



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Maria Agustin
44214120089

Program Marketing Public Relations Siloam Hospitals Lippo Village Tangerang dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan

Jumlah Halaman : i-xi + 138 Halaman, 17 Lampiran.

Biografi : 34 acuan, Tahun (1978 – 2011)

ABSTRAK

Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Dalam menjalankan bisnisnya, rumah sakit bukan hanya mengambil segmentasi personal (*Business to Consumer*), tetapi juga segmentasi korporasi (*Business to Business*). Dalam melakukan pendekatan ke kedua segmentasi tersebut, Siloam Hospitals Lippo Village melakukan beberapa program *marketing public relations* (MPR). Tujuan dilakukannya program MPR adalah untuk memberikan edukasi kesehatan kepada masyarakat, sekaligus membina hubungan baik dengan pelanggan. Dengan demikian rumah sakit dapat lebih dapat dikenal oleh masyarakat dan membangun citra rumah sakit yang positif.

Konsep kerangka acuan yang peneliti gunakan adalah dengan teori **Philip Kotler** yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya bahwa dalam MPR terdapat 3 titik strategi untuk melaksanakan program MPR dalam mencapai tujuan, yaitu **Pull Strategy** dengan menawarkan produk atau kunjungan ke lokasi, **Push Strategy** dengan mendorong dalam hal pemasaran melalui publikasi cetak ataupun elektronik, dan **Pass Strategy** dengan menciptakan opini publik yang menguntungkan melalui *sponsorship*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Wawancara secara mendalam dilakukan kepada narasumber internal yang kompeten untuk menjawab tujuan penelitian yaitu *Head of Business Development*, serta beberapa pasien Siloam Hospitals Lippo Village sebagai narasumber eksternal.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa program MPR yang dilakukan Siloam Hospitals Lippo Village sudah baik, dimana masing-masing program MPR tersebut telah memenuhi 3 strategi utama dalam melaksanakan program MPR yaitu *Pull Strategy*, *Push Strategy*, dan *Pass Strategy*. Selain itu, demi mendukung berjalannya program MPR, Siloam Hospitals Lippo Village juga memiliki beberapa media publikasi yang dapat memperkuat kesan dan citra positif Siloam Hospitals Lippo Village di masyarakat. Keseriusan Siloam Hospitals Lippo Village dalam menjalankan program MPR, serta pelayanan dan sumber daya manusia yang baik, membuat pelanggan menjadi loyal untuk selalu berobat ke rumah sakit tersebut.