KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-NYA sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul “STATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT RUMAH SAKIT SILOAM DALAM MEMBINA HUBUNGAN DENGAN PARA PELANGGANNYA” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dr.phil. Deborah Nauli Simorangkir, BA.,M.S., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
3. Palar Pardi Sandjaja, S.E, M.S., selaku dosen pembimbing yang telah berjasa memberi bimbingan bagi penulis sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Rose Emaria Tarigan, S.Sos, M.Si., selaku pembimbing akademik.
5. Dosen-dosen UPH jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.


7. Karyawan PT. Siloam Healthcare, tbk, Mariska, Pak Willy, Pak Heppi, Mrs. Manjula, dan staaf lain yang telah membantu penulis untuk mengumpulkan informasi terkait dengan tugas akhir ini.

8. Teman-teman terdekat Katryn, Sharlen, Ribka, Ivana, Listi, Yohanes yang telah mendukung dalam penulisan tugas akhir ini.


11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun. Semoga penulisan tugas akhir ini dapat memberi manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 02 Agustu 2012

(Rosely Muda)
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK ................................................................................................................v

KATA PENGANTAR ..............................................................................................vii

DAFTAR ISI .............................................................................................................ix

DAFTAR GAMBAR ..............................................................................................xi

DAFTAR LAMPIRAN ............................................................................................xii

BAB I PENDAHULUAN
  I.1 Latar Belakang .......................................................................................1
  I.2 Identifikasi Masalah ..............................................................................8
  I.3 Rumusan Masalah ..............................................................................9
  I.4 Tujuan Penelitian ..............................................................................9
  I.5 Kegunaan Penelitian ..............................................................................9
  I.6 Sistematika Penelitian ............................................................................10

BAB II OBJEK PENELITIAN
  II.1 Sejarah RS. Siloam ...............................................................................13
  II.2 Visi dan Misi RS. Siloam .....................................................................15
  II.3 Struktur Marketing Development RS. Siloam ......................................17
  II.4 Job Description ...................................................................................17
  II.5 Cabang-cabang dan fasilitas RS. Siloam ..............................................20
  II.6 Kegiatan CRM RS. Siloam ...................................................................24

BAB III TINJAUAN PUSTAKA
  III.1 Pengertian Komunikasi .......................................................................27
  III.2 Model Komunikasi ..............................................................................28
  III.3 Tujuan Komunikasi ............................................................................29
  III.4 Pengertian Public Relations ................................................................31
  III.5 Fungsi Public Relations ......................................................................32
  III.6 Ruang Lingkup Public Relations ........................................................33
  III.7 Beragam aktivitas Public Relations ....................................................34
  III.8 Customer dan consumer ....................................................................36
  III.9 Tahapan pelanggan ............................................................................37
  III.10 Pengelompokan pelanggan ...............................................................38
  III.11 Strategi ..............................................................................................40
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN
   IV.1 Metode Penelitian.................................................................47
   IV.2 Sumber data ........................................................................51
   IV.3 Teknik pengumpulan data ....................................................52
   IV.4 Unit analisis .........................................................................53
   IV.5 Analisis data .........................................................................54
   IV.6 Keabsahan data ....................................................................56

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN
   V.1 Hasil penelitian .....................................................................60
   V.2 Pembahasan ...........................................................................73

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN
   VI.1 Kesimpulan ..........................................................................87
   VI.2 Saran ....................................................................................89

DAFTAR PUSTAKA ..........................................................................91

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE
Daftar Gambar

Gambar 1.1 Siklus Customer Relationship Management.................................4
Gambar 2.1. Struktur Organisasi Department of Marketing Development Rs. Siloam.................................17
Gambar 2.2 My Siloam card...........................................................................25
Gambar 2.3: Poster seminar pencegahan dan penanganan terkini kanker payu dara......................................26
Gambar 3.1 Model komunikasi interaksional .................................................28
Gambar 3.2. Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan Serta performa bisnis.................................23
Gambar 3.3. Marketing Communication Program........................................33

Daftar Lampiran

Lampiran A
Surat permohonan ijin penelitian .................................................A-1
Surat keterangan ijin meneliti.........................................................A-2
Lembar monitoring bimbingan....................................................A-3

Lampiran B
Transkrip hasil wawancara.........................................................B-1
Siloam Hospitals Group Timeline................................................B-2
Form Penilain Customer.............................................................B-3
Form isi Kritik dan saran............................................................B-4