



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION**

**ABSTRAKSI**

**RAMADHONNY SETIAWAN (44310120005)**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Meilia dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Periode 2012**

**xi Halaman + 73 Halaman + 2 Tabel + 5 Gambar + 10 Lampiran + 21 Referensi (1997-2012)**

Persaingan antar Rumah Sakit semakin hari semakin ketat saja, hal yang sama dirasakan oleh Rumah Sakit Meilia. Menghadapi keadaan yang semacam ini pihak Rumah Sakit Meilia melalui Divisi Humas & Pemasaran berupaya membuat konsep strategi komunikasi pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi komunikasi pemasaran Rumah Sakit Meilia dalam meningkatkan *brand awareness*.

Dalam penelitian ini teori yang digunakan lebih mengacu kepada analisis proses tahapan perencanaan IMC planning oleh Freddy Rangkuti, yang melalui enam tahapan yaitu : indentifikasi target *audience*, analisis SWOT, menentukan tujuan komunikasi pemasaran, menentukan strategi dan taktik, menyusun budget, dan melakukan evaluasi efektifitas.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus untuk memaparkan situasi sebuah peristiwa. Data primer diperoleh secara langsung dari narasumber yaitu Corporate Marketing Head Rumah Sakit Meilia dan Staff Marketing serta pelanggan Rumah Sakit Meilia menggunakan interview yang bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Sakit Meilia.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dan diolah peneliti, diketahui bahwa strategi komunikasi pemasaran Rumah Sakit Meilia adalah dengan elemen komunikasi pemasaran seperti Iklan di tabloid Info CDC, Tabloid Cibubur Aktual, Majalah Info Cibubur, Majalah Adinfo. Personal selling dengan mengunjungi klinik dan perusahaan. Publicity di tabloid Info CDC, Tabloid Cibubur Aktual, Majalah Info Cibubur, Majalah Adinfo, dan sales promotion seperti seminar kesehatan, pemberian bingkisan mengadakan event yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*. Dan strategi tersebut sudah mampu meningkatkan *brand awareness* dari Rumah Sakit Meilia. Kegiatan pemasaran harus lebih kreatif, unik, dan terus dikembangkan agar dapat terus meningkatkan *brand awareness* sehingga dapat meningkatkan penggunaan produk dan jasa.