DIRECT MARKETING DALAM MEMBENTUK MINAT MASYARAKAT UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN KESEHATAN DI RUMAH SAKIT CITRA ARAFIQ BEKASI

SKRIPSI

Oleh:
Della Anggreani
202110415408

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

DIRECT MARKETING DALAM MEMBENTUK MINAT MASYARAKAT UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN KESEHATAN DI RUMAH SAKIT CITRA ARAFIQ BEKASI

SKRIPSI

Oleh:
Della Anggreani
202110415408

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

Direct Marketing.., Della Anggreani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: *Direct Marketing* dalam Membentuk Minat Masyarakat untuk Menggunakan Layanan Kesehatan di Rumah Sakit Citra Arafiq Bekasi
Nama Mahasiswa	: Della Anggreani
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415408
Program Studi / Fakultas	: Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing



Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0319048601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: *Direct Marketing* dalam Membentuk Minat Masyarakat untuk Menggunakan Layanan Kesehatan di Rumah Sakit Citra Arafiq Bekasi
Nama Mahasiswa	: Della Anggreani
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415408
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 6 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos.,M.M.,M.I.Kom .....
NIDN. 0323127802

Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom .....
NIDN. 0319048601

Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par .....
NIDN. 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Direct Marketing.., Della Anggreani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul *Direct Marketing* dalam Membentuk Minat Masyrakat untuk Menggunakan Layanan Kesehatan di Rumah Sakit Citra Arafiq Bekasi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai peraturan yang berlaku.

Saya mengijinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Della Anggreani

NPM. 202110415408

Direct Marketing.., Della Anggreani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Della Anggreani. 202110415408, *Direct Marketing* dalam Membentuk Minat Masyrakat untuk Menggunakan Layanan Kesehatan di Rumah Sakit Citra Arafiq Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara mendalam mengenai *direct marketing* dalam membentuk minat masyarakat untuk menggunakan layanan kesehatan Rumah Sakit Citra Arafiq. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Informan penelitian terdiri dari tiga orang, yaitu satu tokoh masyarakat di sekitar RSCA Bekasi, satu masyarakat sekitar rumah sakit yang pernah menggunakan layanan kesehatan RSCA Bekasi serta sebagai penerima komunikasi pemasaran, dan satu informan kunci dari pihak rumah sakit bagian pemasaran yang bertugas langsung melakukan *direct marketing* melalui pemberian brosur secara langsung tatap muka. Teknik analisis data yang digunakan meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *direct marketing* yang dilakukan melalui komunikasi langsung tatap muka efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan rumah sakit. Keterbukaan, kejelasan informasi, dan kemampuan penyampaian informasi dari tim pemasaran memainkan peran penting dalam membentuk minat masyarakat untuk menggunakan layanan kesehatan yang ditawarkan.

Kata kunci: *direct marketing*, minat masyarakat, layanan kesehatan.

ABSTRACT

Della Anggreani. 202110415408, *Direct Marketing in Forming Public Interest in Using Health Services at Citra Arafiq Bekasi Hospital.*

This study aims to identify in depth about direct marketing in shaping people's interest in using Citra Arafiq Hospital's health services. This study uses a qualitative approach with a descriptive analysis method. The research informants consisted of three people, namely two people around the hospital as recipients of marketing communications, and one key informant from the hospital marketing department who was in charge of direct marketing through the provision of brochures directly face-to-face. The data analysis technique used refers to Sugiyono's data analysis model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The results of the study show that direct marketing carried out through face-to-face communication is effective in building public trust in hospital services. The factors of openness, clarity of information, and information delivery ability of the marketing team play an important role in shaping people's interest in using the healthcare services offered

Keywords: *direct marketing, public interest, health services.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "***Direct Marketing* dalam Membentuk Minat Masyarakat untuk Mengggunakan Layanan Kesehatan di Rumah Sakit Citra Arafiq Bekasi".**

Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta Ayahanda Nursirwan, Ibunda Nurlela yang selalu mendukung, tidak bosan- bosannya memberikan banyak nasehat dan doa yang senantiasa ditunjukam kepada peneliti sebagai wujud rasa cintanya yang tulus, serta menjadi donatur selama perkuliahan.

Selain itu dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan dan arahan serta dukungan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala hormat peneliti ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs Bambang Karsono, S.H,. M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M. A., M.Ed., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hani Astuti, S.Sos., MI.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada peneliti sehingga penelitian skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Intan, Afifah, Syakira, Fahrani, Inesha, dan Gita selaku teman dekat penulis yang sudah dengan tulus membantu dan menemani dalam proses bersama menempuh S1.
6. Pihak Staf Rumah sakit Citra Arafiq Bekasi membantu dan mendukung pada penelitian skripsi ini.
7. Seluruh teman seperjuangan Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2021. Serta semua pihak yang telah memberikan semangat dan juga dukungannya kepada

Direct Marketing.., Della Anggreani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

peneliti dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

8. Terakhir, diri saya sendiri terima kasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun, saya sangat bangga pada diri saya sendiri bisa menyelesaikan laporan penelitian skripsi ini dengan penuh pengalaman kehidupan yang di jalani.

Peneliti berharap Skripsi ini dapat berguna bagi siapapun, namun dibalik itu semua pastinya masih terdapat beberapa kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu kritik dan saran dari berbagai pihak dibutuhkan skripsi ini dapat terselesaikan dengan jauh lebih baik lagi.

Jakarta, 17 Februari 2025

Peneliti,

Della Anggreani

202110415408

Direct Marketing.., Della Anggreani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 8
1.3 Pertanyaan Penelitian 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 9
1.5.1 Manfaat Teoritis 9
1.5.2 Manfaat Praktis 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Tinjauan Konseptual 14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 14
2.2.2 Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) 16
2.2.3 Jenis Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) 17
2.2.4 Minat Masyarakat 19
2.2.5 Layanan Kesehatan 21
2.2 Kerangka Berpikir 23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **25**
3.1 Pendekatan Penelitian 25
3.2 Desain Penelitian 25
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 25
3.3.1 Subjek Peneltian 25
3.3.2 Objek Penelitian 26
3.4 Teknik Pengumpulan Data 26

Direct Marketing.., Della Anggreani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

3.4.1 Observasi 27
3.4.2 Wawancara 27
3.4.3 Dokumentasi 27
3.5 Teknik Analisis Data.....27
3.6 Keabsahan Data 29
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 30
3.7.1 Tempat Penelitian 30
3.7.2 Waktu Penelitian.....30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....32
4.1.1 Profil Rumah sakit Citra Arafiq Bekasi 32
4.1.2 Visi dan Misi Rumah sakit Citra Arafiq Bekasi.....36
4.1.3 Profil Informan 37
4.2 Hasil Penelitian 39
4.2.1 Alur Komunikasi Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) 40
4.2.2 Aspek yang Mendukung Keberhasilan *Direct Marketing* 49
4.3 Pembahasan.....55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 60
5.1 Kesimpulan.....60
5.2 Saran 61
5.2.1 Saran Praktis 61
5.2.2 Saran Akademis 62
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Direct Marketing.., Della Anggreani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sejenis 10
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian 31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Fasilitas Ruang Operasi Rumah Sakit Citra Arafiq Bekasi.....3
Gambar 1. 2 Gedung Rumah Sakit Citra Arafiq Bekasi 6
Gambar 4. 1 Gedung Rumah Sakit Citra Arafiq Bekasi 32
Gambar 4. 2 Brosur Rumah Sakit Citra Arafiq Bekasi.....34
Gambar 4. 3 Visi dan Misi Rumah Sakit Citra Arafiq.....36
Gambar 4. 4 Pihak Marketing Kunjungan ke Tokoh Masyarakat, Kegiatan Posyandu dan Masyarakat 41
Gambar 4. 5 Bukti Chat Tokoh Masyarakat dengan Tim Marketing untuk Menginformasikan Bahwa Ada Warganya yang Sakit.....44
Gambar 4. 6 Social Media Instagram RSCA Bekasi 45
Gambar 4. 7 Pihak Marketing Membagikan Brosur 48
Gambar 4. 8 Pihak Markting RSCA Kunjungan Memberikan Layanan Kesehatan Gratis 55

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 Panduan Wawancara

Lampiran 3 Panduan Observasi

Lampiran 4 Kegiatan Observasi

Lampiran 5 Transkrip Wawancara

Lampiran 6 Reduksi Wawancara

Lampiran 7 Surat Pengantar

Lampiran 8 Dokumentasi

Lampiran 9 Lembar Konsultasi

Lampiran 10 Form Perbaikan Skripsi