

ABSTRAK

Alma Nadhila Rahmandani, Strategi *Marketing Public Relation (Push, Pull, Pass Strategy)* Rumah Sakit Islam Surabaya. Dibawah bimbingan Triana Setiyarini, S.M., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi *Marketing Public Relation* yang dilakukan oleh Rumah Sakit Islam Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis deskriptif kualitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 7 orang responden yang terdiri dari 2 pegawai rumah sakit dan 5 orang responden dari pasien rawat inap. Untuk pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasumber, memilih RSI Surabaya untuk berobat karena kegiatan PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit) yang dilakukan pihak rumah sakit bisa menarik perhatian dan membuat narasumber mempunyai kepercayaan terhadap layanan kesehatan yang dimiliki RSI Surabaya. Selain mempromosikan layanan kesehatan yang dimiliki, pihak RSI juga berusaha untuk menciptakan *image* public melalui beberapa *talkshow* kesehatan yang disiarkan langsung melalui media PKRS RSI Surabaya bahkan menyiarkan melalui Radio Suara Muslim 93.8 FM Surabaya.

Kata Kunci: *Marketing Public Relation, Push, Pull, Pass Strategy*.

ABSTARCT

Alma Nadhila Rahmandani, *Strategy Marketing Public Relation (Push, Pull, Pass Strategy)* a Surabaya Islamic Hospital. Under guidance Triana Setiyarini, S.M., M.M.

This study aims to find out how the Marketing Public Relations Strategy is carried out by the Surabaya Islamic Hospital. The research method used in this study is a qualitative method with a qualitative descriptive type. The sample in this study were 7 respondents consisting of 2 hospital employees and 5 respondents from inpatients. Data collection is done by distributing questionnaires.

The results showed that the informants chose RSI Surabaya for treatment because the PKRS (Hospital Health Promotion) activities carried out by the hospital could attract attention and make the informants have confidence in the health services provided by RSI Surabaya. In addition to promoting its health services, RSI is also trying to create a public image through several health talk shows which are broadcast live through PKRS RSI Surabaya media and even broadcast through Suara Muslim Radio 93.8 FM Surabaya.

Keywords: Marketing Public Relations, Push, Pull, Pass Strategy.