



**ANALISIS KONTEN PROMOSI PELAYANAN KESEHATAN RSCM  
KENCANA DI INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI COVID-19  
TAHUN 2021 DALAM MENINGKATKAN  
*AWARENESS* MASYARAKAT**

**LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
**INDRA**  
44319120026

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Indra  
NIM : 44319120026  
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Konten Promosi Pelayanan Kesehatan  
RSCM Kencana di Instagram Pada Masa Pandemi  
Covid-19 Tahun 2021 Dalam Meningkatkan  
*Awareness* Masyarakat.

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 03 Maret 2023



Indra


## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Indra  
NIM : 44319120026  
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Konten Promosi Pelayanan Kesehatan RSCM Kencana di Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021 Dalam Meningkatkan *Awareness* Masyarakat.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi / Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing 1 : Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.I.Kom (  )  
NIDN : 0726067701  
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, Ph. D. (  )  
NIDN : 0324128202  
Penguji Ahli : Eka Perwita Sari Fauzi, M.Ed (  )  
NIDN : 0316088201

Jakarta, 03 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

  
(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra  
NIM : 44319120026  
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Konten Promosi Pelayanan Kesehatan RSCM Kencana di Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021 Dalam Meningkatkan *Awareness* Masyarakat.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 Maret 2023



Indra

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul Analisis Konten Promosi Pelayanan Kesehatan RSCM Kencana di Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021 Dalam Meningkatkan *Awareness* Masyarakat.

Sebagaimana tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan guna untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Strata Satu (S-1), dari Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan di Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dimana didalamnya pun akan ada banyak kekurangan, yang dapat disebabkan oleh kurangnya pengalaman, pengetahuan, dan ketelitian. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik atau saran dari pembaca demi membangun dan menyempurnakan skripsi ini.

Terdapat banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam penyusunan skripsi ini, namun berkat adanya dukungan dan semangat dari orang terdekat baik secara moral maupun materil sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom selaku pembimbing skripsi saya dan sekaligus sebagai dosen mata kuliah Riset Komunikasi di semester gasal 2021 yang telah memberikan pengetahuan, tenaga, serta waktunya dan selalu memberi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada orang tua St. Herawati dan keluarga besar peneliti yang telah memberikan semangat, doa, serta kasih sayang dan dukungan baik secara moral, material, dan spiritual. Peneliti telah menyelesaikan skripsi ini dan lulus menjadi sarjana yang merupakan cita – cita orang tua peneliti.
3. Kepada istri Melia Nurhasanah dan anak muhammad Khairindra Arkana yang telah mendukung peneliti dalam segala aspek.
4. Bapak Farid Hamid Umarela Dr.M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dorongan serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen penguji pada seminar proposal tanggal 22 Januari 2022, terima kasih atas saran seta masukan. Semoga beliau senantiasa diberikan kesehatan dan keberkahan.
6. Ibu Eka Perwita Sari Fauzi, M.Ed selaku dosen penguji pada sidang tugas akhir tanggal 03 Maret 2023 yang telah memberikan banyak masukan untuk peneliti serta *support* kepada peneliti untuk dapat memperbaiki skripsi sehingga saling terkait narasi antar bab.
7. Ibu Melly Ridaryanthi, S.S, M.Si selaku dosen penguji pada sidang tugas akhir tanggal 03 Maret 2023 yang telah memberikan banyak masukan untuk peneliti serta *support* kepada peneliti untuk dapat memperbaiki skripsi supaya data lebih terartikulasi dengan baik.
8. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir Marketing Communication Menteng semester genap 2022 yang terus memberikan support agar menyelesaikan sidang akhir tepat waktu.
9. Seluruh Dosen Pengajar Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama masa pembelajaran.
10. Staff dan karyawan Perpustakaan serta Administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
11. Keluarga besar Marketing Communication dan Advertising Angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh dosen, guru, orangtua, dan rekan-rekan yang mungkin tidak dapat penulis tulis seluruhnya. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada seluruh orang yang telah membantu penulis mencapai penyelesaian skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang.

Jakarta, 29 Januari 2023



(Indra)



Nama : Indra  
NIM : 44319120026  
Judul : Analisis Konten Promosi Pelayanan Kesehatan RSCM Kencana di Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021 Dalam Meningkatkan *Awareness* Masyarakat  
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Pembimbing : Dewi Sad Tanti, M.I.Kom  
Jumlah Halaman : 5 Bab + 85 Halaman + 16 buku (2004-2022 + 4 jurnal (2017-2021) + 2 artikel online (2020-2022)

### ABSTRAK

Media sosial merupakan sarana komunikasi antara pemilik usaha dengan pelanggannya, termasuk rumah sakit sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan. Instagram sebagai salah satu sosial media yang umum digunakan menjadi pilihan bagi RSCM Kencana untuk mempromosikan pelayanan kesehatannya secara lebih maksimal, terutama semenjak masa pandemi Covid-19 dalam upayanya meningkatkan *awareness* masyarakat.

Pandemi Covid 19 membuat RSCM Kencana melakukan terobosan untuk mempromosikan produk layanan yang dimilikinya, dengan pertimbangan bahwa Instagram adalah media sosial yang paling sesuai dengan target pasarnya. Penelitian berfokus kepada materi feeds instagram, hingga evaluasi pelaksanaan. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan analisa tentang konten promosi pelayanan kesehatan RSCM Kencana yang diunggah di Instagram pada tahun 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivitas. Data primer penelitian didapatkan melalui observasi akun Instagram @rscm.kencana. Sedangkan, data sekunder melalui wawancara singkat dengan pihak marketing RSCM Kencana.

Hasil penelitian ini menunjukkan RSCM Kencana secara konsisten melakukan promosi pada akun Instagram @rscm.kencana dengan berbagai tema yang sesuai dengan produk layanan yang dimiliki dan dengan memperhatikan juga isu kesehatan yang sesuai dengan keadaan masyarakat pada suatu periode tertentu. Tahap yang dilakukan oleh RSCM Kencana dimulai dengan analisa media sosial, persiapan promosi, implementasi, dan evaluasi. Tahapan tersebut terbukti memberikan hasil yang sesuai target dan tujuan promosi yang dilakukan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan sosial media secara maksimal akan berpengaruh kepada peningkatan *engagement* dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: promosi, implementasi, instagram, pelayanan kesehatan, *awareness*.



*Name* : Indra  
*ID Number* : 44319120026  
*Title* : Analisis Konten Promosi Pelayanan Kesehatan RSCM Kencana di Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021 Dalam Meningkatkan *Awareness* Masyarakat  
*Study Program* : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
*Mentor* : Dewi Sad Tanti, M.I.Kom  
*Number of Pages* : 5 Bab + 85 Halaman + 16 buku (2004-2022 + 4 jurnal (2017-2021) + 2 artikel online (2020-2022)

### **ABSTRACT**

*Social media is a means of communication between business owners and their customers, including hospitals as providers of health services. Instagram as one of the social media that is commonly used is the choice for RSCM Kencana to maximize the promotion of its health services, especially since the Covid-19 pandemic as an effort to increase public awareness.*

*The Covid-19 pandemic made RSCM Kencana make a breakthrough to promote its service products, taking into account that Instagram is the most suitable social media for its target market. Research focus on Instagram feeds material, and evaluate the implementation. Therefore, researcher wants to analyze the content of health service promotion of RSCM Kencana which was uploaded on Instagram in 2021. The method used in this study uses a qualitative descriptive method with a constructivity paradigm. The primary research data was obtained through observing the instagram account @rscm.kencana. Meanwhile, the secondary data through brief interviews with the marketing personnel of RSCM Kencana.*

*The result of this study indicated that RSCM Kencana consistently carries out promotions on the @rscm.kencana Instagram account with various themes that are in accordance with condition of society in a certain period. The stages carried out by RSCM Kencana began with social media analysis, promotion preparation, implementation, and evaluation. These stages are proven to provide results that are in accordance with the targets and objectives of the promotions carried out. Thus, it can be concluded that the maximum use of social media will have an impact on increasing customer engagement and loyalty.*

*Keywords: promotion, implementation, Instagram, health services, awareness.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1. Penelitian / Karya Terdahulu.....	7
2.2. Kajian Teoritis.....	11
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2.2. Integrated Marketing Communication.....	12
2.2.3. Bauran Pemasaran.....	13
2.2.4. Promosi.....	14
2.2.5. Pemasaran Digital.....	14
2.2.6. Promosi Kesehatan.....	16
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
3.1. Paradigma Penelitian.....	18
3.2. Metode Penelitian.....	18
3.3. Objek Penelitian.....	19
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.4.1. Data Primer.....	20
3.4.2. Data Sekunder.....	21
3.5. Teknik Analisis Data.....	21
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	23
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>24</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	24
4.1.1. Sejarah Singkat RSCM Kencana.....	24
4.1.2. Visi dan Misi RSCM Kencana.....	27
4.1.3. Struktur Organisasi RSCM Kencana.....	28
4.1.4. Fasilitas dan Layanan RSCM Kencana.....	30
4.1.5. Profil Instagram @rscm.kencana.....	33

4.2.	Hasil Temuan Data.....	37
4.2.1.	Konten Produk Layanan dan Fasilitas RSCM Kencana.....	38
4.2.2.	Konten Edukasi Kesehatan RSCM Kencana.....	41
4.2.3.	Konten Peringatan Hari Kesehatan Nasional dan Internasional...	43
4.2.4.	Konten Tindakan Keselamatan Layanan RSCM Kencana.....	47
4.2.5.	Konten Testimoni Pelanggan.....	48
4.2.6.	Highlights @rscm.kencana.....	49
4.2.7.	Wawancara Singkat dengan Tim Pemasaran RSCM Kencana....	50
4.3.	Pembahasan.....	51
4.3.1.	Konten Produk Layanan dan Fasilitas RSCM Kencana.....	53
4.3.2.	Konten Edukasi Kesehatan RSCM Kencana.....	56
4.3.3.	Konten Peringatan Hari Kesehatan Nasional dan Internasional...	58
4.3.4.	Konten Tindakan Keselamatan Layanan RSCM Kencana.....	61
4.3.5.	Konten Testimoni Pelanggan.....	63
4.3.6.	Highlights @rscm.kencana.....	64
4.3.7.	Wawancara Singkat dengan Follower @rscm.kencana.....	64
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>75</b>
5.1.	Kesimpulan.....	75
5.2.	Saran.....	76
5.2.1.	Saran Akademis.....	76
5.2.2.	Saran Praktis.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>80</b>
Lampiran 1.	Transkrip Wawancara.....	80
Lampiran 2.	Catatan Observasi Instagram.....	82
Lampiran 3.	Catatan Bimbingan.....	83
Lampiran 4.	CV.....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1.	Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel III.2.	Objek Penelitian.....	19



## DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1.	RSCM Kencana Tampak Luar.....	26
Gambar IV.2.	Struktur Organisasi RSCM Kencana.....	28
Gambar IV.3.	Lobi Ruang Tunggu RSCM Kencana.....	31
Gambar IV.4.	Informasi Akun Instagram @rscm.kencana.....	34
Gambar IV.5.	Jumlah Followers Instagram @rscm.kencana.....	34
Gambar IV.6.	Youtube RSCM Kencana.....	35
Gambar IV.7.	Website RSCM – Jadwal Dokter RSCM Kencana.....	36
Gambar IV.8.	Website RSCM – Jadwal Dokter Telekosultasi RSCM Kencana.....	37
Gambar IV.9.	Flyer Medical Check Up Package.....	38
Gambar IV.10.	Flyer RSCM Kencana Telekonsultasi.....	39
Gambar IV.11	Flyer In Vitro Fertilization.....	40
Gambar IV.12.	Flyer Kamar Perawatan President Suite Room.....	40
Gambar IV.13.	Flyer IG Live.....	41
Gambar IV.14.	Pelaksanaan IG Live.....	42
Gambar IV.15.	Flyer Edukasi Pasca IG Live.....	42
Gambar IV.16.	Flyer Kiat Melatih Bayi Tidur Sendiri.....	43
Gambar IV.17.	Flyer Hari Gizi Nasional.....	43
Gambar IV.18	Flyer Hari Kanker Anak Sedunia.....	44
Gambar IV.19.	Respon Masyarakat Terhadap Flyer Hari Kanker Anak Sedunia.....	44
Gambar IV.20.	Flyer World Kidney Day.....	45
Gambar IV.21.	IG Live Mengenal Terapi Dialisis dan Transplantasi Ginjal Pada Anak.....	45
Gambar IV.22.	Flyer Gobal Handwashing Day.....	46
Gambar IV.23.	Flyer Operasi Aman dan Nyaman di Era #AdaptasiKebiasaanBaru.....	47

Gambar IV.24.	Rangkaian Flyer Vaksin Covid-19 Untuk Seluruh Staff.....	47
Gambar IV.25.	Video Testimoni Pelanggan RSCM Kencana (Publik Figur)..	48
Gambar IV.26.	Respon Masyarakat Terhadap Video Testimoni Pelanggan....	49
Gambar IV.27.	Highlight @rscm.kencana.....	50
Gambar IV.28.	Rangkaian Promosi dan Edukasi Kesehatan Melalui IG Live	54
Gambar IV.29.	Rangkaian Flyer Fasilitas RSCM Kencana.....	54
Gambar IV.30.	Flyer Kamar Perawatan RSCM Kencana (President Suite Room).....	55
Gambar IV.31	Rangkaian Flyer Fasilitas RSCM Kencana (OK Hybrid).....	55
Gambar IV.32.	Rangkaian Flyer Program Unggulan RSCM Kencana (IVF)..	56
Gambar IV.33.	Flyer Edukasi Kesehatan.....	57
Gambar IV.34.	IG TV Penurunan Berat Badan Dengan Akupunktur.....	58
Gambar IV.35.	Flyer Edukasi Resiko Obesitas.....	58
Gambar IV.36.	Flyer Hari Lanjut Usia Nasional.....	59
Gambar IV.37.	Flyer Global Handwashing Day (2).....	60
Gambar IV.38.	Rangkaian Edukasi Cuci Tangan Kepada Pengunjung.....	61
Gambar IV.39.	Flyer Skrining Mandiri Secara Online.....	62
Gambar IV.40.	Rangkaian Flyer Vaksin Covid-19 Untuk Seluruh Staff (2)...	63
Gambar IV.41.	Video Testimoni Pelanggan.....	63
Gambar IV.42.	Tangkapan layar wawancara dengan @ putri.fajar28 (1).....	67
Gambar IV.43.	Tangkapan layar wawancara dengan @ putri.fajar28 (2).....	67
Gambar IV.44.	Tangkapan layar wawancara dengan @ putri.fajar28 (3).....	68
Gambar IV.45.	Tangkapan layar wawancara dengan @ putri.fajar28 (4).....	68
Gambar IV.46.	Tangkapan layar wawancara dengan @ putri.fajar28 (5).....	69
Gambar IV.47.	Tangkapan layar wawancara dengan @ putri.fajar28 (6).....	69
Gambar IV.48.	Tangkapan layar wawancara dengan @ putri.fajar28 (7).....	70
Gambar IV.49.	Komentar @kalibersih653 terhadap edukasi IG Live.....	71

Gambar IV.50.	Komentar @rusli.kevin terhadap <i>flyer</i> IG Live.....	72
Gambar IV.51.	Jumlah <i>viewers</i> IG TV dengan tema IVF.....	73
Gambar IV.52.	Pertumbuhan <i>followers</i> @rscm.kencana.....	73

