

SKRIPSI

**PERSEPSI PASIEN TERHADAP PEMASARAN MELALUI *DIGITAL*
MARKETING DI RSU PKU MUHAMMADIYAH BANTUL**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
mencapai derajat Sarjana Kesehatan Masyarakat

Peminatan Manajemen Rumah Sakit



Diajukan Oleh

NAFADHILA AYU AFIFAH

1900029060

PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT

FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

YOGYAKARTA

2023

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PERSEPSI PASIEN TERHADAP PEMASARAN MELALUI DIGITAL
MARKETING DI RSU PKU MUHAMMADIYAH BANTUL**

Disusun Oleh

Nafadhila Ayu Afifah

NIM 1900029060

Telah dipertahankan
di depan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Kesehatan Masyarakat
Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta, 11 Desember 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Rochana Rulivandari, S.E., M.Kes
NIPM. 19671027 201606 111 1234459

Mengetahui

Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat



Rosyidah, S.E., M.Kes., Ph.D

NIPM. 19770130 200508 011 0965098

HALAMAN PENGESAHAN




SKRIPSI

PERSEPSI PASIEN TERHADAP PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING DI RSU PKU MUHAMMADIYAH BANTUL

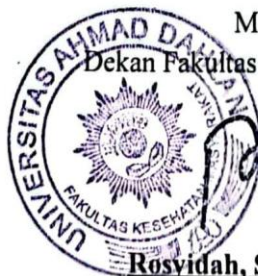
Disusun oleh
Nafadhila Ayu Afifah
NIM 1900029060


Telah dipertahankan di depan
Dewan Penguji Skripsi Program Studi Kesehatan Masyarakat
Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, 11 Desember 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Kesehatan Masyarakat

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua	Dr. Rochana Ruliyandari, S.E., M.Kes	
Penguji 1	Nur Syarianingsih Syam, S.K.M., M.Kes	
Penguji 2	Ahmad Ahid Mudayana, S.K.M., M.P.H	

Mengetahui
Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat




Rosvidah, S.E., M.Kes., Ph.D
NIPM. 19770130 200508 011 0965098

LEMBAR PERNYATAAN

Saya, penanda tangan di bawah ini:

Nama : Nafadhila Ayu Afifah
NIM : 1900029060
Peminatan : Manajemen Rumah Sakit
Program Studi : Ilmu Kesehatan Masyarakat
Fakultas : Kesehatan Masyarakat
Judul Penelitian : Persepsi Pasien Terhadap Pemasaran Melalui *Digital Marketing* di RSUD Muhammadiyah Bantul

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penelitian ini adalah hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak bersifat materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain atau digunakan untuk menyelesaikan studi di perguruan tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan secara tertulis. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 11 Desember 2023

Yang menyatakan,



Nafadhila Ayu Afifah

1900029060

PERNYATAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nafadhila Ayu Afifah
NIM : 1900029060
Peminatan : Manajemen Rumah Sakit
Program Studi : Ilmu Kesehatan Masyarakat
Fakultas : Kesehatan Masyarakat

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul:

“Persepsi Pasien Terhadap Pemasaran Melalui *Digital Marketing* di RSUD PKU Muhammadiyah Bantul”

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 11 Desember 2023

Yang menyatakan,



Nafadhila Ayu Afifah

1900029060

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya, penanda tangan di bawah ini:

Nama : Nafadhila Ayu Afifah
NIM : 1900029060
Peminatan : Manajemen Rumah Sakit
Program Studi : Ilmu Kesehatan Masyarakat
Fakultas : Kesehatan Masyarakat
Judul Penelitian : Persepsi Pasien Terhadap Pemasaran Melalui *Digital Marketing* di RSUD Muhammadiyah Bantul

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut,

Saya (**mengizinkan/ tidak mengizinkan**)* karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 11 Desember 2023

Yang menyatakan,



Nafadhila Ayu Afifah

1900029060

Mengetahui

Dosen pembimbing



Dr. Rochana Ruliyandari, S.E., M.Kes

NIPM. 19671027 201606 111 1234459

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Persepsi Pasien Terhadap Pemasaran Melalui *Digital Marketing* di RSUD PKU Muhammadiyah Bantul”** Salah satu tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Kesehatan Masyarakat Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan. Penulis menyadari skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik karena adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sebagai ucapan syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Muchlas Arkanuddin, M.T., selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
2. Ibu Rosyidah, S.E., M.Kes., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan.
3. Bapak Ahmad Faizal Rangkuti, S.KM., M.Kes., selaku Ketua Program Studi Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan
4. Bapak Ahmad Ahid Mudayana, S.K.M., M.PH., selaku Ketua Peminatan Manajemen Rumah Sakit Program Studi Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan dan juga dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran agar skripsi ini menjadi tulisan yang lebih baik.
5. Ibu Dr. Rochana Ruliyandari, S.E., M.Kes selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar memberikan waktu dan ilmunya sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
6. Ibu Nur Syarianingsih Syam, S.KM., M.Kes., selaku ketua dewan penguji yang telah memberikan masukan dan saran agar menghasilkan tulisan yang bermanfaat.
7. Bapak/Ibu seluruh dosen Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat yang telah memberikan ilmu dan nasihat sepanjang masa perkuliahan,

8. Kedua orang tua tersayang, yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, kasih sayang, dan motivasi sehingga penulis dapat bersemangat menyusun skripsi.
9. Sahabat-sahabat penulis yang saya sayangi, indah, dini dan iren yang selalu memberikan dukungan dan bantuan di saat mulai penelitian hingga berakhirnya penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh informan yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus, ikhlas memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi dapat terselesaikan.

Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Diharapkan pembaca dapat memberikan kritik, saran dan masukan untuk memperbaiki kesalahan. Semoga tulisan ini dapat menjadi rujukan dan mendatangkan manfaat kedepannya.

Yogyakarta, 11 Desember 2023

Penulis



Nafadhila Ayu Afifah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Keaslian Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Telaah Pustaka.....	8
B. Landasan Teori	16
C. Kerangka Konsep.....	17
D. Pertanyaan Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
C. Subjek Penelitian.....	19
D. Instrumen dan Alat Penelitian	20
E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Batasan Istilah	22

G. Rencana Pengelolaan dan Analisis Data	23
H. Keabsahan Data.....	24
I. Kaji Etik Penelitian	24
J. Keterbatasan Penelitian.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
A. Profil Lokasi Penelitian.....	26
B. Hasil Penelitian	27
C. Pembahasan.....	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Keaslian Penelitian	6
Tabel 2. Karakteristik Informan Utama	27
Tabel 3. Karakteristik Informan Kunci	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konsep	17
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Pengajuan (<i>Informed Consent</i>).....	58
Lampiran 2. Pedoman Wawancara Informan Utama	59
Lampiran 3. Pedoman Wawancara Informan Kunci	62
Lampiran 4. Jadwal Penelitian	64
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian.....	65
Lampiran 6. Dokumentasi.....	66
Lampiran 7. <i>Ethical Clearance</i>	67
Lampiran 8. Instagram dan Facebook RSUD Muhammadiyah Bantul	68
Lampiran 9. Struktur Organisasi Humas dan Pemasaran di RSUD Muhammadiyah Bantul.....	69
Lampiran 10. Transkrip Wawancara Informan Utama	70
Lampiran 11. Transkrip Wawancara Informan Kunci	75

INTISARI

Latar Belakang: Perkembangan dalam layanan kesehatan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital. Pemasaran digital merupakan pemasaran barang maupun jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif menggunakan teknologi digital untuk menjangkau pelanggan secara tepat waktu, hemat biaya dan waktu. Tujuan penelitian untuk mengetahui persepsi pasien terhadap pemasaran melalui *digital marketing* di RSUD Muhammadiyah Bantul. **Metode:** Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan rancangan penelitian yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi. Metode pengambilan subjek penelitian menggunakan *purposive sampling* yang dipilih sesuai kriteria meliputi 5 informan utama antara lain pasien yang pernah mengakses pemasaran digital dan 3 informan kunci antara lain Staf Media Sosial, Kepala Seksi Pemasaran serta Direktur Umum dan Keuangan. Instrumen yang digunakan berupa pedoman wawancara yang mengacu pada model *AISAS*. **Hasil:** Persepsi *attention* menyadarkan pasien terhadap pelayanan jasa melalui jejaring sosial (instagram atau facebook). Persepsi *interest* meningkatkan ketertarikan dalam menggunakan pelayanan jasa melalui jejaring sosial (instagram atau facebook). Persepsi *search* memberikan kemudahan pasien dalam mencari informasi melalui jejaring sosial (instagram atau facebook) tetapi masih terdapat kendala di bagian admin yang kurang merespon pesan. Persepsi *action* meningkatkan pasien dalam mengakses pelayanan jasa melalui jejaring sosial (instagram atau facebook), belum ada evaluasi. Persepsi *share* sebagian pasien ada dan tidak membagikan informasi kepada orang lain. **Kesimpulan:** Pasien memberikan persepsi positif terhadap produk atau layanan jasa yang ditawarkan melalui digital marketing yang digunakan di RSUD Muhammadiyah Bantul, namun perlu meningkatkan dalam hal *search* dan *action*.

Kata Kunci: *AISAS*, Pemasaran Digital, Persepsi Pasien

ABSTRACT

Background: Developments in health services can be made by utilizing digital technology. Digital marketing is targeted, measurable and interactive marketing of goods and services using digital technology to reach and reach customers in a timely, relevant and cost- and time-effective manner. The aim of the research is to determine patient perceptions of marketing through digital marketing at RSU PKU Muhammadiyah Bantul. **Methods:** This research is a type of qualitative research with the research design used is a phenomenological approach. The method for taking research subjects used purposive sampling which was selected according to the criteria, 5 main informants including patients who had accessed digital marketing and 3 key informants including Social Media Staff, Head of Marketing Section and Director of Finance and General Affairs. The instrument used is an interview guide that refers to the AISAS model. **Result:** Perception of attention makes patients aware of services Instagram or Facebook. Perception of interest increases interest in using services Instagram or Facebook. Perception search makes it easier for patients to find information Instagram or Facebook but there are still obstacles in the admin section which does not respond to messages. Perception of action increases patients' ability to access services Instagram or Facebook, there is no evaluation yet. Some patients have a perception of sharing and do not share information with others. **Conclusion:** Patients give positive perceptions of the products or services offered through digital marketing used at PKU Muhammadiyah Bantul Hospital, but needs to improve in terms of search and action.

Keywords: AISAS, Digital Marketing, Patient Perception