



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.

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS
PT SILOAM INTERNATIONAL HOSPITALS DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS
*SILOAM HEART INSTITUTE***

SKRIPSI



Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.kom)

Natalia

11140110082

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2015

**PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF PT SILOAM
INTERNATIONAL HOSPITALS IN BUILDING
BRAND AWARENESS SILOAM HEART INSTITUTE**

THESIS



Submitted to fulfilled the requirements in order to get bachelor degree
in communication (S.Ikom)

Natalia

11140110082

**DEPARTMENT OF SCIENCE COMMUNICATION
PUBLIC RELATIONS MAJOR
FACULTY OF SCIENCE COMMUNICATIONS
MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY**

2015

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Januari 2015

U M N

Natalia

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT SILOAM INTERNATIONAL
HOSPITALS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS
SILOAM HEART INSTITUTE”

Oleh

Natalia

telah diuji pada hari Jumat tanggal 6 Februari 2015, pukul 10.00 s.d. 11.30 WIB
dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang

Penguji Ahli

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

Dian Anggraeni, S.S., M.Si

Dosen Pembimbing

Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Bertha Sri Eko, M.Si

KATA PENGANTAR

Kelimpahan inspirasi dari Tuhan Yang Mahakasih sungguh menjadi sumber pengetahuan penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi PR PT Siloam International Hospitals dalam Membangun *Brand Awareness* Siloam Heart Institute”. Oleh karena itu, penulis mengucapkan syukur karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan kepada Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Dengan menganalisis strategi PR yang digunakan Siloam dalam membangun *brand awareness* ini, pada akhirnya dapat dilihat bahwa program yang dirancang oleh Siloam Heart Institute sudah baik dan efektif.

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang Tua, yang senantiasa mendukung dan memberi semangat mulai dari pembuatan hingga skripsi ini selesai dibuat.
2. Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si, selaku pembimbing skripsi dan selalu memberi dorongan sehingga laporan dapat terselesaikan dengan tepat waktu
3. Okie Laiman dan Yelly Laiman, selaku kakak kandung penulis yang selalu memberi masukan dan pendapat agar penulis tetap semangat.
4. Hery Sugandhi, yang selalu memberikan semangat dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi

5. Teman-teman program studi Public Relations UMN angkatan 2011, terutama bagi teman-teman seperjuangan seperti Rheta, Anna, Katherine, dan Nicola Malva.

Tangerang, 27 Januari 2015

Natalia

UMN

STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT SILOAM INTERNATIONAL HOSPITALS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SILOAM HEART INSTITUTE

Oleh: Natalia (11140110082)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi PR PT Siloam International Hospitals dalam Memabangun *Brand Awareness* Siloam Heart Institute. Siloam menangkap peluang dari tingginya tingkat kematian akibat jantung di Indonesia sehingga meningkatkan pelayanan kesehatan khusus jantungnya. Sebagai unit kesehatan khusus jantung baru, belum banyak yang *aware* terhadap Siloam Heart Institute. Oleh karena itu dibutuhkan strategi PR dalam membangun *brand awareness* di benak masyarakat.

Konsep yang dipakai dalam penelitian ini antara lain *Public Relations*, Strategi Public Relations dengan 10 *Steps Model* Perencanaan PR dari Anne Gregory, dan Peran PR dalam membangun *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, dengan jenis penelitian kualitatif. Data diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan *General Manager Corporate Communications & Promotions* dan *PR & Pipeline Support Team* PT Siloam International Hospitals, serta *PR Consultant Cohn & Wolfe* Indonesia. Juga didukung dengan beberapa data dari studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi PR PT Siloam International Hospitals dalam membangun *brand awareness* Siloam Heart Institute dilakukan dengan melakukan *event*, *media relations*, dan *advertising*. Dalam membangun *brand awareness*, PR berperan dalam penyampaian pesan secara tepat dengan media yang sesuai, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada publik. Program yang dirancang dan diimplementasikan oleh Siloam Hospitals telah sesuai dengan tujuannya untuk membangun *brand awareness* dari Siloam Heart Institute. Program yang dilaksanakan telah memberikan kontribusi yang cukup baik terhadap performa perusahaan, pengembangan program, terhadap masyarakat luas, dan performa PR itu sendiri.

Keyword: Public relations, Strategi PR, Brand Awareness, Siloam Heart Institute

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tinjauan Literatur.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Literatur	
2.2.1 Public Relations.....	13
2.2.2 Strategi Public Relations	17
2.2.3 Peran PR dalam Membangun Brand Awareness	32
2.3. Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	41
3.3 Metode Penelitian.....	41
3.4 Key Informan dan Informan.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Keabsahan Data.....	46

3.7 Teknik Analisis Data.....	46
3.8 Fokus Penelitian.....	48
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.3 Pembahasan.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UMMN