

**RELATIONSHIP MARKETING RS HERMINA GRAND
WISATA DALAM KEBERHASILAN PROGRAM
KUNJUNGAN RUMAH SEBAGAI LOYALITAS PASIEN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Rida Farida

190900166

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA
INDONESIA FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK**

JAKARTA

2024

***RELATIONSHIP MARKETING AT HERMINA GRAND WISATA
HOSPITAL IN THE SUCCESS OF THE HOME VISIT
PROGRAM FR PATIENT LOYALTY***

THESIS

***Submitted as one of the requirements for the assignment to obtain a Degree
Bachelor of Communications Science***



Arranged by :

Rida Farida

190900166

SATYA NEGARA UNIVERSITY OF INDONESIA

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

JAKARTA

2024

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Rida Farida
NIM : 190900166
JUDUL : *Relationship Marketing* RS Hermina Grand Wisata Dalam
Keberhasilan Program Kunjungan Rumah Sebagai
Loyalitas Pasien
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 24 Februari 2024

Menyetujui,

Ketua Penguji : Helen Olivia, S.I.Kom., M.I.Kom (.....)
Anggota Penguji 1 : Dr. Acmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom (.....)
Anggota Penguji 2 : Agus Budiana, S.Sos., M.I.Kom (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

(Dr. Acmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom)

Dean FISIP
(Drs. Solten Rajaguluk MM)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Rida Farida
NIM : 190900166
JUDUL : *Relationship Marketing* RS Hermina Grand Wisata Dalam Keberhasilan Program Kunjungan Rumah Sebagai Loyalitas Pasien
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat
Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 24 Februari 2024

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

(Helen Olivia, S.I.Kom., M.I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom)



(Dr. Solten Rajagukguk, MM)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Rida Farida

NIM : 190900166

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Relationship Marketing RS Hermina Grand Wisata Dalam Keberhasilan Program
Kunjungan Rumah Sebagai Keberhasilan Loyalitas Pasien

Jumlah Halaman : xii + 96 halaman + 15 Lampiran

Bibliografi : 15 Buku (2005-2021) + 24 Jurnal

ABSTRAK

Program Kunjungan Rumah merupakan salah satu program *home care* yang ditujukan kepada ibu post persalinan, agar mendapatkan edukasi Kesehatan mengenai perawatan ibu dan bayi, sebagai bentuk komitmen RS dalam menjaga hubungan berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Relationship Marketing* RS Hermina Grand Wisata Dalam Keberhasilan Program Kunjungan Rumah Sebagai Loyalitas Pasien.

Penelitian ini menggunakan teori *Relationship Marketing* yang dikembangkan oleh Leonard Berry dengan konsep metode yang ditawarkan oleh Hon & Gurnid (Waters, 2008) yaitu kepercayaan, komitmen, kepuasan & control kebersamaan.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dengan pradigma post positivisme, pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan secara observasi, wawancara dan dokumentasi dengan Key Informant PR dan Bidan konselor program kunjungan rumah beserta informant yaitu ibu pasca persalinan.

Kesimpulan dari penelitian itu yaitu *Relationship Marketing* yang diimplementasikan oleh *Public Relation* dan petugas medis melalui program kunjungan rumah sebagai edukasi kepada ibu post persalinan agar terjalin hubungan berkelanjutan antara pasien dan rumah sakit.

Kata kunci : Relationship Marketing, Program Kunjungan Rumah, Loyalitas Pasien

Pembimbing I : Helen Olivia, S.I.Kom.,M.I.Kom

Pembimbing II : Drs. Solten Rajagukguk, MM

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE SATYA NEGARA
UNIVERSITY INDONESIA**

NAME : Rida Farida
NIM : 190900166
STUDY PROGRAM : *Communication Science*
INTEREST : *Public Relations*

“Relationship Marketing of Hermina Grand Wisata Hospital in the Success of the Home Visit Program as a Success for Patient Loyalty”

Number of Pages : *xii + 96 pages + 15 Attachments*
Bibliography : *15 Books (2005-2021) + 24 Journals*

ABSTRACT

The Home Visiting Program is one of the home care programs aimed at postpartum mothers, in order to get health education regarding maternal and infant care, as a form of the hospital's commitment to maintaining a sustainable relationship.

This study aims to determine how Relationship Marketing of Hermina Grand Wisata Hospital in the Success of the Home Visiting Program as Patient Loyalty.

This research uses Relationship Marketing theory developed by Leonard Berry with the concept of methods offered by Hon & Gurnid (Waters, 2008) namely trust, commitment, satisfaction & control togetherness.

This research uses a case study method, with a post-positivism paradigm, qualitative approach. Data collection was carried out by observation, interviews and documentation with Key Informant PR and Midwife home visit program counselors and informants, namely postpartum mothers.

The conclusion of the study is that Relationship Marketing is implemented by Public Relations and medical staff through a home visit program as education to postpartum mothers so that a sustainable relationship is established between patients and hospitals.

Keywords : *Relationship Marketing, Home Visit Program, Patient Loyalty*

1st Supervisor : *Helen Olivia, S.I.Kom., M.I.Kom*

2nd Supervisor : *Drs. Solten Rajagukguk, MM*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan segala puji dan syukur tak henti-hentinya penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan berkah, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul: **“Relationship Marketing RS Hermina Grand Wisata Dalam Keberhasilan Program Kunjungan Rumah Sebagai Loyalitas Pelanggan”**. Dengan segala kekurangan dan kelebihan didalamnya. Penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Mama dan Bapak saya tercinta, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dan support kepada penulis.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan penelitian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Sihar P.H Sitorus B.S.B.A., M.BA selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Drs. Solten Rajagukguk, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Helen Olivia M.IKom, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan petunjuk, pengetahuan, bimbingan, dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.

5. Drs. Solten Rajagukguk, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan petunjuk, pengetahuan, bimbingan, serta pengarahan selama penyusunan skripsi ini.

6. Terima kasih untuk Ginna, Rosmawati, Frisil dan Lidia yang sudah menjadi teman perjuangan dalam penyusunan skripsi ini,. Terima kasih sudah selalu menemani proses pembuatan skripsi ini.

7. Terima kasih kepada Rida, selaku diri saya sendiri yang sudah berjuang begitu keras, walaupun terasa berat dan sangat melelahkan bekerja sambil menyusun skripsi ini, sampai tidak memiliki hari libur, karena minggu dan tanggal merah tetap harus bekerja, kamu hebat. Tetap semangat sampai sidang nanti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Dengan demikian penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa-mahasiswi dan pembaca.

Bekasi, 24 Februari 2024

Rida Farida

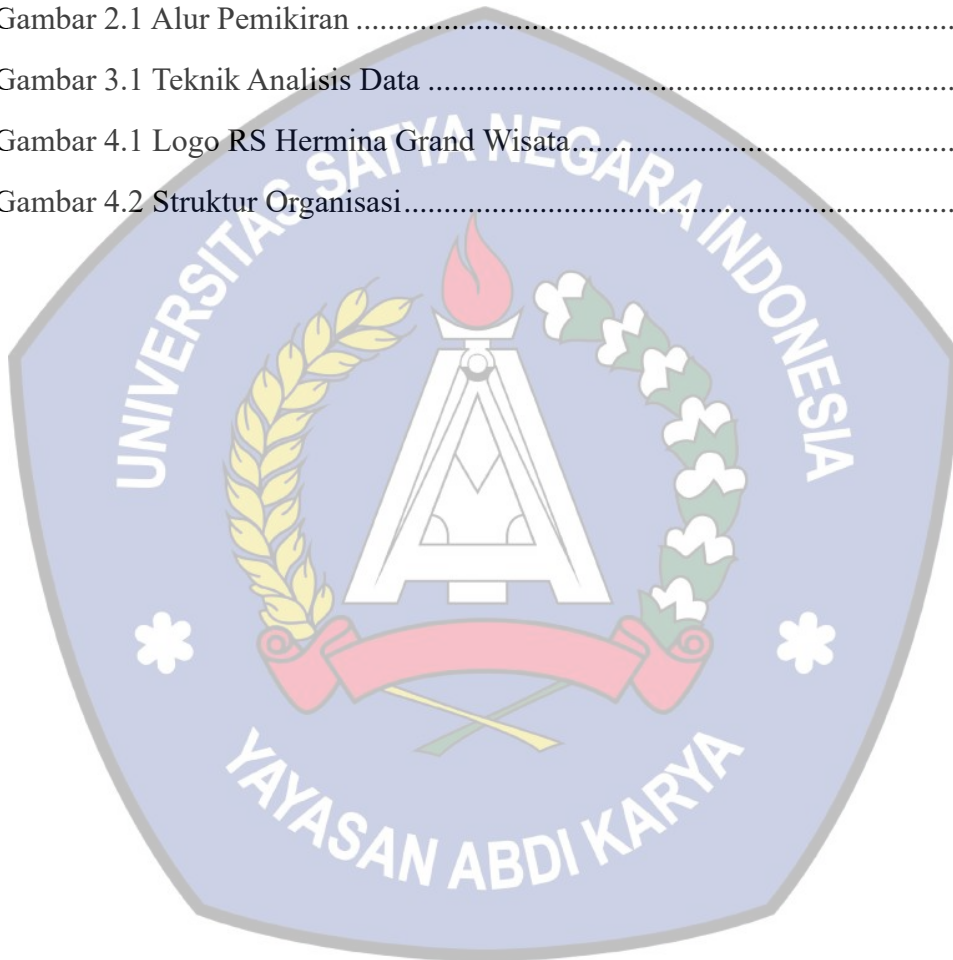
DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS	ii
TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iii
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABLE	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Landasan Teoritis	10
2.1.1 Teori <i>Relationship Marketing</i>	10
2.2 Landasan Konseptual	15
2.2.1 Komunikasi	15
2.2.2 <i>Public Relations</i>	21
2.2.3 Loyalitas.....	32
2.3 Alur Pemikiran	46

BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
3.2 Desain Penelitian.....	48
3.2.1 Pradigma Penelitian	48
3.2.2 Pendekatan Penelitian	50
3.2.3 Metode Penelitian	53
3.2.4 Sifat Penelitian	54
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	55
3.4 <i>Key Informant</i> dan <i>Informant</i>	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.6 Teknis Analisis Data.....	62
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Subjek Penelitian.....	68
4.1.1 Sejarah RS Hermina Grand Wisata.....	68
4.1.2 Logo RS Hermina Grand Wisata	69
4.1.3 Visi dan Misi RS Hermina Grand Wisata	70
4.1.4 Struktur Organisasi	71
4.1.5 Tugas dan Fungsi RS Hermina Grand Wisata.....	71
4.2 Profil <i>Key Informant</i> dan <i>Informant</i>	76
4.3 Hasil Penelitian	80
4.4 Pembahasan.....	91
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pasien Pasca Persalinan.....	3
Gambar 2.1 Alur Pemikiran	46
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data	64
Gambar 4.1 Logo RS Hermina Grand Wisata.....	69
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	71



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 *Informant* 58

