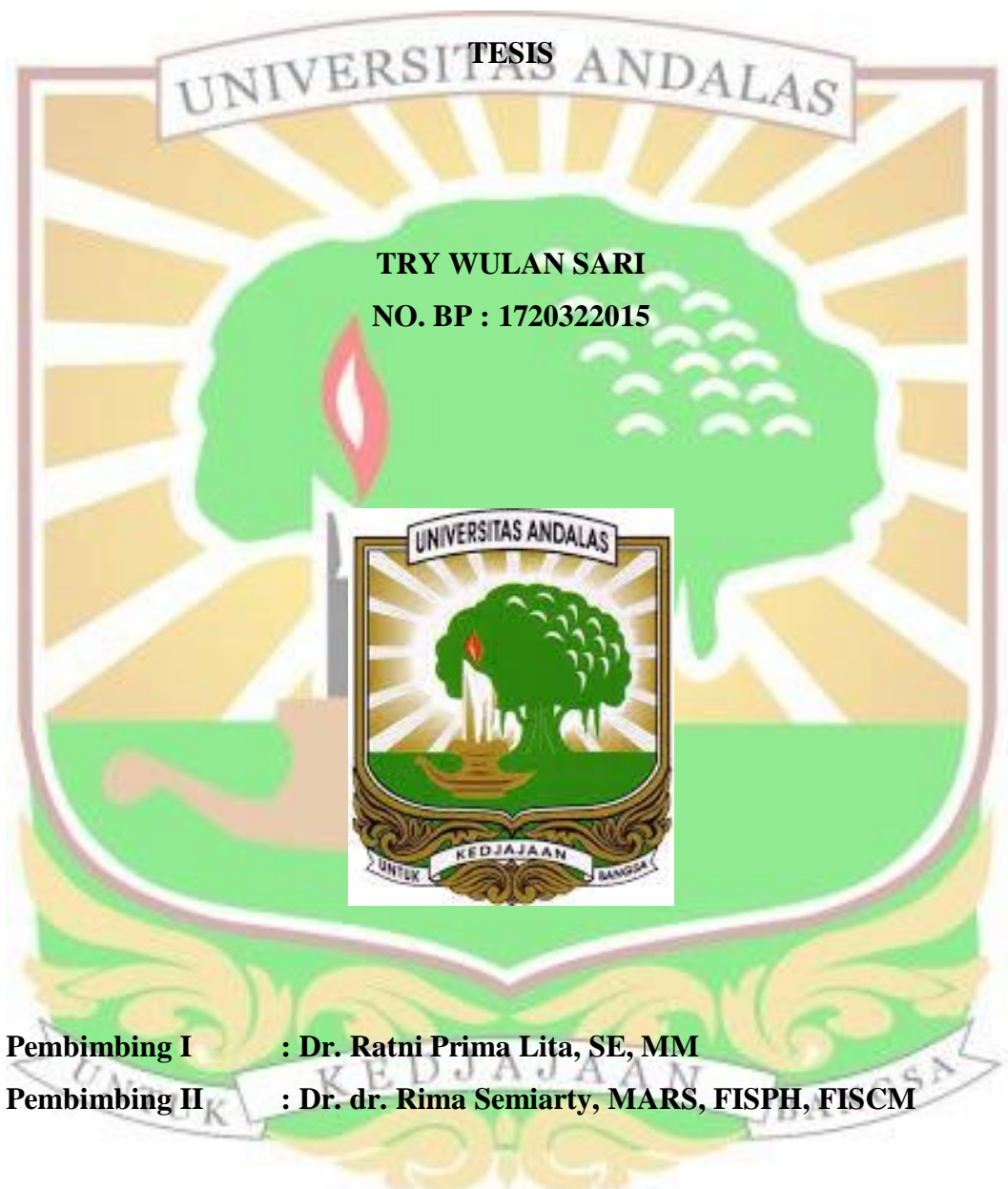


**RANCANGAN PROGRAM *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* (IMC) RS NAILI DBS**



TESIS

TRY WULAN SARI

NO. BP : 1720322015

Pembimbing I : Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM

Pembimbing II : Dr. dr. Rima Semiarty, MARS, FISPH, FISCMI

**PROGRAM STUDI PASCASARJANA KESEHATAN MASYARAKAT
FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2020

**RANCANGAN PROGRAM *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* (IMC) RS NAILI DBS**



**TRY WULAN SARI
1720322015**

TESIS

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Magister Kesehatan Masyarakat Pada
Program Pascasarjana
Universitas Andalas**

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ANDALAS

2020

RANCANGAN PROGRAM *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC) RS NAILI DBS

Oleh : TRY WULAN SARI (1720322015)

(Di bawah bimbingan : Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM dan
Dr. dr. Rima Semiarty, MARS)

ABSTRAK

Pendahuluan: *Integrated Marketing Communication* (IMC) merupakan konsep komunikasi yang menjanjikan, lebih dari sekadar integrasi, koordinasi, dan penyatuan instrumen komunikasi. IMC membahas tentang posisi strategis, masalah manajerial, organisasi dan personal, serta hubungan satu dengan yang lainnya. IMC berpotensi besar dalam mempengaruhi kinerja bisnis, untuk memberikan keunggulan kompetitif pada perusahaan, untuk meningkatkan ekuitas merek, dan untuk memastikan efektivitas dan konsistensi komunikasi dengan memfasilitasi pencapaian komunikasi dan tujuan pemasaran

Tujuan : Untuk dapat membangun rancangan program *Integrated Marketing Communication* (IMC) RS Naili DBS

Metode: Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode *Grounded Theory*. Penelitian dilakukan di RS Naili DBS yang dimulai bulan April sampai dengan Desember 2019

Kesimpulan: Program pemasaran yang dilakukan oleh RS Naili DBS saat ini belum terlaksana secara optimal ditandai dengan penurunan kunjungan pasien baru. Rancangan program IMC RS Naili DBS melalui delapan parameter yaitu *advertising* dimana rumah sakit dapat melaksanakan iklan internet yang berisikan *testimony* atau *endorsement* serta pemasangan papan reklame/*billboard*, *sales promotion* dapat dilaksanakan melalui program loyalitas melalui komunitas pelanggan. *Sales people* dalam *personal selling* dapat melakukan penjualan kepada FKTP dikarenakan 89 % pasien RS Naili DBS adalah peserta BPJS Kesehatan. Kegiatan *public relation/publicity* dilaksanakan melalui majalah perusahaan, *wom* (*word of mouth*) akan lebih optimal dengan meningkatkan mutu pelayanan rumah sakit dan menggunakan *youtube* dan *google video*, *direct marketing* melalui sms/ sms gateway, telepon, dan email, pelaksanaan *interactive marketing* dengan merancang tampilan promosi maupun edukasi pada social media seperti instagram dan facebook, untuk *event/experience* melalui pameran public atau seminar.

Kata Kunci : Rumah Sakit, Program pemasaran, *Integrated Marketing Communication* (IMC)

**INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PROGRAM
DESIGN NAILI DBS HOSPITAL**

by: TRY WULAN SARI (1720322015)

(Supervised by: Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM and
Dr. dr. Rima Semiarty, MARS)

ABSTRACT

Introduction: *Integrated Marketing Communication (IMC) is a promising communication concept, more than just integration, coordination and unification of communication instruments. IMC discusses strategic positions, managerial, organizational and personal issues, and relationships each other. IMC has great potential in influencing business performance, providing competitive advantage to companies, increasing brand equity, and to ensure the effectiveness and consistency of communication by facilitating the achievement of communication and marketing objectives*

Objective: *To be able to build the design of the Integrated Marketing Communication (IMC) program at Naili DBS Hospital*

Method: *Qualitative research using the grounded theory method was conducted at the Naili DBS Hospital which began in April to December 2019*

Conclusion: *The marketing program conducted by DBS Naili Hospital currently not optimally implemented, marked by a decrease in new patient visits. The design of the IMC program for Naili DBS Hospital through eight parameters namely advertising where hospitals can carry out internet advertisements containing testimonials or endorsements as well as the installation of billboards, sales promotion can be implemented through a loyalty program through the customer community. Sales people in personal selling can sell to FKTP because 89% of patients at Naili DBS Hospital are BPJS Health participants. Public relations/publicity activities carried out through company magazines, WOM (word of mouth) will be more optimal by improving the quality of hospital services and use youtube or google video, direct marketing via sms/sms gateway, telephone, and email, implementing interactive marketing by designing promotional displays and education on social media such as Instagram and Facebook, for events/experiences through public exhibitions or seminars.*

Keywords : *Hospital, Marketing program, Integrated Marketing Communication (IMC)*