

Daftar Isi

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
BAB I.....	1
Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penulisan.....	5
1.4 Ruang Lingkup.....	5
1.5 Hasil dan Manfaat.....	5
1.6 Sistem Penulisan.....	5
BAB II.....	7
Landasan Teori.....	7
2.1 Pengertian Strategi.....	7
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	8
2.2.1 <i>Segmenting</i>	8
2.2.2 <i>Targeting</i>	8
2.2.3 <i>Positioning</i>	9
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal.....	9
2.3.1 Analisis Makro (Analisis PESTEL).....	10
2.3.2 Analisis Industri (<i>Porter's Five Forces</i>).....	11
2.4 Analisis Pesaing.....	12
2.5 <i>Social Media</i>	13
2.6 Media sosial <i>Marketing</i>	13
2.6.1 <i>Facebook Marketing</i>	17
2.6.2 <i>Twitter Marketing</i>	19
2.6.3 <i>Instagram</i>	21
2.7 Analisis <i>SWOT</i>	21
2.8 <i>Tows Matrix</i>	22
BAB III.....	24
Metodologi Penelitian.....	24
3.1 Kerangka Analisis.....	24
3.2 Jenis Penelitian.....	25

3.3 Jenis Data.....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
BAB IV.....	28
Gambaran Umum Perusahaan	28
4.1 Profil Subjek Penelitian.....	28
4.1.2 Visi Misi dan Motto Rumah Sakit Jati Sampurna	29
4.1.3 Struktur Organisasi.....	30
4.1.4 Dokumentasi Subjek Penelitian	31
4.2 Profil Subjek Pembanding	31
4.2.1 Rumah Sakit Karunia Kasih.....	32
4.2.3 Rumah Sakit Masmitra	33
BAB V.....	34
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
5.1 Analisis Makro.....	34
5.2 Analisis Industri	36
5.2 Analisis <i>Customer</i> (Pelanggan).....	39
5.3.1 Karakteristik Responden	39
5.3.2 Analisis aktivitas media sosial <i>customer</i> terhadap subjek penelitian.....	42
5.4 Analisis Pesaing (<i>Competitor</i>).....	49
5.5 Matrix Pembanding <i>Competitor</i>	54
5.6 Analisis <i>SWOT</i>	54
5.7 <i>Tows Matrix</i>	56
5.8 Alternatif Strategi.....	58
5.9 Pemilihan Strategi.....	60
5.10 Strategi Terpilih	61
5.11 Implementasi dan perancangan strategi	62
5.11.1 Membuat potongan harga bagi para konsumen (SO2)	62
5.11.2 Meningkatkan media sosial yang dimiliki rumah sakit Jati Sampurna (WO1)	63
5.11.3 Membuat paket promo untuk pasien non BPJS/KIS (ST2).....	65
5.11.4 Mendorong <i>customer</i> agar mengaktifkan notifikasi.....	66
5.11 <i>Timeline</i>	67
BAB VI.....	68
Kesimpulan Dan Saran	68
6.1 Kesimpulan.....	68

6.2	Saran	69
	Lampiran Pertanyaan Wawancara Competitor 1	70
	Lampiran Pertanyaan Wawancara Competitor 2	73
	Lampiran Foto wawancara dengan <i>competitor</i>	75
	Daftar Pustaka.....	76

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 konten Instagram Rumah sakit Pondok Indah dan Brawijaya	3
Gambar 1. 2 Konten Instagram rumah sakit Jati Sampurna	4
Gambar 2. 1 Porter's Five Forces	11
Gambar 3. 1 Kerangka Analisis	24
Gambar 4. 1 Struktur Perusahaan	30
Gambar 4. 2 Rumah Sakit Jati Sampurna Bekasi	31
Gambar 4. 3 Peta jaral rumah sakit Jati Sampurna dengan rumah sakit Karunia Kasih...	32
Gambar 4. 4 Peta jarak rumah sakit Jati Sampurna dengan rumah sakit Masmitra.....	33
Gambar 5. 1 Hasil survey usia Responden	40
Gambar 5. 2 Hasil survey keberadaan rumah sakit Jati Sampurna	40
Gambar 5. 3 Hasil survey terakhir kunjugan rumah sakit Jati Sampurna.....	41
Gambar 5. 4 Hasil survey mengetahui keberadaan rumah sakit lain dari media sosial...	41
Gambar 5. 5 Hasil survey responden aktif media sosial	42
Gambar 5. 6 Hasil survey media sosial yang sering dikunjungi.....	42
Gambar 5. 7 Hasil survey mengetahui keberadaan media sosial rumah sakit Jati Sampurna	43
Gambar 5. 8 Hasil survey responden pernah mengunjungi media sosia rumah sakit Jati Sampurna	43
Gambar 5. 9 Hasil survey konten media sosial rumah sakit Jati Sampurna	44
Gambar 5. 10 Hasil survey media sosial rumah sakit perlu untuk dipebaharui	44
Gambar 5. 11 Hasil survey isi konten menarik menurut responden	45
Gambar 5. 12 Hasil survey kuis untuk para followers media sosial rumah sakit	46
Gambar 5. 13 Hasil survey rumah sakit membutuhkan media sosial	46
Gambar 5. 14 Instagram dan Facebook rumah sakit Jati Sampurna	63
Gambar 5. 15 Contoh Referensi konten media sosial.....	65

Daftar Tabel

Tabel 5. 1 Porter's Five Forces.....	38
Tabel 5. 2 Srength rumah sakit Jati Sampurna.....	47
Tabel 5. 3 Weakness rumah sakit Jati Sampurna	48
Tabel 5. 4 Kegiatan yang menarik para customer.....	53
Tabel 5. 5 Matrix Perbandingan Competitor	54
Tabel 5. 6 Timeline Strategi	67