

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PROMOSI  
RSUD DOLOKSANGGUL  
TAHUN 2018**

**TESIS**

**Oleh:**

**BENNY MARIA LUMBANTORUAN  
1602011009**



**PROGRAMSTUDI S2 ILMU KESEHATAN MASYARAKAT  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
INSTITUT KESEHATAN HELVETIA  
MEDAN  
2018**

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PROMOSI  
RSUD DOLOKSANGGUL  
TAHUN 2018**

**TESIS**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memeroleh Gelar Magister Kesehatan Masyarakat (M.K.M.)  
pada Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat  
Fakultas Kesehatan Masyarakat  
Institut Kesehatan Helvetia**

**Oleh:**

**BENNY MARIA LUMBANTORUAN  
1602011009**



**PROGRAMSTUDI S2 ILMU KESEHATAN MASYARAKAT  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
INSTITUT KESEHATAN HELVETIA  
MEDAN  
2018**



## **PANITIA PENGUJI TESIS**

**Telah diuji pada tanggal :**

---

## **PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

**Ketua : Prof. Dr. dr. Thomson P Nadapdap, M.Kes., Epid**

**Anggota : 1. dr. Deli Theo, Sp.PK., MARS**

**2. Dr. Dede Ruslan, M.Si**

**3. Dr. dr. Arifah Devi Fitriani, M.Kes**

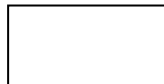
---

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister Kesehatan Masyarakat (M.K.M), diFakultas Kesehatan Masyarakat Institut Kesehatan Helvetia.
2. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan masukan tim penelaah/tim penguji.
3. Dalam Tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Medan, Oktober 2018  
Yang membuat pernyataan,



(BENNY MARIA LUMBANTORUAN)  
NIM1602011009

## **ABSTRACT**

### **COMMUNICATION STRATEGY IN DOLOKSANGGUL HOSPITAL PROMOTION 2018**

**BENNY MARIA LUMBANTORUAN  
1602011009**

*Utilization of Doloksanggul District Hospital Humbanghasundutan District has increased every year, but if viewed from the BOR of the hospital, it is still far from below standard. This situation still needs to increase the promotion of hospitals to the community. The success of promotional activities is determined by determining the communication strategy. This study aims to find out the strategies and forms of communication in the promotion of the Doloksanggul Regional General Hospital.*

*This type of research is a qualitative descriptive method with a phenomenological approach. The key informants in this study were 4 marketing staff of Doloksanggul Regional General Hospital and 2 supporting informants were patients or the community. Data obtained by questionnaires and in-depth-interview. Data processing techniques are carried out by organizing data, classifications and data categories and testing assumptions.*

*The results showed that communication strategies in the promotion of Doloksanggul District Hospital with personal selling tended to be less, sales selling tended to be poor, mass selling was good, public relations were good and direct marketing was good.*

*The conclusion in this study that the communication strategy in the promotion of Doloksanggul Regional General Hospital that is already good is personal selling and sales selling, while the communication strategy in the promotion of Doloksanggul Public Hospital that is not good is mass selling, public relations and direct marketing. It is suggested to the Doloksanggul Regional General Hospital to promote hospitals should use communication strategies well, especially with two-way communication, should use more brochures / leaflets with more attractive appearance and content, should be facilitating or mentoring ongoing communication to all human resources in the hospital, should improve service and always involve patients who have been treated to promote the hospital or share the good service they have received.*

*Keywords: Personal Selling, Mass Selling, Sales Selling, Public Relations and Direct Marketing*

**Bibliography : 30 books, 15 journals**

## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PROMOSI RSUD DOLOKSANGGUL TAHUN 2018

BENNY MARIA LUMBANTORUAN  
1602011009

Pemanfaatan RSUD Doloksanggul Kabubapen Humbanghasundutan mengalami kenaikan setiap tahunnya, tetapi jika ditinjau dari BOR rumah sakit masih jauh dari bawah standar. Keadaan ini masih perlu peningkatan promosirumah sakit kepada masyarakat. Keberhasilan kegiatan promosi ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan bentuk komunikasi dalam promosi Rumah Sakit Umum Daerah Doloksanggul.

Jenis penelitian ini adalah metode *deskriptif kualitatif* dengan pendekatan *fenomenologi*. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Pegawai Pemasaran RSUD Doloksanggul sebanyak 4 orang dan informan pendukung adalah pasien atau masyarakat sebanyak 2 orang. Data diperoleh dengan kuesioner dan wawancara mendalam (*in-depth-interview*). Teknik pengolahan data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, klasifikasi dan kategori data dan menguji asumsi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dalam promosi RSUD Doloksanggul dengan *personal selling* cenderung kurang, *sales selling* cenderung kurang baik, *mass selling* sudah baik, *public relation* sudah baik dan *direct marketing* sudah baik.

Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa strategi komunikasi dalam promosi RSUD Doloksanggul yang sudah baik adalah *personal selling* dan *sales selling*, sedangkan strategi komunikasi dalam promosi RSUD Doloksanggul yang tidak baik adalah *mass selling*, *public relation* dan *direct marketing*. Disarankan kepada Rumah Sakit Umum Daerah Doloksanggul untuk melakukan promosi rumah sakit sebaiknya menggunakan strategi komunikasi dengan baik terutama dengan komunikasi dua arah, hendaknya lebih menggunakan penyebaran brosur/leaflet dengan tampilan dan isi yang lebih menarik, hendaknya melakukan pendampingan ataupun bimbingan komunikasi berkelanjutan kepada semua SDM yang ada dirumah sakit, hendaknya meningkatkan pelayanan dan selalu melibatkan pasien yang sudah pernah berobat untuk mempromosikan rumah sakit atau menceritakan pelayanan yang baik yang sudah mereka dapatkan.

**Kata kunci:** *Personal Selling, Mass Selling, Sales Selling, Public Relation dan Direct Marketing*

**Referensi :** 30 buku, 15 jurnal

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul **“Strategi Komunikasi Dalam Promosi Rumah Sakit Umum Doloksanggus Tahun 2018”**.

Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Kesehatan Masyarakat (M.K.M) pada Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat Institut Kesehatan Helvetia. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan berbagai pihak, baik dukungan moril, materil dan sumbangan pemikiran. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr.dr. Hj. Razia Begum Suroyo, M.Sc.,M.Kes., selaku Pembina Yayasan Helvetia Medan.
2. Iman Muhammad, S.E, S.Kom, MM, M.Kes, selaku Ketua Yayasan Helvetia Medan
3. Dr. H. Ismail Efendi, M.Si., selaku Rektor Institut Kesehatan Helvetia Medan
4. Dr. Ayi Darmana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat Institut Kesehatan Helvetia Medan.
5. Anto, SKM., M.Kes., M.M.selaku Ketua Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat Institut Kesehatan Helvetia Medan.
6. Thomson P Nadapdap, Prof., Dr., dr., M.Kes.,Epid selaku Pembimbing I yang telah memberikan, meluangkan waktu dan memberikan pemikiran serta motivasi dalam membimbing penulis selama penyusunan tesis ini.

7. dr. Deli Theo, MARS.,Sp.PK., selaku Pembimbing II yang telah memberikan meluangkan waktu dan memberikan pemikiran dalam membimbing penulis selama penyusunan tesis ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat yang telah mendidik dan mengajarkan berbagai ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Terimakasih kepada pimpinan RSUD Doloksanggul atas kesempatan yang diberikan kepada saya untuk melaksanakan penelitian di RSUD Doloksanggul.
10. Terimakasih kepada suami saya Pungka Sinaga dan anak-anak tercinta Sere dan Vincent yang telah memberi dukungan dan semangat selama pengerjaan penelitian ini.
11. Kepada teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungannya aselama penulis menyelesaikan tesis ini.
12. Semua pihak yang telah membantu dan mendorong baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam penyelesaian tesi sini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran demi kesempurnaan tesis ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan rahmat dan Hidayah-Nya atas segala kebaikan yang telah diberikan.

Medan, Oktober 2018  
Penulis,

**Benny Maria Lumbantoruan**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS**

BENNY MARIA LUMBANTORUAN, Dilahirkan di Siborongborong pada tanggal 02 Oktober 1987 Kabupaten Tapanuli Utara. Anak ketiga dari enam bersaudara pasangan dari Bpk. B. Lumbantoruan (Alm) dan ibu Ratna Hutasoit. Peneliti menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar di SD Negeri No.173271 Kecamatan Siborongborong Kabupaten Tapanuli Utara pada tahun 1999. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 3 Kecamatan Siborongborong dan tamat pada tahun 2002 kemudian melanjutkan Sekolah Perawat Kesehatan (SPK) HKBP di Balige, Kabupaten Toba Samosir selesai pada tahun 2005. Pada tahun 2005 peneliti melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi swasta, tepatnya di Stikes Santa Elisabeth Medan Program Studi D3 Keperawatan dan selesai di tahun 2008. Dari tahun 2008 sampai dengan sekarang Penulis bekerja di instansi pemerintah yaitu RSUD Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan. Pada Tahun 2011 peneliti kemudian melanjutkan pendidikan D4 Keperawatan Medikal Bedah di Poltekkes Kemenkes Medan. Tahun 2011 penulis menikah dengan suami Pungka Sinaga, SPd dan telah dikaruniai 2 orang anak, satu putri (Serenauli) dan satu putra (Vincent). Penulis beralamt di Jln. KK. Lukas, Kompleks Tanah Lapang, Kecamatan Dolok sanggul Kabupaten Humbang Hasundutan. Padatahun 2016 peneliti melanjutkan pendidikan strata dua (S2) di Institut Kesehatan helvetia Medan.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	15
1.3. Tujuan Penelitian .....	15
1.4. Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	17
2.2. Strategi Komunikasi .....	23
2.2.1. Pengertian .....	23
2.2.2. Teori AIDDA .....	24
2.2.3. Perumusan Strategi Komunikasi .....	25
2.2.4. Komunikasi Pemasaran .....	31
2.3. Promosi Rumah Sakit .....	38
2.3.1. Pengertian .....	38
2.3.2. Pentingnya Promosi Rumah Sakit .....	40
2.3.3. Strategi Promosi .....	45
2.3.4. Undang-Undang Tentang Rumah Sakit Tipe C, Periklanan Rumah Sakit dan Etika Promosi Ru- mah Sakit .....	51
2.3.5. Faktor yang Berpengaruh terhadap Promosi Rumah Sakit .....	58
2.4. Landasan Teori .....	62
2.5. Kerangka Berpikir .....	63
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>64</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	64
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	65
3.2.1. Lokasi Penelitian .....	65
3.2.2. Waktu Penelitian .....	65
3.3. Informan .....	65
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	67
3.5. Definisi Konsep .....	70

3.6. Metode Analisis Data.....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>74</b>
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian .....	74
4.1.1 Sejarah .....	74
4.1.2 Visi dan Misi .....	76
4.1.3 Sumber Daya RSUD Doloksanggul .....	76
4.1.4 Kinerja Pelayanan di Bidang Kesehatan.....	77
4.1.5 Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi.....	77
4.1.6 Strategi RSUD.....	79
4.2 Informan.....	80
4.3 Strategi Komunikasi dalam Promosi.....	81
4.3.1. Personal Selling .....	81
4.3.2 Mass Selling .....	87
4.3.3. Sales Selling .....	92
4.3.4 Public Relation .....	96
4.3.5 Direct Marketing .....	102
4.3.6 Strategi Komunikasi .....	108
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>111</b>
5.1 Strategi Komunikasi (Personal Selling) dalam Promosi Rumah Sakit Umum Daerah Doloksanggul ....	111
5.2 Strategi Komunikasi ( <i>Mass Selling</i> ) dalam promosi Rumah Sakit Umum Daerah Doloksanggul.....	115
5.3 Strategi Komunikasi ( <i>Sales Selling</i> ) dalam Promosi Rumah Sakit Umum Daerah Doloksanggul.....	119
5.4 Strategi Komunikasi ( <i>Public Relation</i> ) dalam Promosi Rumah Sakit Umum Daerah Doloksanggul.....	124
5.5 Strategi Komunikasi ( <i>Direct Marketing</i> ) dalam Promosi Rumah Sakit Umum Daerah Doloksanggul.....	126
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>129</b>
6.1 Kesimpulan .....	129
6.2 Saran .....	130
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>133</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>136</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
4.1	Distribusi Informan Berdasarkan Karakteristik.....	81
4.2	Matriks Cara Dalam Mempromosikan Rumah Sakit Agar Masyarakat Tertarik Datang Ke Rumah Sakit.....	81
4.3	Matriks Menyampaikan Visi Misi Rumah Sakit.....	82
4.4	Matriks Memperkenalkan Keunggulan Pelayanan Rumah Sakit .....	82
4.5	Matriks Memperkenalkan Fasilitas Pendukung yang Tersedia Rumah Sakit.....	83
4.6	Matriks Memperkenalkan SDM yang Ada di Rumah Sakit....	84
4.7	Matriks Sistem Pelayanan Rumah Sakit .....	84
4.8	Formulasi Strategi SWOT <i>Personal Selling</i> Rumah Sakit yang Dijalankan Di RSUD Doloksanggul .....	86
4.9	Matriks Pertimbangan Media Yang Cocok Dalam Mempromosikan Rumah Sakit .....	87
4.10	Matriks Media yang Dipilih Dalam Mempromosikan Rumah Sakit .....	88
4.11	Matriks Tehnik dan Cara Mempergunakan Media Yang Dipilih .....	89
4.12	Matriks Desain Media Yang Dipergunakan Mampu Meningkatkan Kunjungan Masyarakat Untuk Datang Berobat Ke Rumah Sakit .....	89
4.13	Formulasi Strategi SWOT <i>Mass Selling</i> Rumah Sakit yang Dijalankan Di RSUD Doloksanggul .....	91

4.14	Matriks Mempromosikan Rumah Sakit dengan Mengikutsertakan Pasien Yang Sudah Pernah Berobat di Rumah Sakit.	92
4.15	Matriks Pasien Yang Sudah Pernah Berobat di Rumah Sakit Diberikan Kesempatan Untuk Menceritakan Pelayanan Yang Dia Dapatkan .....	93
4.16	Matriks Rumah Sakit Menentukan Tarif Secara Global dalam Setiap Pelayanan .....	94
4.17	Formulasi Strategi SWOT <i>Sales Selling</i> Rumah Sakit yang Dijalankan Di RSUD Doloksanggul .....	95
4.18	Matriks Siapakah yang menjalankan fungsi Humas .....	97
4.19	Matriks Pesan Apa Saja Yang Disampaikan Kepada Masyarakat Dalam Mempromosikan Rumah Sakit .....	97
4.20	Matriks Pesan Apa Saja Yang Disampaikan Kepada Masyarakat Dalam Mempromosikan Rumah Sakit .....	98
4.21	Formulasi Strategi SWOT <i>Sales Selling</i> Rumah Sakit yang Dijalankan Di RSUD Doloksanggul .....	100
4.22	Matriks Selalu Mempromosikan Rumah Sakit dengan Cara Tersebut dan Hambatan Dalam Melaksanakannya .....	101
4.23	Matriks Apakah Mempergunakan Beberapa Media Iklan Untuk Menimbulkan Respon Masyarakat .....	102
4.24	.....	
	Matriks Media-Media Apa Yang Digunakan Dalam Mempromosikan Rumah Sakit dan Keunggulan Media Tersebut .....	103
4.25	.....	104
	Matriks Teknik Mempergunakan Media Yang Dipilih Dalam Mempromosikan Rumah Sakit .....	
4.26	.....	
	Matriks Isi Media Yang Digunakan Sudah Memuat Visi	105

4.27	Misi, Keunggulan, Fasilitas, SDM dan Sistem Pelayanan Rumah Sakit .....	106
4.28	Formulasi Strategi SWOT <i>Direct Marketing</i> Rumah Sakit yang Dijalankan Di RSUD Doloksanggul .....	108
4.29	Matriks Mendapat Tatap Muka dengan Pihak RSUD Doloksanggul dalam Mempromosikan Rumah Sakit .....	109
4.30	Matriks Dalam Promosi Rumah Sakit Apakah Mempergunakan Media Komunikasi.....	109
4.31	Matriks Pernah Melihat dan Mendengar Bahwa Rumah Sakit Pernah Melibatkan Pasien dalam Mempromosikan Rumah Sakit .....	110
	Matriks Dalam Promosi Rumah Sakit Pihak Rumah Sakit Mempengaruhi Keyakinan dan Sikap.....	

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Teori.....	62
2.2	Kerangka Berpikir.....	63
2.3	Daftar Foto.....	160

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Lembar Persetujuan Responden .....	153
2.	Pedoman Wawancara .....	154
3.	Surat Izin Survei penelitian Institut Kesehatan Helvetia .....	