



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA RUMAH SAKIT UNIVERSITAS INDONESIA



AIMAR KHALIFAH SUGIANTO
NIM: 2005311004

TUGAS AKHIR
HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN
Diajukan untuk memenuhi persyaratan D3 Politeknik

PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2023



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Aimar Khalifah Sugianto
NIM : 2005311004
Program Studio : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Pemasaran Digital Melalui Media Sosial
Instagram Pada Rumah Sakit Universitas
Indonesia
Depok, 8 Agustus 2023

Pembimbing 2

Pembimbing 1

Drs., Anwar Mustofa, M.Hum.

NIP. 19410161991031003

Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc.

NIP. 198801142019031005



Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si.

NIP. 496501311989032001



Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Aimar Khalifah Sugianto
NIM : 2005311004
Program Studio : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Pemasaran Digital Melalui Media Sosial
Instagram Pada Rumah Sakit Universitas
Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 8 Agustus 2023
Waktu : 08.00 – 09.00 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc
NIP : 198801142019031005
Penguji 1 : Risya Zahrotul Firdaus, S.Ikom, M.Si
NIP : 198609082020122006
Penguji 2 : Hafniza Amir, S.Sos., M.Si
NIP : 196002261989032001



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan segala rahmat, karunia dan nikmatNya sehingga penulis mampu menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Pada Rumah Sakit Universitas Indonesia”**.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan motivasi selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini hingga dapat selesai tepat waktu. Rasa terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL.,M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Taufik Akbar, S.E., M.S.M., selaku Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc., selaku dosen pembimbing materi yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dengan tulus dan sabar dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
5. Drs., Anwar Mustofa, M.Hum., selaku dosen pembimbing teknis yang telah memeriksa teknis penulisan Laporan Tugas Akhir ini sehingga menjadi lebih baik.
6. dr. Astrid Saraswaty Dewi, MARS selaku Manajer Pengembangan Bisnis Rumah Sakit Universitas Indonesia yang telah memberikan Penulis kesempatan untuk melakukan Praktek Kerja Lapangan.
7. Eka Hardi Yudharsa selaku pembimbing selama Praktek Kerja Lapangan di Rumah Sakit Universitas Indonesia yang dengan sabar membimbing,

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

membantu dan mengarahkan, serta memberikan banyak ilmu dan pengetahuan baru bagi Penulis.

8. Iga Mayang Rinjannah selaku rekan kerja yang sangat membantu dalam penulisan dan memberikan banyak masukan bagi Penulis.
9. Sugianto dan Mardiyah selaku orang tua Penulis, serta keluarga yang senantiasa memberikan dukungan baik moril maupun materiil terhadap Penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir tepat waktu.
10. Seluruh teman-teman kelas AB-6A dan Administrasi Bisnis 2020 yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis selama masa kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Al Sonaji, Faisal Aldiansyah, Hilmi Fauzan Nurkolim, Rachmat Gilang Maulana, Rashi Ilalang Banyu Langit, selaku rekan kampus yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menuliskan laporan Praktek Kerja Lapangan.
12. *Last but not least, i wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik serta saran yang membangun. Demikian yang dapat penulis sampaikan dalam Tugas Akhir ini semoga dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Depok, 8 Agustus 2023

Aimar Khalifah Sugianto



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Penulisan.....	3
1.4 Manfaat Penulisan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI	5
2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.1 Tujuan Pemasaran	5
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	6
2.2 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	6
2.2.1 Strategi <i>Digital Marketing</i>	7
2.3 Pengertian Media Sosial.....	8
2.3.1 Kelebihan Media sosial.....	8
2.3.2 Jenis Media sosial	9
2.4 Pengertian Media Sosial <i>Marketing</i>	9
2.4.1 Variabel Kesuksesan Media Sosial <i>Marketing</i>	10
2.4.2 Keuntungan Penggunaan Media Sosial <i>Marketing</i>	10
2.5 Pengertian <i>Content Marketing</i>	11
2.5.1 Jenis <i>Content Pillar</i> Pada Media Sosial <i>Marketing</i>	11
2.5.2 Langkah-Langkah <i>Content Marketing</i>	12

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.5.3	Marketing Melalui Instagram	13
BAB III	15
GAMBARAN UMUM ORGANISASI		15
3.1	Profil Rumah Sakit Universitas Indonesia	15
3.2	Visi dan Misi Rumah Sakit Universitas Indonesia	16
3.3	Struktur Organisasi	16
3.4	Tugas Unit <i>Business Development</i>	17
3.5	Tugas Bagian Media Sosial <i>Marketing</i>	19
BAB IV	20
PEMBAHASAN		20
4.1	Target Pasar Rumah Sakit Universitas Indonesia	20
4.2	Bentuk Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram pada Rumah Sakit Universitas Indonesia.....	22
4.2.1	Pembuatan Konten Instagram	22
4.2.2	Tahapan dan Proses Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram	33
4.2.3	Hasil Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram	35
4.3	Kendala yang dihadapi Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam Pemasaran Digital melalui Media sosial Instagram.....	36
BAB V	38
PENUTUP.....		38
5.1	Kesimpulan	38
5.2	Saran	38
DAFTAR PUSTAKA		40
LAMPIRAN.....		41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Rumah Sakit Universitas Indonesia.....	16
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Unit <i>Business Development</i>	17
Gambar 4. 1 Target Pasar Rumah Sakit Universitas Indonesia.....	21
Gambar 4. 2 <i>Carousel</i> konten <i>Your One Stop Cardiovascular Services</i>	24
Gambar 4. 3 Tampilan konten <i>Your One Stop Cardiovascular Services</i>	24
Gambar 4. 4 <i>Carousel</i> konten RSUI Telmon AI	25
Gambar 4. 5 Tampilan konten RSUI Telmon AI.....	25
Gambar 4. 6 <i>Carousel</i> konten Kuis THL (Tebar Hadiah Lebaran).....	26
Gambar 4. 7 Tampilan konten Kuis THL (Tebar Hadiah Lebaran)	27
Gambar 4. 8 <i>Carousel</i> konten Paket Ramadhan Sehat.....	28
Gambar 4. 9 Tampilan konten Paket Ramadhan Sehat.....	28
Gambar 4. 10 <i>Reels</i> konten “Apakah Boleh Membersihkan Telinga Sendiri?”....	30
Gambar 4. 11 <i>Reels</i> konten “Tips Meninggalkan Tempat Kerja Sebelum Libur” 31	
Gambar 4. 12 <i>Instagram Story</i>	32
Gambar 4. 13 <i>Flowchart</i> Pembuatan Konten Instagram.....	34
Gambar 4. 14 Perbandingan <i>Instagram Insight</i>	36

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	41
Lampiran 2 Rencana Konten pada Media Sosial.....	42
Lampiran 3 Report Bulanan Media Sosial Instagram.....	43





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era *modern*, teknologi komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat dan membawa adanya perubahan pada berbagai macam media baru dalam bentuk layanan digital seperti berbentuk *online*, radio digital, dan media sosial. Munculnya berbagai macam media yang baru mengakibatkan masyarakat mulai menikmati layanan digital yang dianggap mudah dijangkau kapan pun dan di mana pun. Dengan layanan tersebut membuat masyarakat lebih tertarik mengakses berbagai macam informasi melalui media sosial.

Media sosial menjadi platform *online* yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi dan berbagi informasi seperti Facebook, Twitter, WhatsApp dan Instagram. Penggunaan media sosial menjadi bagian dari kebutuhan hidup sehari-hari di era *modern* ini. Pada awalnya media sosial hanya menjadi alat komunikasi dan menggali informasi, seiring berjalannya waktu media sosial mampu memberikan dampak yang besar, khususnya pada bidang *marketing*. Media sosial memberikan dampak perkembangan yang dimanfaatkan oleh organisasi/perusahaan sebagai alat pemasaran digital yang dapat meningkatkan kesadaran terhadap suatu produk/jasa yang dikemas dalam sebuah konten.

Instagram adalah salah satu media sosial yang banyak digunakan. Tahun 2022 penggunaan instagram mengalami peningkatan di Indonesia. Menurut We Are Social dan Hootsuite (2022), menunjukkan bahwa kuantitas pengguna instagram mengalami peningkatan dan diungguli dengan sekelompok usia muda. Data membuktikan Indonesia memiliki 99 juta pengguna aktif instagram, sebesar 38% pengguna instagram berusia 18–24 tahun, dan sebesar 29,8% kelompok pengguna instagram berusia 25–34 tahun. Berdasarkan data tersebut, instagram juga dimanfaatkan sebagai alat pemasaran digital.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pemanfaatan Instagram adalah salah satu cara yang dilakukan untuk bisa bersaing dalam kegiatan pemasaran di era digital. Fitur instagram yang banyak dimanfaatkan untuk membantu pemasaran yaitu seperti posting foto dan video, instagram *story*, reels dan *paid advertising* atau instagram *ads*. Dengan kelebihan tersebut instagram mengalami perubahan menjadi media sosial *marketing* dan kini banyak digunakan oleh suatu organisasi/perusahaan.

Penggunaan media sosial Instagram semakin berkembang, khususnya pada perusahaan swasta, maupun BUMN pada penggunaan pemasaran digital. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial Instagram menjadi tantangan tersendiri bagi para praktisi *marketing*. Terutama, pada sebuah organisasi dan perusahaan yang perlu memasarkan produk melalui media sosial.

Salah satu contoh nyata penerapan pemasaran digital melalui media sosial ini dapat ditemukan dalam Rumah Sakit Universitas Indonesia, Rumah Sakit Universitas Indonesia merupakan suatu lembaga yang bergerak di bidang pelayanan dan jasa kesehatan seperti *medical check-up*, vaksin, dan pusat kardiovaskular terpadu serta pelayanan dan jasa lainnya. Dalam membantu memasarkan pelayanan dan jasa, Rumah Sakit Universitas Indonesia memiliki subunit Humas & *Marketing* di bawah unit *Business Development*. Subunit ini memiliki peran penting dalam mempromosikan dan memasarkan pelayanan serta jasa kesehatan RSUI kepada masyarakat luas melalui platform media sosial Instagram. Dengan demikian, penerapan strategi pemasaran melalui media sosial menjadi suatu hal yang strategis dan mendukung perkembangan pelayanan kesehatan di Rumah Sakit ini.

Saat ini Rumah Sakit Universitas Indonesia telah memanfaatkan media sosial *marketing* instagram sebagai alat pemasaran digital. Beberapa postingan *reels* pada akun instagramnya mencapai puluhan ribu *viewers*. Humas & *Marketing* Rumah Sakit Universitas Indonesia terus melakukan pemasaran digital terutama melalui media sosial Instagram. Media sosial Instagram digunakan untuk menjangkau pasar dan meningkatkan *brand awareness* melalui media sosial secara intensif agar publik memiliki rasa percaya terhadap Rumah Sakit Universitas Indonesia.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik mengetahui secara mendalam tentang media sosial *marketing* pada RSUI. Oleh karena itu penulis memutuskan membuat laporan tugas akhir dengan judul “Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Pada Rumah Sakit Universitas Indonesia”.

1.2 Ruang Lingkup

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis perlu adanya ruang lingkup yang akan diulas agar lebih terarah. Pada penulisan Tugas Akhir ini membahas sebagai berikut:

- a. Pemasaran digital melalui media sosial Instagram pada Rumah Sakit Universitas Indonesia
- b. Kendala yang dihadapi Rumah Sakit Universitas dalam pemasaran digital melalui media sosial Instagram

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan dengan latar belakang dan ruang lingkup di atas, penulis mempunyai tujuan kegiatan dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan pemasaran digital melalui media sosial Instagram pada Rumah Sakit Universitas Indonesia.
- b. Untuk menjelaskan hambatan yang dihadapi Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam pemasaran digital melalui media sosial Instagram

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun penulisan laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penyelesaian tugas ini serta para pembaca, yakni sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, penulisan tugas akhir ini diharapkan memberikan manfaat untuk menambah wawasan mengenai pemasaran digital pada Rumah Sakit Universitas Indonesia lebih mendalam serta dapat mempraktikkan ilmu yang



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

didapat penulis selama berada di bangku kuliah yaitu teori mata kuliah pemasaran dengan kenyataan kerja yang ada di lapangan.

- b. Bagi perusahaan, penulisan tugas akhir ini dapat menjadikan penulisan ini sebagai bahan masukan atau evaluasi bagi perusahaan khususnya unit kerja *Humas & Marketing* dalam Pemasaran Digital Melalui Media sosial Instagram Pada Rumah Sakit Universitas Indonesia.
- c. Bagi dunia ilmu pengetahuan, penulisan tugas akhir ini diharapkan menjadi ilmu pengetahuan kepada para pembaca, bahan pembanding antara teori yang didapat di perkuliahan dengan fakta yang ada di lapangan, serta bahan masukan, rujukan, dan referensi penulisan laporan atau penelitian tentang media sosial *marketing* instagram.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulisan memperoleh data, informasi, dan keterangan menggunakan teknik pengumpulan atau pencarian data sebagai berikut:

- a. Wawancara

Pada tahap ini penulis melakukan komunikasi secara langsung berupa tanya jawab dengan Manajer *Business Development* Rumah Sakit Universitas Indonesia mengenai pemasaran digital melalui media sosial Instagram pada Rumah Sakit Universitas Indonesia
- b. Dokumentasi

Pada tahap ini penulis mencatat atau mengumpulkan dokumen-dokumen dan segala informasi yang berkaitan dengan pemasaran digital melalui media sosial *marketing* instagram di Rumah Sakit Universitas Indonesia.
- c. Studi Kepustakaan

Pada tahap ini penulis mengumpulkan data dan informasi didapat dengan melakukan studi terhadap buku, artikel, atau jurnal yang dapat dijadikan sebagai bahan penulisan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis dengan judul Pemasaran Digital Melalui Media sosial Instagram Pada Rumah Sakit Universitas Indonesia, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pemasaran digital melalui media sosial Instagram pada Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam pelaksanaan pemasaran telah berjalan dengan baik. Hal ini dapat terlihat dengan pemanfaatan seluruh fitur yang dimiliki media sosial Instagram sebagai salah satu gencar strategi pemasaran digital kepada masyarakat.
- b. Pada pelaksanaan pemasaran digital melalui media sosial Instagram ditemukan beberapa kendala. Kendala tersebut yaitu terbatasnya pengetahuan sumber daya manusia yang melakukan pemasaran digital dan terdapat beberapa konten yang tidak diunggah yang mengakibatkan pelaksanaan pemasaran digital melalui Instagram berpotensi kurang efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan kendala dan hambatan yang terjadi pada Pemasaran Digital melalui media sosial Instagram, maka saran yang dapat diberikan oleh Penulis sebagai berikut:

- a. Rumah Sakit Universitas Indonesia disarankan untuk melakukan pelatihan pemasaran digital untuk melatih sumber daya manusia yang dimiliki. Hal ini diharapkan dapat menambah wawasan pentingnya pemasaran digital serta meningkatkan *skills* pemasaran digital sumber daya manusia, khususnya Unit *Business Development*.

- b. Untuk Unit *Business Development*, dalam pelaksanaan pemasaran digital disarankan untuk menguasai fitur media sosial dan sebaiknya dibuat SOP yang mencakup penentuan strategi, penjadwalan konten, penyusunan konten, monitoring dan analisis serta pemantauan pemasaran digital.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





DAFTAR PUSTAKA

Sumber Dari *e-book*:

- Chakti, G., & Abadi. 2019. *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa.
- Juliana. (2020). *Marketing Strategy In Digital Era*. PT. Nasya Expanding Management.
- Koter., Kartajaya. 2019. *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rumondang. 2020. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Salmiah., Fajrillah dkk. 2020. *Online Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Salsabila, N. 2019. *Digital Marketing*. Semarang: Stekom.
- Sayyid, M.2020. *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Sidoarjo: Zifatama Jawara

Sumber Dari Jurnal:

- Neti, S. 2011. "Media sosial And Its Role In Marketing". *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, Vol 1 No.2, hal. 6.

Sumber Dari *Website*:

- Maldina, E. Y. 2016. *Strategi Pemasaran Islami*. Radenfatah diakses 10 Mei 2023
- Mustajab, R. 2023. *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram Hingga Akhir 2020*: <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022> diakses 6 Mei 2023
- RevoU. 2023. *Content Pillar*. revou.co: <https://revou.co/kosakata/content-pillar> diakses 5 Juli 2023
- Rizaty, M. A. 2022. *Pengguna Instagram Terbesar Keempat di Dunia*. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia> diakses 6 Mei 2023

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

Hari, tanggal wawancara : Senin, 17 April 2023
Narasumber : dr. Astrid Saraswaty Dewi, MARS
Jabatan : Manajer *Business Development*
Perusahaan : Rumah Sakit Universitas Indonesia

1. Media sosial apa yang digunakan dalam pemasaran digital pada Rumah Sakit Universitas Indonesia?
2. Apa saja konten yang dibuat dalam pemasaran digital melalui media sosial pada Rumah Sakit Universitas Indonesia?
3. Fitur media sosial Instagram apa saja yang telah dimanfaatkan dalam pemasaran digital pada Rumah Sakit Universitas Indonesia?
4. Apa saja hambatan yang dialami selama pemasaran digital melalui media sosial pada Rumah Sakit Universitas Indonesia?

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 2 Rencana Konten pada Media Sosial

Tuesday, 21 Maret 2022

Feed

<p>Visual: Foto dokter dengan Penjelasan singkat</p> <p>Headline: Scale Up 20 peserta terbaik IFI tahun 2020 dan 2021</p>	<p>Visual: Gambar animasi/vektor anak Down Syndrome</p> <p>Headline Sindrom Down : Ketahui Gejala dan Faktor Risikonya</p>	<p>Visual: Penjelasan carousel, Apa, Gangguan, Gejala dan Faktor</p> <p>Menggunakan design menarik dan infografis</p>
---	---	--

CAPTION

Hai, Sahabat RSUI!


Tanggal 21 Maret diperingati sebagai World Down Syndrome Day atau Hari Sindrom Down Sedunia. Tema pada tahun 2023 yaitu With Us Not For Us, ditujukan bagi orang dengan sindrom Down di seluruh dunia untuk bersama-sama berkomitmen jika mereka berhak diperlakukan sama.

Sindrom down adalah suatu kondisi dimana seseorang memiliki kromosom ekstra, yang belum diketahui pasti apa penyebabnya. Yuk, ketahui informasi lengkapnya dari dr. Andina Nirmala, Sp. A (@ndnirmala) 🍌

Highlight
Education Content

Objective / short description
Down Syndrome Day 2022 & Education

References/Ideas



Materi:
<https://we.tl/t-FU9pqJiFwo>

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Lampiran 3 Report Bulanan Media Sosial Instagram

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
		Tanggal	Content	Like	Comments	Share	Saved	Impression	Reach	Engagements	er	interaction	views	plays	audience retention / average percentage watched	ER Video/reels
2	1	1 Februari 2023	TikTok & IG Reels Challenge													
3	2	2 Februari 2023	Grand Launching Metamorphi Bootcamp													
4	3	3 Februari 2023	Reels- Apa sih mommy makeover?													
6	4	3 Februari 2023	Fakta Sepular Kanker													
9	5	8 Februari 2023	Medical Check UP Mr. Tolkomal													
7	6	8 Februari 2023	Reels- Groundbreaking RSUI Wings Garden													
8	7	7 Februari 2023	Tumor dalam Jantung, Kok Bisa?													
9	8	7 Februari 2023	Seminar Kesehatan RSUI													
10	9	8 Februari 2023	Hari Pers Nasional													
11	10	9 Februari 2023	Ask The Expert - Kult Wajah Sering Bermasalah													
12	11	9 Februari 2023	Webinar Nakes													
13	12	11 Februari 2023	Mengenal Diabetes Mellitus Tipe 1 Pada Anak													
14	13	13 Februari 2023	IG TV - HUT RSUI Ke-4													
16	14	13 Februari 2023	Sharing Session													
15	14	14 Februari 2023	Reels- Disare hingga bardarah hati-hati kolitis us													
17	16	15 Februari 2023	Mengenal Leukemia (Kanker Darah Pada Anak)													
18	17	15 Februari 2023	Ask The Expert - Kult Wajah Sering Bermasalah													
19	18	15 Februari 2023	Informasi Rekrutmen Pegawai RSUI													
20	19	16 Februari 2023	Reels- TikTok & Reels Challenge													
21	20	16 Februari 2023	Ask The Expert - Kult Wajah Sering Bermasalah													



- Hak Cipta:**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta