

**PERAN MARKETING COMMUNICATION DI PT SILOAM
HOSPITALS INTERNATIONAL TBK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Nikki Howie

0000053936

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

PERAN MARKETING COMMUNICATION DI PT SILOAM

HOSPITALS INTERNATIONAL TBK



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Nikki Howie

00000053936

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nikki Howie
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053936
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

***PERAN MARKETING COMMUNICATION DI PT SILOAM HOSPITALS
INTERNATIONAL TBK***

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

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

Tangerang, 24 Juni 2024



(Nikki Howie)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MAGANG dengan judul

PERAN MARKETING COMMUNICATION DI PT SILOAM HOSPITALS

INTERNATIONAL TBK

Oleh

Nama : Nikki Howie
NIM : 00000053936
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 24 Juni 2024

Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.

NIDN 0331077503

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si

NIDN 0320079201

Pembimbing

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.

NIDN 0331077503

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Candera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nikki Howie
NIM : 00000053936
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN MARKETING COMMUNICATION DI PT SILOAM HOSPITALS INTERNATIONAL TBK

eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Nikki Howie)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN MARKETING COMMUNICATION DI PT SILOAM HOSPITALS INTERNATIONAL TBK” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Irwan Fakhrudin, S.Sn., M.I.Kom, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Irwan Fakhrudin, S.Sn., M.I.Kom, selaku Ketua Sidang dan Ibu Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si, selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Kepada PT Siloam Hospitals International atas kesempatan magang yang memberikan saya banyak pengalaman dan pengetahuan tambahan.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

8. Ibu Dwi Ruth Kurniasih selaku Head of Business dan supervisor saya, Kak Silke selaku graphic designer, dan Kak Moehamad Ali selaku mentor saya selama proses kerja magang.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Juni 2024



(Nikki Howie)



PERAN MARKETING COMMUNICATION DI PT SILOAM

HOSPITALS INTERNATIONAL TBK

Nikki Howie

ABSTRAK

PT Siloam Hospitals International Tbk adalah perusahaan yang berfokus pada bidang kesehatan dan merupakan bagian dari Lippo Group. Sebagai salah satu unit bisnis utama dalam kelompok ini, Siloam Hospitals memiliki peran penting dalam menyediakan layanan kesehatan berkualitas tinggi di Indonesia. Untuk memperkuat posisinya di industri kesehatan, Siloam Hospitals harus membangun *personal branding* yang kuat dan positif, yang menjadi kunci dalam membangun kepercayaan dan reputasi yang baik di mata masyarakat dan pasien. *Personal branding* yang efektif dapat dicapai melalui peningkatan pelayanan pelanggan, investasi dalam teknologi medis terkini, keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial dan komunitas, serta pengembangan strategi komunikasi yang efektif melalui media tradisional seperti *marketing collateral* dan digital seperti sosial media. Komunikasi pemasaran menjadi aspek penting dalam mendukung Siloam Hospitals untuk mencapai tujuan tersebut. Melalui kampanye pemasaran yang terarah dan konsisten, Siloam Hospitals dapat membangun hubungan yang kuat dengan pasien dan masyarakat, serta meningkatkan kepercayaan terhadap layanan yang mereka tawarkan. Pendekatan ini akan memperkuat citra Siloam Hospitals sebagai penyedia layanan kesehatan unggulan di Indonesia, memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan di industri kesehatan yang kompetitif.

Kata kunci: *branding*, komunikasi pemasaran, *media collateral*, sosial media

THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATION AT PT SILOAM HOSPITALS INTERNATIONAL TBK

Nikki Howie

ABSTRACT

PT Siloam Hospitals International Tbk is a company focused on the healthcare sector and is part of the Lippo Group. As one of the main business units within the group, Siloam Hospitals plays a crucial role in providing high-quality healthcare services in Indonesia. To strengthen its position in the healthcare industry, Siloam Hospitals must build a strong and positive personal branding, which is key to establishing trust and a good reputation in the eyes of the public and patients. Effective personal branding can be achieved through enhanced customer service, investment in the latest medical technology, active involvement in social and community activities, and the development of effective communication strategies through traditional media such as marketing collateral and digital media such as social media. Marketing communication is a critical aspect of supporting Siloam Hospitals in achieving these goals. Through targeted and consistent marketing campaigns, Siloam Hospitals can build strong relationships with patients and the community, and increase trust in the services they offer. This approach will solidify Siloam Hospitals' image as a leading healthcare provider in Indonesia, ensuring the company's sustainability and long-term growth in the competitive healthcare industry.

Keywords: *branding, marketing communication, media collateral, social media.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	4
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK.....	7
<i>ABSTRACT</i>	8
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I	
PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	16
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	16
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	20
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	20
2.1.1 Visi Misi.....	21
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	22
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	26
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	26
3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	26
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	28

3.2.2	Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	30
3.3	Kendala yang Ditemukan.....	45
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	47
BAB IV		
SIMPULAN DAN SARAN.....		49
4.1	Simpulan.....	49
4.2	Saran.....	50
4.2.1	Saran Untuk Perusahaan.....	50
4.2.2	Saran Untuk Universitas.....	50
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa yang akan magang.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		51
LAMPIRAN.....		53



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang.....28
Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang.....29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Lippo Group.....	15
Gambar 1.2 Logo Siloam Hospitals.....	15
Gambar 2.1 Logo Lippo Group.....	20
Gambar 2.2 Logo Siloam Hospitals.....	20
Gambar 3.1 Struktur besar perusahaan Siloam Hospitals.....	28
Gambar 3.2 Timeline Kerja Magang.....	29
Gambar 3.3 Poster event Gerakan Sehat.....	31
Gambar 3.4 Poster event dokter Vinia.....	31
Gambar 3.5 tripod untuk event.....	31
Gambar 3.6 screenshot chat penulis.....	32
Gambar 3.7 screenshot chat penulis.....	33
Gambar 3.8 goody bag untuk audiens.....	34
Gambar 3.9 screenshot chat penulis.....	35
Gambar 3.10 Dokumentasi event senam pagi.....	36
Gambar 3.11 Dokumentasi event Siloam Goes to Banten	36
Gambar 3.12 Poster dinding.....	38
Gambar 3.13 Pemasangan poster dinding.....	38
Gambar 3.14 Poster lift.....	39
Gambar 3.15 Poster lift.....	39
Gambar 3.16 tempat brosur.....	40
Gambar 3.17 konten story penulis.....	41
Gambar 3.18 konten story penulis.....	41
Gambar 3.19 konten story penulis.....	42
Gambar 3.20 konten thumbnail IG stories.....	43
Gambar 3.21 konten thumbnail IG stories.....	43
Gambar 3.22 konten thumbnail IG stories.....	43
Gambar 3.23 konten thumbnail IG stories.....	43
Gambar 3.24 konten thumbnail IG stories.....	43
Gambar 3.25 konten thumbnail IG stories.....	43
Gambar 3.26 konten thumbnail IG stories.....	44
Gambar 3.27 proses syuting bersama dokter.....	45
Gambar 3.28 proses syuting bersama dokter.....	45
Gambar 3.29 proses syuting bersama aktris Lydia.....	45

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat pengantar MBKM-01	51
Lampiran B Kartu MBKM-02	52
Lampiran C Daily Task MBKM-03	53
Lampiran C Surat Keterangan Magang.....	67
Lampiran D Pengecekan hasil Turnitin	68
Lampiran E Formulir Konsultasi Magang	69
Lampiran F Curriculum Vitae (CV) pemegang	70

