



**PROGRAM MARKETING PUBLIC RELATIONS SILOAM  
HOSPITALS LIPPO VILLAGE TANGERANG DALAM  
MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN**

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

**MARIA AGUSTIN**

**44214120089**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **Program *Marketing Public Relations*  
Siloam Hospitals Lippo Village Tangerang Dalam  
Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan**

Nama : Maria Agustin

Nim : 44214120089

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 29 Agustus 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **Program *Marketing Public Relations*  
Siloam Hospitals Lippo Village Tangerang Dalam  
Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan**

Nama : Maria Agustin

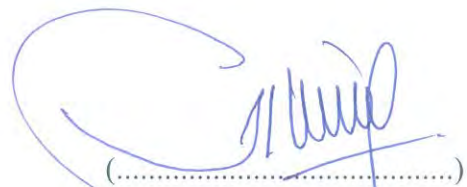
Nim : 44214120089

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

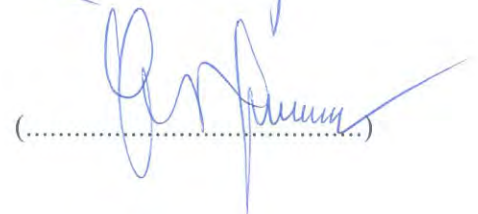
Jakarta, 29 Agustus 2017

Ketua Sidang,  
Juwono Tri Atmodjo, M.Si



(.....)

Penguji Ahli,  
Dr. Elly Yuliasmawati, M.Si



(.....)

Pembimbing  
Dra. Diah Wardhani, M.Si



(.....)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **Program Marketing Public Relations  
Siloam Hospitals Lippo Village Tangerang Dalam  
Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan**

Nama : Maria Agustin  
Nim : 44214120089  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 29 Agustus 2017

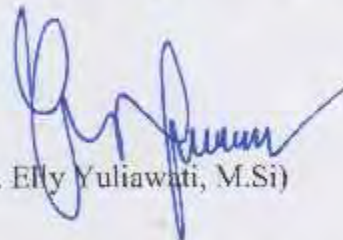
Disetujui dan diterima oleh

**Pembimbing**



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

**Ketua Bidang Studi Public Relations**



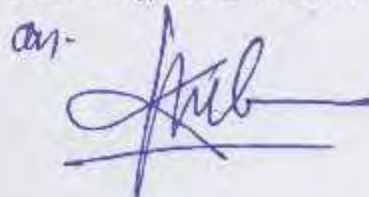
(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



(Dr. Agustin Zubair, M. Si)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



(Ponco Budi Sulisty, M. Comm. Ph. D)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat izin, karunia, dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Atas rahmat-Nya juga, peneliti diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam skripsi ini, peneliti meneliti tentang program Marketing Public Relations yang telah dilakukan Siloam Hospitals Lippo Village Tangerang dalam menjaga loyalitas pelanggannya. Mengingat bahwa Siloam Hospitals Lippo Village merupakan salah satu rumah sakit swasta terbaik di daerah Tangerang yang telah terakreditasi internasional oleh JCI (Joint Commission International Association). Peneliti ingin mengetahui apa yang menyebabkan pasien-pasien Siloam Hospitals Lippo Village tetap loyal untuk berobat ke rumah sakit tersebut. Oleh sebab itu peneliti memberikan judul skripsi ini dengan judul “Program *Marketing Public Relations* Siloam Hospitals Lippo Village Tangerang Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan”

Untuk itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan ikhlas dalam meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan,

dan saran-saran yang sangat berguna dan berharga kepada peneliti selama menyusun skripsi ini.

2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana
3. Bapak Ponco Budi Sulisty, M. Comm, P.hD selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Ibu Dr Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Dr. Anastina Tahjoo, MARS selaku Direktur Siloam Hospitals Lippo Village Tangerang yang telah mendukung dan mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian dan memperoleh data-data di rumah sakit ini. Beliau juga telah memberikan banyak pandangan dan masukan demi kesempurnaan penelitian ini.
6. Alexander Mutak selaku Division Head of Business Development Siloam Hospitals Lippo Village yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan banyak informasi terkait penelitian kepada peneliti.
7. Bapak Mario dan Ibu Atin yang terkasih selaku orang tua peneliti yang telah membesarkan, mendidik dan memberikan dukungan moril dan doa kepada peneliti. Kedua orang tua senantiasa memberikan semangat kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tanpa dukungan kedua orang tua, peneliti tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

8. Fransisca Puspita yang terkasih selaku adik peneliti yang telah banyak membantu selama proses pengerjaan skripsi ini, memberikan masukan dan memberikan semangat kepada peneliti.
9. Ernanthi Widya Laksmna yang terkasih selaku pendamping hidup peneliti yang telah membantu, mendampingi dan memberikan dukungan penuh, serta menyumbangkan ide dan saran kepada peneliti.

Peneliti juga ingin berterima kasih sebesar-besarnya kepada para narasumber dan semua pihak yang telah terlibat dalam penyusunan proposal skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu .

Proposal ini peneliti kerjakan dari waktu ke waktu dengan serius, kerja keras dan penuh perjuangan serta pengorbanan. Dengan seluruh kerja keras, akhirnya proposal skripsi ini telah sempurna dengan segala kekurangannya. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya dan menambah wawasan serta pengetahuan pembaca.



Jakarta, 18 Agustus 2017

Peneliti

Maria Agustin

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	i
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Identifikasi Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Komunikasi.....	12
2.1.1 Tujuan Komunikasi.....	14
2.2 Pengertian <i>Public Relations</i> .....	15
2.2.1 Fungsi dan Tugas <i>Public Relations</i> .....	16
2.2.2 Tujuan <i>Public Relations</i> .....	20



2.3	<i>Strategi Marketing Public Relations</i> .....	22
2.3.1	Pengertian Strategi .....	22
2.3.2	Perumusan Strategi.....	23
2.3.3	<i>Marketing Public Relations</i> .....	24
2.3.4	Konsep <i>Marketing Public Relations</i> .....	29
2.3.5	<i>Marketing Public Relations dan Corporate Public Relations</i> .....	31
2.3.6	Peranan dan Manfaat <i>Marketing Public Relations</i> .....	34
2.3.7	Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i> .....	36
2.3.8	Media Publikasi <i>Marketing Public Relations</i> .....	38
2.3.9	Strategi <i>Marketing Public Relations</i> .....	40
2.4	Loyalitas Pelanggan.....	44
2.4.1	Pengertian Loyalitas.....	44
2.4.2	Pengertian Pelanggan.....	46
2.4.3	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	47
2.4.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	49
2.4.5	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	52
2.5	Komunikasi Terapeutik.....	53
2.5.1	Tujuan Komunikasi Terapeutik.....	54
2.5.2	Karakteristik Komunikasi Terapeutik.....	56
2.5.3	Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Terapeutik.....	57
2.5.4	Prinsip-Prinsip Komunikasi Terapeutik.....	58

2.5.5 Sikap Perawat Dalam Komunikasi.....	59
2.5.6 Hubungan Komunikasi Terapeutik Perawat ..... dengan Pasien.....	60

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian.....	63
3.2 Metode Penelitian.....	64
3.3 Narasumber.....	64
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.4.1 Data Primer .....	66
3.4.2 Data Sekunder .....	67
3.5 Teknik Analisa Data.....	67
3.5.1 Reduksi Data.....	68
3.5.2 Triangulasi.....	68
3.5.3 Menarik Kesimpulan.....	71
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	72

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	74
4.1.1 Pencapaian Perusahaan.....	75
4.1.2 Struktur Organisasi.....	77
4.1.3 Perkembangan Perusahaan.....	79
4.2 Hasil Penelitian.....	80
4.2.1 <i>Fact Finding</i> tentang Siloam Hospitals Lippo Village.....	80
4.2.2 Program MPR Kepada Pasien <i>Private</i> (Perseorangan)....	92

4.2.3 Program MPR Kepada Pasien <i>Non-Private</i> /.....	99
(Pegawai Korporasi).....	99
4.2.4 Loyalitas Pelanggan Siloam Hospitals Lippo Village....	114
4.3 Pembahasan.....	120
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	134
5.2 Saran.....	136
5.2.1 Saran Akademis.....	136
5.2.2 Saran Praktis.....	136

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

