

ABSTRAK

Diyan Krisnawati, A.Md. RMIK

Universitas Stada Indonesia Kediri

Latar belakang: Masuknya bidang pemasaran pada era digital menjadikan banyak perusahaan mengubah strategi, yang pada awalnya pemasaran hanya menggunakan media cetak, namun dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat pemasaran banyak dilakukan dengan media digital. Tidak hanya perusahaan produk, perusahaan jasa juga bisa memanfaatkan momen ini untuk menunjang perusahaan agar selalu berkembang, contohnya adalah rumah sakit. RSDEA sebagai salah satu layanan fasilitas kesehatan melakukan usaha tersebut dengan menjalin hubungan baik dengan pelanggan via digital.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *digital marketing* di Rumah Sakit Dr. Etty Asharto Kota Batu.

Metode: Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara.

Hasil: Hasil penelitian ini menunjukkan strategi *digital marketing* di Rumah Sakit Dr. Etty Asharto sudah berjalan dengan mengintegrasikan dengan strategi konvensional, *digital marketing* dilakukan melalui sosial media. Implementasi *digital marketing* memiliki peran penting terkait reputasi Rumah Sakit

Kesimpulan: Implementasi digital marketing Rumah Sakit Dr. Etty Asharto memiliki tujuan utama memperluas audiens, mempertahankan pasien lama dan menarik pasien baru melalui platform Instagram, WhatsApp, dengan berbagai konten menarik terkait pelayanan, Efektivitas pemasaran digital diukur melalui metrik *engagement rate*. Penyusunan konten terstruktur dalam format kalender konten yang dikelola secara internal oleh petugas. Di samping itu juga terdapat tantangan berupa kebutuhan akan adaptasi berkelanjutan terhadap teknologi dan tren pemasaran digital, serta terkait demografi audiens yang didominasi oleh kelompok usia 45 tahun ke atas, yang mengakibatkan perlunya integrasi metode untuk mencapai efektivitas yang optimal.

Saran: Sebaiknya rumah sakit memfasilitasi pendidikan pelatihan komprehensif bagi petugas meliputi pengetahuan digital, komunikasi dan penyusunan konten untuk meningkatkan *engagement*. Melakukan segmentasi audiens untuk penentuan konten dan target yang tepat

Kata Kunci : Digital Marketing, Sosial Media



**ANALYSIS OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES AT THE DR. ETTY
ASHARTO HOSPITAL IN THE CITY OF BATU**

ABSTRACT

Diyan Krisnawati, A.Md. RMIK

Universitas Stada Indonesia Kediri

Background: The entry of the marketing field in the digital era has made many companies change their strategy, which at first marketing only used print media, but with the rapid development of technology, marketing is done with digital media. Not only product companies, service companies can also take advantage of this moment to support the company to always grow, for example, hospitals. RSDEA as one of the health facility services makes this effort by establishing good relations with customers via digital.

Results: The results of this study indicate that the digital marketing strategy at Dr. Etty Asharto Hospital has been running by integrating with conventional strategies, digital marketing is carried out through social media. The implementation of digital marketing has an important role related to the reputation of the Hospital.

Conclusion: The implementation of digital marketing at Dr. Etty Asharto Hospital has the main objective of expanding the audience, retaining old patients and attracting new patients through Instagram, WhatsApp, platforms with various interesting content related to services, The effectiveness of digital marketing is measured through engagement rate metrics. The content is structured in a content calendar format that is managed internally by staff. There are also challenges in the form of the need for continuous adaptation to technology and digital marketing trends, as well as related to audience demographics which are dominated by the age group of 45 years and over, which results in the need for integration of methods to achieve optimal effectiveness.

Suggestion: It is recommended that hospitals facilitate comprehensive training education for staff covering digital knowledge, communication and content creation to

increase engagement. Conduct audience segmentation to determine the right content and target.

Keywords: Digital Marketing, Social Media

