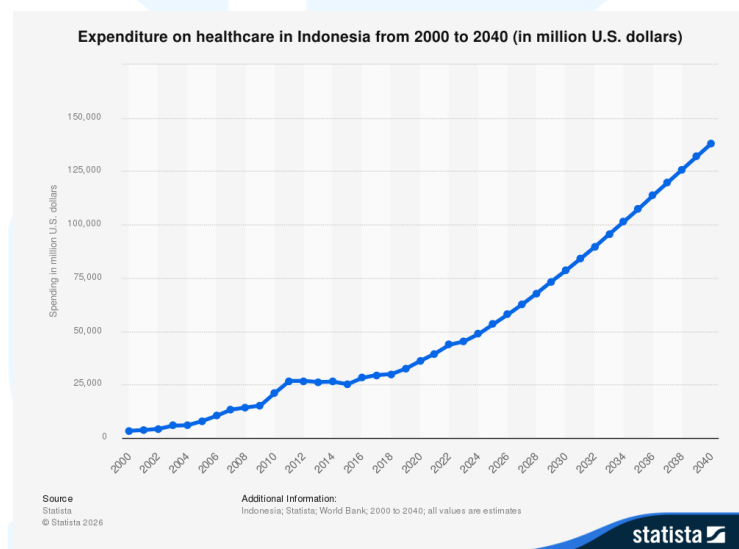


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang sangat penting, namun seringkali diabaikan atau diremehkan. Seiring dengan perkembangan zaman, aspek kesehatan yang awalnya masih diremehkan mulai berubah menjadi sesuatu yang sangat penting, hal ini dikarenakan masyarakat semakin sadar akan pentingnya memastikan kesehatan tubuh tetap terjaga selama menjalankan aktivitas sehari - hari. Menurut Kemenkes (2025), diketahui bahwa kesadaran publik terhadap kesehatan mengalami peningkatan. Hal tersebut terlihat dari banyaknya partisipasi masyarakat dalam program pengecekan kesehatan gratis, yang mencapai sekitar 50 juta orang.

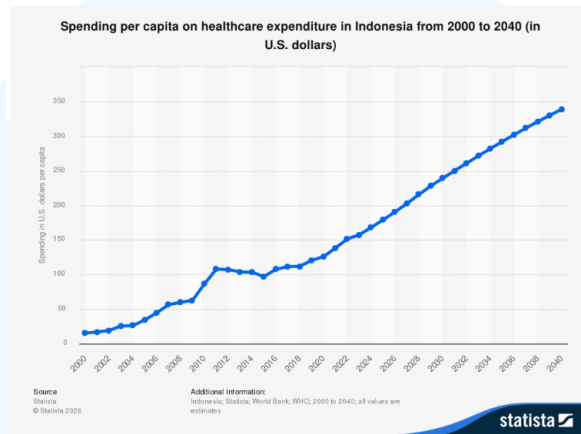


Gambar 1. 1 Pengeluaran Masyarakat Indonesia Pada Bidang Kesehatan Dari Tahun 2000 - 2040

Sumber: (Statista, 2024)

Berdasarkan gambar 1.1, dapat dilihat bahwa pengeluaran masyarakat indonesia untuk menjaga kesehatan juga terus meningkat dari tahun ke tahun, dimana pada

tahun 2024 masyarakat indonesia telah menghabiskan sekitar 48 miliar dolar US dan diproyeksikan akan terus mengalami tren kenaikan hingga tahun 2040. Hal ini menunjukkan bahwa *awareness* masyarakat indonesia terhadap pentingnya menjaga kesehatan juga semakin tinggi.



Gambar 1. 2 Pengeluaran Per Kapita Masyarakat Indonesia di Bidang Kesehatan Dari Tahun 2000 - 2040

Sumber: (Statista, 2024)

Selain itu, peningkatan *awareness* masyarakat Indonesia terkait pentingnya kesehatan juga ikut dikonfirmasi melalui gambar 1.2. Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa terjadi peningkatan pengeluaran per kapita yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia untuk menjaga kesehatan, dan per tahun 2024 nilai pengeluaran per kapita yang dilakukan masyarakat Indonesia untuk menjaga kesehatan telah mencapai 168 dolar US serta akan diproyeksikan terus mengalami tren peningkatan hingga tahun 2040.

Peningkatan *awareness* atau kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan ini tentunya akan berdampak baik terhadap prospek industri kesehatan kedepannya dan akan memunculkan berbagai peluang di industri ini.

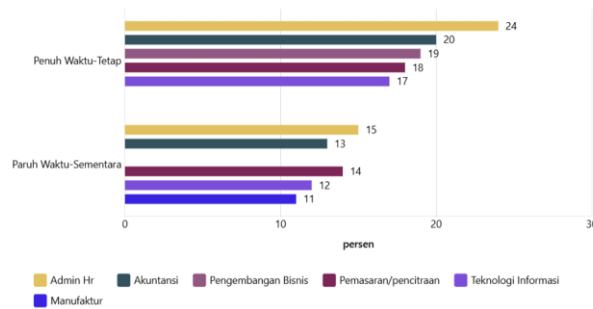
Peluang yang muncul di bidang kesehatan tentunya tidak akan dilewatkan oleh para pelaku bisnis di bidang ini. Perusahaan-perusahaan di industri kesehatan akan melakukan ekspansi serta berupaya memberikan performa pelayanan terbaik guna

memanfaatkan peluang yang ada. Kondisi ini menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan tenaga kerja profesional untuk memastikan kualitas pelayanan yang optimal. Salah satu perusahaan yang menjadi pemimpin di bidang kesehatan adalah PT Siloam International Hospitals Tbk.

PT Siloam International Hospitals Tbk merupakan rumah sakit yang berada di bawah naungan grup konglomerasi Lippo Group, yang memiliki sekitar 41 cabang dan 25 klinik yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia, seperti Jabodetabek, Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali, dan NTB. Menurut Fulvian (2026) dalam survey Goodstats, diketahui bahwa PT Siloam International Hospitals Tbk merupakan salah satu rumah sakit swasta terbaik di Indonesia.

Dalam mendukung perkembangan rumah sakit dan daya saing di industri kesehatan, PT Siloam International Hospitals Tbk sangat bergantung dengan divisi marketing. Menurut Vidya et al. (2024), semakin tinggi *trust* seorang pasien terhadap sebuah rumah sakit maka akan semakin tinggi kemungkinan mereka untuk datang kembali ke rumah sakit tersebut. Hal ini disebabkan oleh karakteristik industri kesehatan, khususnya rumah sakit, di mana konsumen cenderung memilih layanan berdasarkan tingkat kepercayaan yang terbentuk dari kualitas pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, divisi marketing dari PT Siloam International Hospitals Tbk harus melakukan berbagai strategi marketing yang kuat untuk bisa mengkomunikasikan fasilitas dan keunggulan dari pelayanan mereka kepada konsumen sehingga para konsumen bisa memiliki kepercayaan terhadap pelayanan dari rumah sakit Siloam Hospitals Lippo Village.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 3 Posisi Pekerjaan Yang Paling Banyak Direkrut Perusahaan Indonesia (2022 – 2023)

Sumber: (Annur, 2023)

Selain itu, pentingnya peran divisi *marketing* tidak hanya terbatas pada industri kesehatan, melainkan juga berlaku di berbagai sektor industri lainnya. Tingginya permintaan terhadap posisi ini dapat dilihat dari data 1.3, yang menunjukkan bahwa divisi *marketing* merupakan salah satu posisi yang banyak dibutuhkan oleh perusahaan, yaitu sekitar 18% dari 1162 perusahaan yang di survei. Selain itu, berdasarkan survei dari Jobstreet, gaji untuk posisi *marketing* di Indonesia berkisar antara 3–7 juta rupiah untuk posisi staf dan 9–20 juta rupiah untuk posisi manager. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa posisi *marketing* merupakan salah satu posisi yang memiliki prospek yang baik, karena permintaan yang tinggi serta apresiasi yang baik dari perusahaan di Indonesia.

Selama masa praktik kerja magang, penulis ditempatkan sebagai karyawan magang pada posisi *marketing* di cabang Siloam Hospital Lippo Village (SHLV), yang merupakan cabang pertama dari PT Siloam International Hospitals Tbk. Tugas utama penulis adalah membantu karyawan tetap di divisi *marketing*, khususnya dalam bidang *marketing communication*. Adapun tugas yang dilakukan meliputi pengelolaan *marketing collateral* yang tersebar di seluruh gedung Siloam Hospital Lippo Village, pembuatan *newsletter & leaflet* dan desain *flyer* serta *merchandise* promosi baru, serta pelaksanaan administrasi yang berkaitan dengan kebutuhan *marketing communication*.

Selain tugas utama tersebut, penulis juga melaksanakan tugas tambahan dari divisi lain, seperti divisi *event* dan divisi *social media*. Tugas tambahan yang dilakukan antara lain menjadi *in charge* dalam menjaga *booth event*, dan membalas *direct message* (DM) Instagram Siloam Hospital Lippo Village (SHLV).

Pemilihan Siloam Hospital Lippo Village sebagai tempat pelaksanaan praktik kerja magang didasarkan pada beberapa pertimbangan. Penulis ingin memperoleh pengalaman terkait peran dan prosedur operasional *marketing* terutama *marketing communication* dalam mendukung industri kesehatan yang diprediksi akan terus berkembang. Selain itu, Siloam Hospital Lippo Village (SHLV) merupakan cabang pertama dari PT Siloam International Hospitals Tbk, sehingga memiliki prosedur manajemen dan operasional yang lebih kompleks. Hal ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang komprehensif bagi penulis dalam menerapkan ilmu *marketing* yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam dunia profesional.

Selain itu, penulis juga mempertimbangkan reputasi PT Siloam International Hospitals Tbk sebagai bagian dari Lippo Group, yang dinilai dapat memberikan nilai tambah bagi portofolio penulis.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan aktivitas praktik kerja magang ini, penulis memiliki maksud dan tujuan untuk memenuhi kewajiban akademik sebagai pemenuhan mata kuliah *Professional Business Ethics* (EM 928), *Industry Experience* (EM 929), *Industry Model Validation* (EM 930), dan *Evaluation and Reporting* (EM 931) yang seluruhnya bernilai sebanyak total 20 SKS. Pemenuhan tersebut ditujukan sebagai persyaratan kelulusan sarjana (S1) dari program studi manajemen di Universitas Multimedia Nusantara. Praktik kerja magang ini juga dilakukan dengan tujuan antara lain:

- 1) Memenuhi salah satu persyaratan akademik, yaitu program *Professional Skill Enhancement Program* (PROSTEP), sebagai bagian dari penyelesaian studi Program Sarjana (S1) Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, khususnya pada mata kuliah di Program Studi Manajemen seperti *Marketing Management*, *Integrated Marketing Communication*, dan *Brand Management*.
- 3) Menambah pengetahuan mengenai cara kerja dan aktivitas divisi *Marketing Communication* di dunia kerja profesional, khususnya dalam merancang strategi pemasaran yang dapat memberikan dampak pada proses adopsi konsumen (*consumer adoption process*).
- 4) Meningkatkan *hard skills* yang mendukung aktivitas divisi *Marketing Communication*, seperti penggunaan Canva, Microsoft Excel, dan tools pendukung lainnya, serta mengembangkan *soft skills* seperti kemampuan komunikasi dan kerja sama dalam lingkungan kerja profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas praktik kerja magang di Siloam Hospital Lippo Village dilakukan sesuai dengan prosedur dan standar yang tercantum didalam program PROSTEP magang track 1, yaitu selama 4 bulan atau setara 640 jam kerja. Di bawah ini merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilaksanakan:

Nama Perusahaan: Siloam Hospital Lippo Village

Bidang Usaha: Rumah Sakit dan Layanan Kesehatan

Waktu Pelaksanaan: Senin, 26 Januari 2026 s/d Jumat, 25 Mei 2026

Hari Kerja: 08.00 s/d 17.00 WIB (Hari Kerja Biasa)

Posisi Magang: *Marketing Communication*

Alamat Perusahaan: Jl. Siloam No. 6. Lippo Village Kabupaten Tangerang

Provinsi Banten, Desa/Kelurahan Bencong Indah,
Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang, Provinsi Banten,
Kode Pos: 15810

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis telah menjalankan prosedur pelaksanaan magang sesuai dengan yang tertera pada buku panduan PROSTEP Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Prosedur pelaksanaan kerja magang tersebut dibagi menjadi 3 tahap antara lain:

1. Tahap Awal

- a) Penulis diwajibkan untuk mengikuti program pembekalan magang yang diselenggarakan oleh kampus bagi seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen yang akan menjalankan program magang PROSTEP. Program pembekalan ini bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa dalam menjalani praktik magang serta memberikan informasi terkait alur dan *timeline* pelaksanaan magang.
- b) Selanjutnya, penulis mengisi formulir pembuatan surat pengantar magang yang diberikan oleh Bapak Bangkit Dewanto sebagai staf Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Pengisian formulir tersebut bertujuan untuk penerbitan surat pengantar magang yang akan digunakan dalam proses melamar kerja.
- c) Penulis menyiapkan CV (*Curriculum Vitae*) dan portofolio yang dibutuhkan untuk melamar posisi *Marketing Communication Intern* di Siloam Hospitals Lippo Village.
- d) Penulis mengirimkan surat lamaran melalui *e-mail* beserta dokumen pendukung berupa CV, portofolio, dan surat pengantar magang kepada Ibu Carissa Alexandra Geraldi selaku *Staff Recruitment Intern* di Siloam Hospitals Lippo Village.
- e) Setelah itu, penulis mengikuti proses wawancara secara daring (*online*) pada tanggal 22 Januari 2026 bersama Ibu Carissa Alexandra Geraldi selaku *Staff Recruitment Intern* dan Ibu Grace Yohana selaku *Head of Marketing* di Siloam Hospitals Lippo Village.

- f) Setelah melewati proses wawancara (*interview*) dan dinyatakan lulus, penulis melakukan penandatanganan LOA (*Letter of Acceptance*). Selanjutnya, penulis melakukan pendaftaran perusahaan magang melalui *website* PROSTEP dengan memilih *Internship Program Track 1*.
- g) Penulis melakukan pengisian data perusahaan Siloam Hospitals Lippo Village serta posisi yang dilamar ke dalam *website* PROSTEP. Setelah seluruh data awal yang diperlukan telah diisi, penulis menunggu proses *approval* dari Ketua Program Studi Manajemen, yaitu Ibu Purnamaningsih.
- h) Setelah mendapatkan *approval*, penulis dapat mengunduh surat pengantar magang PROSTEP melalui *website* PROSTEP.
- i) Penulis mengunggah LOA (*Letter of Acceptance*) yang telah ditandatangani sebelumnya, beserta data diri dan alamat *e-mail* supervisor penulis.

2. Tahap Pelaksanaan

- a) Penulis menjalankan praktik kerja magang di Siloam Hospitals Lippo Village sebagai *Marketing Communication Intern* sesuai dengan periode yang tercantum dalam surat penerimaan magang, yaitu mulai tanggal 26 Januari 2026 hingga 25 Mei 2026 atau selama empat bulan.
- b) Pada hari pertama praktik kerja magang, penulis diajak oleh Ibu Carissa Alexandra Geraldi selaku *Staff Recruitment Intern* untuk mengenal lingkungan kerja, pegawai atau staf di Divisi Marketing, serta berbagai peraturan kerja yang berlaku bagi peserta magang di Siloam Hospitals Lippo Village.
- c) Supervisor memberikan arahan terkait pekerjaan atau *job description* sebagai *Marketing Communication Intern*, mulai dari alur kerja, koordinasi, struktur organisasi, hingga cara pengerjaan setiap tugas.

- d) Selama masa praktik kerja magang, penulis selalu melakukan pengisian aktivitas kerja magang (*daily task*) yang dikerjakan setiap harinya ke dalam *website* PROSTEP.
- e) Penulis melakukan pengisian progres pengerjaan laporan magang setiap hari setelah jam kerja kantor berakhir melalui *website* PROSTEP. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan *update* kepada supervisor terkait perkembangan pengerjaan laporan magang.
- f) Penulis juga mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing akademik yang telah ditentukan oleh pihak Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara agar laporan yang disusun sesuai dengan ketentuan akademik kampus.

3. Tahap Akhir

- a) Mendekati akhir periode magang, penulis mulai menyusun laporan praktik kerja magang yang merupakan salah satu syarat pemenuhan mata kuliah *Internship Track 1*.
- b) Penulis melakukan revisi terhadap laporan magang yang telah disusun sesuai dengan arahan dari dosen pembimbing yang telah ditentukan sebelumnya.
- c) Setelah menyelesaikan revisi, dosen pembimbing magang akan melakukan pengesahan atau *approval*, dan penulis akan memperoleh lembar verifikasi laporan.
- d) Penulis melakukan pendaftaran sidang setelah memenuhi persyaratan jam kerja magang selama 640 jam, persyaratan pengerjaan laporan magang selama sekitar 207 jam, serta telah mengikuti delapan kali periode bimbingan bersama dosen pembimbing.
- e) Penulis mengikuti sidang magang sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh pihak Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

1.4 Sistematika Penulisan

Laporan kerja magang yang berjudul “AKTIVITAS DIVISI MARKETING COMMUNICATION DALAM PELAKSANAAN MARKETING ACTIVITY PADA SILOAM HOSPITAL LIPPO VILLAGE”, ditulis dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan terkait informasi latar belakang dari penulis, dimulai dari alasan penulis memilih industri dan perusahaan tersebut sebagai tempat praktik magang, tujuan dan maksud dari praktik kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang, serta sistematika penulisan laporan kerja magang yang dilakukan oleh penulis pada PT Siloam International Hospitals Tbk (Siloam Hospitals Lippo Village).

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab II ini berisi informasi terkait perusahaan sebagai tempat kerja, dimulai dari sejarah singkat perusahaan, profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, hingga struktur organisasi perusahaan dalam menjalankan usahanya.

BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA MAGANG

Bab III ini menjelaskan terkait aktivitas praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis, dimulai dari penjelasan posisi dan jabatan penulis di dalam struktur organisasi perusahaan, aktivitas pelaksanaan praktik kerja magang, serta permasalahan dan solusi dari setiap pekerjaan yang dilakukan selama masa praktik kerja magang pada PT Siloam International Hospitals Tbk (Siloam Hospitals Lippo Village).

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

Bab IV ini membahas kesimpulan yang diperoleh penulis selama menjalani aktivitas praktik kerja magang. Permasalahan dan kendala akan disesuaikan dengan teori yang didapatkan selama praktik kerja magang di PT Siloam International Hospitals Tbk (Siloam Hospitals Lippo Village). Bab ini juga

memuat saran dari penulis yang ditujukan kepada PT Siloam International Hospitals Tbk (Siloam Hospitals Lippo Village) dan pembaca lainnya terhadap kendala yang dihadapi selama menjalankan aktivitas praktik kerja magang.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA