



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN PRAKTEK KERJA MAGANG
AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* PADA OMNI
HOSPITAL ALAM SUTERA



Nama : Sherly Octania Arnando
NIM : 11140110103
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : *Public Relations*

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2015

**LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN PRAKTEK KERJA
MAGANG**

Laporan Magang dengan judul

**AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* PADA OMNI HOSPITAL
ALAM SUTERA**

Oleh

Sherly Octania Arnando

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Magang (*Internship*) Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 28 September 2015

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

(Calvin Eko Saputro, S.E)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Bherta Sri Eko M., M.Si)

**LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN PRAKTEK KERJA
MAGANG**

**AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* PADA OMNI
HOSPITAL ALAM SUTERA**

Oleh

Nama : Sherly Octania Arnando

NIM : 11140110103

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations*

Tangerang, 28 Oktober 2015

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

(Calvin Eko Saputro, S.E)

(Kartika Aryani Harijono, S.Sos., M.I.Kom)

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Bhertha Sri Eko M., M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG

Dengan ini saya:

Nama : Sherly Octania Arnando

NIM : 11140110103

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations*

Menyatakan bahwa saya telah melakukan praktek kerja magang:

Nama Perusahaan : OMNI Hospital Alam Sutera

Divisi : *Marketing Communication (Public Relations Staff)*

Alamat Perusahaan : Jl. Alam Sutera Boulevard Kav. 25, Tangerang

Periode Magang : 25 Mei 2015 - 24 Agustus 2015

Pembimbing Lapangan : Luckie Anthony

Laporan praktek kerja magang ini merupakan hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah dari berbagai sumber dan lembaga lainnya yang dicantumkan dalam laporan praktek kerja magang ini telah penulis sebutkan dan cantumkan pada halaman daftar pustaka. Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan praktek kerja magang maupun dalam penulisan laporan praktek kerja magang, saya sebagai penulis bersedia menerima konsekuensi berupa pernyataan TIDAK LULUS untuk matakuliah magang/*internship* yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28 September 2015

(Sherly Octania Arnando)

ABSTRAK

Sherly Octania Arnando

11140110103

Laporan magang ini berisi penjelasan dan gambaran mengenai seluruh aktivitas praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis di OMNI Hospital Alam Sutera, khususnya pada divisi *Marketing Communication*. OMNI Hospital Alam Sutera merupakan entitas/anak perusahaan dari PT. Sarana Meditama Metropolitan, Tbk yang bergerak dibidang penyedia layanan kesehatan bagi masyarakat (rumah sakit). OMNI Hospital Alam Sutera didirikan pada tahun 2007 dan resmi beroperasi pada tahun 2008.

Semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan, perkembangan teknologi medis yang semakin canggih, kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan terjamin serta pemberlakuan program BPJS oleh pemerintah dsb menjadikan beberapa faktor tersebut sebagai faktor pendorong terhadap pertumbuhan dan perkembangan dalam industri rumah sakit. Perkembangan dan pertumbuhan industri rumah sakit yang kian pesat ini memicu timbulnya persaingan yang ketat dan kompetitif antar rumah sakit di Indonesia. Oleh karena itu, banyak pihak manajemen dari rumah sakit yang menyadari bahwa mereka membutuhkan kinerja dari *marketing communication* untuk dapat bersaing ditengah persaingan yang kompetitif dan mempertahankan eksistensinya di pasar sasaran dan mata publik.

Marketing Communication merupakan semua elemen promosi dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang lebih dikenal dengan sebutan bauran promosi (*promotion mix*) yang bertujuan untuk memudahkan komunikasi antara perusahaan dan publik sasaran agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan. *Promotion mix* atau *marketing communication mix* terdiri dari *advertising, public relations, direct marketing, personal selling, sales promotion, interactive marketing (online media) dan word of mouth (WOM)*. Aktivitas dari *marketing communication* yang telah dilakukan oleh penulis selama menjalankan praktek magang di OMNI Hospital Alam Sutera adalah *Public Relations (Public Relations Writing, Online Public Relations, Event Management, Talkshow Dokter, Press Interview dan Community Relations), Market Research, Direct Marketing dan Personal Selling*. Seluruh kegiatan yang dijalankan oleh divisi *Marketing Communication* bertujuan untuk mendukung kinerja dari divisi penjualan (*Sales*) pada OMNI Hospital Alam Sutera.

Kata Kunci: *Marketing Communication, Marketing Mix, Promotion Mix*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena segala berkat dan karunia-Nya, penulis dapat dan mampu melewati berbagai rintangan dan tantangan selama berkuliah hingga pada penyelesaian laporan magang ini secara baik dan tepat waktu.

Laporan magang dengan judul “Aktivitas *Marketing Communication* Pada OMNI Hospital Alam Sutera” ini dibuat dengan tujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan hasil dari praktek kerja magang yang telah penulis tempuh selama tiga bulan di OMNI Hospital Alam Sutera. Selain itu penulisan laporan magang ini juga penulis lakukan sebagai syarat kelulusan dalam matakuliah praktek kerja magang (*internship*).

Selama proses pengerjaan laporan magang ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, dukungan positif, masukan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada para pihak yang telah membantu, yaitu kepada:

1. Bapak Calvin Eko Saputro, S.E selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan arahan, saran, petunjuk serta dukungan yang sangat memotivasi peneliti dalam menyelesaikan laporan magang ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Papa, mama dan adik yang saya sayangi serta keluarga besar saya yang tidak lelah memberikan banyak dukungan, dorongan, bimbingan dan doa kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan baik dan tepat pada waktunya.
3. Ibu Dr. Bherta Sri Eko M., M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi pada Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Luckie Anthony selaku pembimbing lapangan (*supervisor*) dan sekaligus Marketing Communication & Branding Manager dari OMNI

Hospital Alam Sutera yang telah memberikan pengajaran dan bimbingan dalam bidang *Marketing Communication* bagi penulis selama melakukan praktek kerja magang.

5. Bapak Santo Zen selaku kepala HRD (*Head Of Human Resource*) dari OMNI Hospital Alam Sutera yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan praktek kerja magang di OMNI Hospital Alam Sutera.
6. dr. Grace Hilza selaku kepala dari divisi *Marketing Communication (Head Of Marketing Communication)* dari OMNI Hospital Alam Sutera yang telah memberikan dan membagikan berbagai macam ilmu dibidang *Marketing Communication* dan *Public Relations* kepada penulis.
7. Kepada ci Nina, ci Cicil, Mbak Rani, Ci Devy, Mbak Hana, Pak Nanto dan Adrian yang telah memberikan dan membagikan banyak masukan, motivasi dan ilmu terkait *Marketing Communication* dari rumah sakit.
8. Bu Risma Christina selaku kepala dari divisi Penjualan (*Head Of Sales*) yang telah memberikan dan membagikan berbagai macam ilmu terkait penjualan (sales) pada penulis.
9. Bu Adeline selaku HRD dari OMNI Hospital Alam Sutera yang telah memberikan *feedback* atas pengajuan praktek kerja magang dari penulis sehingga penulis diterima dan tergabung dalam keluarga besar OMNI Hospital Alam Sutera.
10. Seluruh karyawan dan staff dari OMNI Hospital Alam Sutera yang telah memberikan banyak arahan dan pengajaran kepada penulis selama praktek kerja magang berlangsung.
11. Teman-teman seperjuangan: Dinda Kartika, Sinta Andreyani, Brigita Vanesha, Intan Aprilia, Cynthia Valensia, Olivia Vrencila dan teman-teman lainnya yang selalu mendampingi dan memberikan masukan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini secara tepat waktu.
12. Semua pihak yang turut terlibat dan membantu proses penyelesaian karya ilmiah ini secara tepat waktu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kembali kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini. Selain itu penulis juga berharap laporan magang ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi penulis dan pembaca. Namun penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan magang ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu demi menyempurnakan laporan magang ini, peneliti akan selalu terbuka terhadap segala kritik dan saran dari para pembaca.

Tangerang, 28 September 2015

(Sherly Octania Arnando)

UMMN

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Kerja Magang	9
1.3. Prosedur dan Waktu Pelaksanakan Praktik Kerja Magang ...	9
1.3.1. Prosedur Pelaksanaan Magang	9
1.3.2. Waktu Pelaksanaan Magang	10
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1. Sejarah Perusahaan	11
2.2. Identitas Perusahaan	14
2.2.1. Visi, Misi dan Komitmen Dari OMNI Hospitals	14
2.2.2. Nilai-Nilai dan Budaya Kerja Dari OMNI Hospitals ...	15
2.2.3. Filosofi Logo OMNI Hospitals	16
2.3. Fasilitas Dari OMNI Hospital Alam Sutera	17

2.4. Struktur Organisasi OMNI Hospital Alam Sutera	36
2.5. Struktur <i>Marcomm</i> OMNI Hospital Alam Sutera.....	37
2.6. Ruang Lingkup Divisi Terkait	38
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	55
3.1. Kedudukan dan Koordinasi	55
3.2. Tugas yang Dilakukan	56
3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	56
3.3.1. <i>Public Relations Writing</i>	56
3.3.2. <i>Online Public Relations</i>	59
3.3.3. <i>Event Management</i>	60
3.3.4. Riset Pasar (<i>Market Research</i>)	64
3.3.5. <i>Talkshow</i> Dokter	65
3.3.6. <i>Direct Marketing</i>	67
3.3.7. <i>Personal Selling</i>	68
3.3.8. <i>Press Interview</i>	69
3.3.9. <i>Community Relations</i>	70
3.4. Kendala dan Solusi dalam Praktek Kerja Magang	71
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	73
4.1. Kesimpulan	73
4.2. Saran	74
4.2.1. Saran Bagi Universitas	75
4.2.2. Saran Bagi Perusahaan	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP (CV)	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Jumlah Rumah Sakit Di Indonesia Hingga Pertengahan Agustus 2013.....	2
Gambar 2.1. Logo dari OMNI Hospitals	16
Gambar 2.2. Ruang Rawat Inap Tipe Suite	17
Gambar 2.3. Ruang Rawat Inap Tipe VIP	18
Gambar 2.4. Ruang Rawat Inap Tipe <i>Deluxe</i>	19
Gambar 2.5. Ruang Rawat Inap Tipe Premium	20
Gambar 2.6. Ruang Rawat Inap Tipe Kelas 1	21
Gambar 2.7. Ruang Rawat Inap Tipe Kelas 2	22
Gambar 2.8. Ruang Rawat Inap Tipe Kelas 3	23
Gambar 2.9. Struktur Organisasi OMNI Hospital Alam Sutera	36
Gambar 2.10. Struktur <i>Marcomm</i> OMNI Hospital Alam Sutera.....	37

UMMN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan Jumlah Rumah Sakit di Indonesia Berdasarkan Kepemilikan dari Tahun 2009-2013	3
Tabel 2.1. Matriks Peralatan Medis OMNI Hospital Alam Sutera	27
Tabel 3.1. Matriks Kegiatan <i>Marketing Communication</i> yang dilakukan oleh penulis	56



UMMN