

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Primaya Hospital Tangerang merupakan institusi pelayanan kesehatan swasta yang berfokus pada penyediaan layanan medis secara menyeluruh dengan mengedepankan kualitas pelayanan, keselamatan pasien, serta pemanfaatan teknologi kesehatan terkini. Kehadiran rumah sakit ini menjadi bentuk respon terhadap meningkatnya kebutuhan masyarakat perkotaan akan layanan kesehatan yang tidak hanya modern dan profesional, tetapi juga memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, khususnya bagi masyarakat di wilayah Tangerang dan sekitarnya.

Secara organisasi, pengelolaan operasional dan manajemen rumah sakit berada di bawah naungan PT Famon Global Medika. Dalam hal ini, PT Famon Global Medika berperan sebagai entitas perusahaan yang mengelola dan mengembangkan seluruh aspek layanan, sedangkan Primaya Hospital Tangerang berfungsi sebagai identitas brand resmi yang berinteraksi langsung dengan masyarakat dalam memberikan pelayanan kesehatan.

Dalam perjalanan historisnya, rumah sakit ini sebelumnya dikenal dengan nama Rumah Sakit Awal Bros Tangerang, yang berada dalam jaringan PT Famon Global Medika. Perubahan identitas menjadi Primaya Hospital Tangerang tidak hanya sebatas pergantian nama semata, tetapi merupakan bagian dari strategi rebranding besar yang bertujuan untuk memperkuat arah layanan yang lebih terintegrasi dan berfokus pada pasien (patient-centered care). Transformasi identitas visual dan operasional ini mencerminkan upaya institusi untuk terus beradaptasi dengan perkembangan zaman, dengan struktur pengelolaan lokal yang tetap bernaung di bawah PT Famon Global Medika.

Primaya Hospital Tangerang menyediakan layanan kesehatan yang utuh, mulai dari upaya edukasi masyarakat (promotif), pencegahan penyakit (preventif), penanganan medis (kuratif), hingga pemulihan pasca-sakit (rehabilitatif). Seluruh fasilitas dan tenaga medis yang ada dirancang saling

terintegrasi agar pasien mendapatkan penanganan yang tepat dari awal hingga masa pemulihan selesai. Seluruh layanan tersebut didukung oleh tenaga medis profesional serta fasilitas yang dirancang untuk menciptakan sistem pelayanan yang terintegrasi. Untuk memberikan penanganan yang lebih spesifik, rumah sakit ini juga menghadirkan berbagai layanan unggulan (*center of excellence*), antara lain pusat layanan jantung dan pembuluh darah, layanan onkologi (kanker), layanan ortopedi (tulang dan sendi), serta layanan kesehatan ibu dan anak.

Kualitas layanan yang diberikan telah diakui melalui akreditasi nasional dari Komisi Akreditasi Rumah Sakit (KARS) serta sertifikasi internasional dari *Joint Commission International (JCI)*. Pengakuan ini menunjukkan bahwa standar pelayanan dan prosedur medis yang diterapkan telah memenuhi standar keselamatan dan kualitas pelayanan kesehatan bertaraf internasional.

Dalam menghadapi perkembangan era digital, Primaya Hospital Tangerang terus melakukan inovasi untuk meningkatkan kemudahan akses layanan bagi pasien, antara lain melalui penerapan sistem rekam medis elektronik serta pemanfaatan media digital sebagai sarana edukasi kesehatan kepada masyarakat. Melalui inovasi tersebut, rumah sakit berupaya menyediakan informasi kesehatan yang akurat, mudah diakses, dan mudah dipahami. Dengan demikian, Primaya Hospital Tangerang tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan pengobatan, tetapi juga sebagai mitra dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan.



Gambar 2.1 Primaya Hospital Tangerang
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

2.1.1 Logo Organisasi

Logo Primaya Hospital menonjolkan profesionalisme dan modernitas melalui tipografi bertuliskan “Primaya Hospital” yang disusun dengan gaya huruf sans-serif yang tegas, bersih, dan fungsional.



Gambar 2.2 Logo Primaya Hospital Tangerang
Sumber: Web Perusahaan, 2026

Desain visual ini sengaja dibuat minimalis tanpa tambahan ornamen yang berlebihan untuk merepresentasikan nilai-nilai utama institusi, yaitu

kejelasan informasi, efisiensi layanan, serta keterbukaan. Bentuk huruf yang proporsional menggambarkan kesiapan rumah sakit dalam beradaptasi dengan kemajuan teknologi medis tanpa meninggalkan kesan kokoh sebagai lembaga kesehatan yang tepercaya.

Warna biru yang mendominasi logo memiliki makna simbolik sebagai lambang kepercayaan (*trust*), stabilitas, dan ketenangan yang menjadi dasar setiap pelayanan di Primaya Hospital Tangerang. Warna biru muda atau *cyan* yang menyertainya mempertegas filosofi institusi yang mengutamakan inovasi, kebersihan, serta kesadaran akan pentingnya kesehatan yang berkelanjutan. Perpaduan warna netral dan gradasi biru ini menciptakan keseimbangan visual yang mencerminkan harmoni antara keahlian medis profesional dengan kehangatan dalam melayani pasien.

Tak hanya itu, bentuk tipografi yang minimalis dan modern ini menggambarkan semangat Primaya untuk menghadirkan sistem pelayanan yang terintegrasi dan transparan. Desain yang bersih ini menjauhi kesan birokrasi yang kaku dan lebih mengedepankan kemudahan akses bagi setiap lapisan masyarakat. Secara keseluruhan, identitas visual ini menggambarkan jiwa Primaya Hospital Tangerang yang berpijak pada nilai profesionalisme, inovasi, serta komitmen tulus untuk menjadi mitra kesehatan yang modern dan bisa diandalkan oleh masyarakat luas.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai institusi pelayanan kesehatan yang menjunjung tinggi profesionalisme serta berorientasi pada kebutuhan pasien, Primaya Hospital Tangerang tidak hanya berfokus pada penyediaan fasilitas medis semata, tetapi juga memiliki arah strategis dalam menciptakan keseimbangan antara peningkatan kualitas hidup masyarakat dan perkembangan teknologi medis. Berbagai inisiatif, program, edukasi digital, serta kegiatan klinis yang dijalankan berlandaskan pada tujuan untuk menghadirkan standar pelayanan kesehatan yang unggul, mendorong kemandirian masyarakat

dalam menerapkan pola hidup sehat, serta menjaga keberlanjutan mutu layanan kesehatan.

Landasan tersebut tercermin dalam visi dan misi yang menjadi pedoman utama dalam setiap aktivitas pelayanan di Primaya Hospital Tangerang, yaitu sebagai berikut:

Visi

Menjadi jaringan rumah sakit unggulan berstandar internasional yang menyediakan layanan kesehatan modern, terpercaya, dan humanis sebagai dasar dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan.

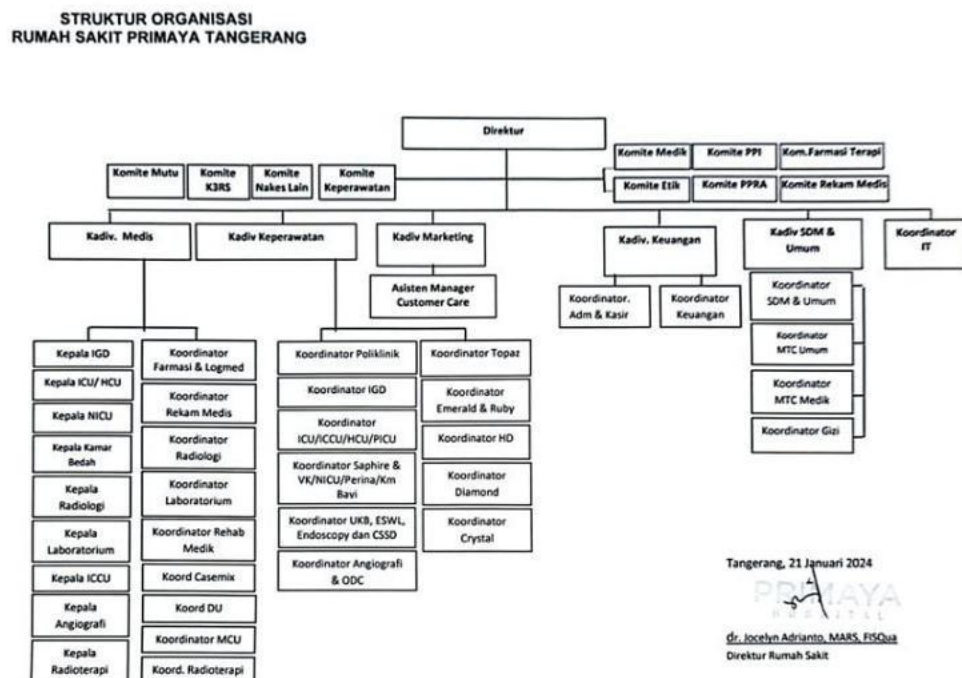
Misi

1. Mengembangkan program layanan kesehatan yang inovatif dan inspiratif guna meningkatkan kesadaran masyarakat dari berbagai kalangan usia terhadap pentingnya pencegahan penyakit serta penanganan medis yang tepat sejak dini.
2. Mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya medis, teknologi terkini, serta menjalin kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan untuk mengatasi permasalahan kesehatan masyarakat dan memperluas akses layanan kesehatan yang inklusif.
3. Menghadirkan layanan unggulan (*center of excellence*) yang profesional dan berstandar tinggi bersama tenaga medis ahli sebagai upaya pengembangan praktik kedokteran dan peningkatan kualitas pelayanan pasien.
4. Menjadikan edukasi dan literasi kesehatan yang mudah dipahami sebagai inti komunikasi antara rumah sakit dan masyarakat, guna membangun ekosistem kesehatan yang adaptif dan cerdas di era digital.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk mencapai keberhasilan dari setiap visi dan misi, Primaya Hospital Tangerang membagi tim ke dalam beberapa bagian dengan tanggung jawab yang berbeda di setiap timnya. Struktur organisasi ini dibentuk agar komunikasi dan koordinasi antar tim dapat berjalan dengan efektif dan efisien sehingga setiap tujuan dapat tercapai.

Struktur Organisasi Primaya Hospital Tangerang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

Dalam operasional harian yang lebih spesifik, penulis ditempatkan pada divisi *Marketing & Communication* yang bertanggung jawab penuh terhadap citra digital dan komunikasi publik rumah sakit. Divisi ini memiliki peran krusial dalam mengolah informasi medis menjadi materi yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas secara akurat. Untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai alur kerja dan koordinasi dalam tim tempat penulis menjalankan praktik kerja

magang, berikut adalah struktur organisasi internal divisi *Marketing & Communication* Primaya Hospital Tangerang:

Struktur Organisasi Internal Divisi Marketing Primaya Hospital Tangerang



Gambar 2.4 Struktur Divisi Marketing
Sumber: Olahan Penulis, 2026

Berdasarkan struktur organisasi yang ada, divisi Marketing secara internal berada di bawah arahan strategis manajemen pusat rumah sakit. Struktur ini mencerminkan adanya pembagian tugas dan tanggung jawab yang sistematis guna mendukung efektivitas komunikasi serta optimalisasi pemasaran layanan kesehatan. Divisi Marketing di Primaya Hospital Tangerang dipimpin oleh Firdaus Halim selaku *Head of Marketing*, yang memiliki peran utama dalam menjaga arah strategis institusi serta memastikan seluruh program pemasaran dan edukasi berjalan selaras dengan standar pelayanan rumah sakit.

Di bawah kepemimpinan tersebut, terdapat pembagian peran yang dijalankan oleh tujuh personel inti dengan tanggung jawab sebagai berikut:

1. *Marketing Coordinator*

Di divisi ini Meri Suzana Tarigan memiliki tanggung jawab dalam mengoordinasikan aktivitas pemasaran secara teknis dan operasional. Peran ini mencakup penyusunan perencanaan pemasaran secara berkala,

menjaga keselarasan antar-subdivisi, serta melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan program promosi agar sesuai dengan target dan jadwal yang telah ditetapkan.

2. Network Specialist

Di divisi ini Gina Darmawan berfokus pada pengembangan jaringan medis eksternal. Tanggung jawab utamanya adalah membangun serta memelihara hubungan strategis dengan berbagai mitra kesehatan, seperti klinik dan dokter perujuk, guna memperluas cakupan layanan rumah sakit dalam ekosistem kesehatan.

3. Community Network & Media Specialist

Dearn Sinaga berperan dalam pengelolaan media digital serta hubungan dengan komunitas publik. Posisi ini menjadi bagian utama dalam praktik kerja magang, dengan tanggung jawab meliputi pengelolaan media sosial (Instagram TapCare), produksi konten edukasi, serta upaya meningkatkan keterlibatan audiens di ranah digital.

4. Product Sales

Fahish Akbar bertanggung jawab dalam merancang strategi penjualan layanan kesehatan sebagai produk unggulan. Perannya melibatkan analisis pasar untuk memahami kebutuhan pasien serta memastikan bahwa layanan yang ditawarkan tetap kompetitif dan tersampaikan secara efektif kepada masyarakat.

5. Internal Patient Service

Endah Yuliandewi memiliki fokus pada peningkatan kualitas pengalaman pasien selama berada di lingkungan rumah sakit. Tugasnya meliputi pemantauan standar pelayanan, pengelolaan umpan balik pasien, serta evaluasi terhadap tingkat kenyamanan dan kepuasan layanan.

6. *Corporate Network Specialist*

Caroline Anggi Sophia berperan dalam mengembangkan kerja sama dengan pihak korporasi. Tanggung jawabnya mencakup pengelolaan kemitraan layanan kesehatan karyawan, seperti program Medical Check-Up dan jaminan kesehatan perusahaan, guna memperluas jaringan bisnis rumah sakit.

7. *Corporate Insurance Specialist*

Kurniawan Suhendra bertanggung jawab atas pengelolaan hubungan dengan perusahaan asuransi. Peran ini mencakup koordinasi administratif, pembaruan kerja sama, serta memastikan proses pelayanan bagi pasien pengguna asuransi berjalan sesuai dengan prosedur yang berlaku.

8. *Social Media Intern*

Tri Bambang Gustoro memiliki peran mendukung operasional pengelolaan konten digital serta manajemen media sosial di bawah arahan Community Network & Media Specialist. Tanggung jawabnya mencakup asistensi dalam proses produksi konten edukasi kesehatan, membantu dokumentasi kegiatan rumah sakit untuk kebutuhan media sosial, serta mendukung pelaksanaan strategi komunikasi digital

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Secara teknis, struktur operasional ini dikoordinasikan oleh Meri Suzana Tarigan selaku *Marketing Coordinator*. Dalam menjalankan perannya, beliau mengoordinasikan empat fungsi strategis, yaitu Endah Yulandewi pada layanan pasien internal, Caroline Anggi Sophia pada pengembangan jaringan korporasi, Gina Darmawan pada pengelolaan jejaring medis, serta Kurniawan Suhendra pada kemitraan asuransi. Koordinasi lintas fungsi ini bertujuan untuk memastikan seluruh lini layanan, mulai dari pasien internal, jaringan korporasi, relasi medis,

hingga kerja sama asuransi, dapat berjalan selaras dengan strategi pemasaran rumah sakit.

Pelaksanaan praktik kerja magang dilakukan di bawah supervisi langsung Dearn Sinaga sebagai *Community Network & Media Specialist*. Dalam perannya sebagai *supervisor*, beliau memberikan arahan strategis, melakukan validasi terhadap naskah konten, serta membimbing pengelolaan kanal komunikasi digital rumah sakit. Seluruh instruksi kerja dan bimbingan teknis disampaikan secara langsung guna menjaga konsistensi pesan dan narasi pada platform Instagram TapCare.

Dalam pelaksanaan tugas harian, penulis juga menjalin koordinasi yang erat dengan Fahish Akbar Laksmiana yang berperan dalam pengelolaan layanan produk unggulan. Kolaborasi ini difokuskan pada penyelarasan data medis dari unit layanan unggulan rumah sakit dengan kebutuhan konten digital, sehingga informasi yang disampaikan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga akurat dan relevan bagi masyarakat.

