

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Aktivitas Komunikasi Pemasaran dalam Proses Produksi Konten Instagram

@rspremiersurabaya



Oleh:

Joseph Mahatma Dhani Mulyono

NRP: 1423022069

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2025

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Aktivitas Komunikasi Pemasaran dalam Proses Produksi Konten Instagram

@rspremiersurabaya

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Oleh:

Joseph Mahatma Dhani Mulyono

NRP: 1423022069

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Joseph Mahatma Dhani Mulyono

NRP : 1423022069

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan kerja praktik yang berjudul:

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROSES PRODUKSI
KONTEN INSTAGRAM @RSPREMIERSURABAYA**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 25 November 2025

Penulis,



Joseph Mahatma Dhani Mulyono

NRP. 1423022069

HALAMAN PERSETUJUAN
AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROSES PRODUKSI
KONTEN INSTAGRAM @RSPREMIERSURABAYA

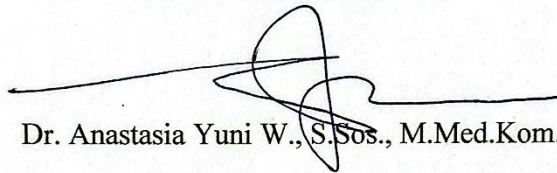
OLEH:

Joseph Mahatma Dhani Mulyono

NRP. 1423022069

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

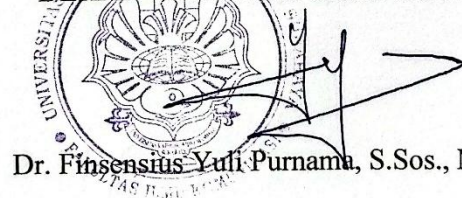
DOSEN PEMBIMBING,


Dr. Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0701067803

Tanggal: 25 November 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,


Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

HALAMAN PENGESAHAN

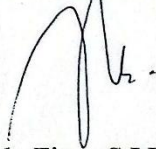
LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

JOSEPH MAHATMA DHANI MULYONO

NRP. 1423022069

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 25 NOVEMBER DAN DINYATAKAN
LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

MENGETAHUI,

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Joseph Mahatma Dhani Mulyono
NRP : 1423022069
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan **SETUJU** laporan kerja praktik saya berjudul:

**“AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROSES
PRODUKSI KONTEN INSTAGRAM @RSPREMIERSURABAYA”**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan **SETUJU** publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 November 2025

Yang menyatakan,



Joseph Mahatma Dhani Mulyono

NRP. 1423022069

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis panjatkan hormat, puji, dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kelancaran dan selesainya Laporan Kerja Praktik ini dengan baik. Penulis juga ingin mempersembahkan laporan ini kepada banyak pihak yang selalu mendukung penyusunan Laporan Kerja Praktik ini. Pihak-pihak tersebut adalah kedua orang tua saya, saudara, sahabat alumni Seminari, perempuan yang sudah menemani penulis hampir empat tahun, serta semua orang yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yaitu Dr. Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom. atas kesabaran dalam membimbing serta mengarahkan penulis untuk mencapai hasil yang memuaskan. Tak lupa juga kepada Dekan, Wakil Dekan, serta jajaran dosen yang telah mendidik penulis selama berkuliah di Fakultas Ilmu Komunikasi sehingga bisa di tahap ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya karena telah menjadi tempat ternyaman bagi penulis.

Surabaya,

Penulis,



Joseph Mahatma Dhani Mulyono

1423022069

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkatnya sehingga penulis bisa menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan judul **“Aktivitas Komunikasi Pemasaran dalam Proses Produksi Konten Instagram @rspremiersurabaya”** dengan tepat sesuai waktu yang ditentukan.

Laporan Kerja Praktik ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). dalam proses pengerjaan hingga terselesaikannya laporan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena berkat, bimbingan, kasih karunia, serta kelimpahan-Nya, penulis mampu menyelesaikan laporan dengan baik dan tepat waktu.
2. Kedua orang tua, ayah dan ibu, kakak, adik yang terus memberikan dukungan serta doa agar penulis bisa terus semangat dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik.
3. Dosen Pembimbing yaitu Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom. yang dengan penuh sabar, setia, mau mendengarkan keluh kesah, serta membimbing penulis dalam mengerjakan laporan.
4. Alumni Seminari Garum Angkatan 2018 yang selalu mendukung serta mendengarkan keluh kesah peneliti, sehingga bisa menyelesaikan laporan dengan tepat waktu.

5. Komindo UKWMS yang mau menyalurkan energi positif kepada penulis. Banyak nilai-nilai yang bisa diambil oleh penulis sehingga menjadi penyemangat dalam menyusun Laporan Kerja Praktik ini.
6. Verena Ayu Carinnira selaku perempuan yang menjadi pasangan penulis semenjak sebelum mulai masa perkuliahan hingga saat ini dan seterusnya. Melalui Carin, penulis belajar untuk tetap tekun, setia, dan memiliki daya juang yang besar dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik

Surabaya,

Penulis,



Joseph Mahatma Dhani Mulyono

1423022069

DAFTAR ISI

LAPORAN KERJA PRAKTIK.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Bidang Kerja Praktik.....	4
I.3 Tujuan Kerja Praktik.....	5
I.4 Manfaat Kerja praktik	5
I.4.1 Manfaat Teoritis	5
I.4.2 Manfaat Praktis	5
I.5 Tinjauan Pustaka	6
1.5.1 Pemasaran Digital dan Bauran Pemasaran (4P).....	6
1.5.2 Instagram.....	8
1.5.3 Tahapan Produksi Konten.....	9
BAB II TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN	11
II.1 Gambaran Umum Tempat Perusahaan Kerja Praktik	11
II.1.1 Tempat Kerja Praktik	11
II.1.2 Profile Perusahaan.....	11
II.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	12

II.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	13
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Praktik	14
II.3 Hasil Temuan	33
II.3.1 Produksi Audio Visual	34
II.3.2 Penyusunan Narasi Profil Dokter di Website.....	47
II.3.3 Hubungan Kerja sama dengan Vendor dan Media	48
BAB III PEMBAHASAN	49
III.1 Analisis Proses Produksi Konten Instagram.....	49
III.1.1 Pra-Produksi.....	49
III.1.2 Produksi	51
III.1.3 Pasca-Produksi.....	54
III.2 Analisis Aktivitas Komunikasi Pemasaran RS Premier Surabaya.....	55
III.2.1 <i>Product</i> (Produk).....	56
III.2.2 <i>Price</i> (Harga).....	57
III.2.3 <i>Place</i> (Tempat/Distribusi).....	58
III.2.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	60
BAB IV KESIMPULAN & SARAN	62
IV.1 Kesimpulan	62
IV.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Logo RS Premier Surabaya	11
Gambar II. 2 Struktur Organisasi RS Premier Surabaya	13
Gambar II.3 Hasil Konten <i>Short</i> di Instagram @rspremiersurabaya.....	36
Gambar II. 4 Hasil Short Kolaborasi dengan Youtube GS Immune Talk	37
Gambar II. 5 Hasil Recap Event.....	39
Gambar II. 6 Video Perkenalan Dokter RS Premier Surabaya	40
Gambar II. 7 Video Informasi Medis	42
Gambar II.8 Stok Konten Carousel Informasi Medis dan Desain Promosi..	43
Gambar II.9 Contoh Re-size Design	45
Gambar II.10 Contoh Re-Design	46
Gambar II. 11 Tampilan Admin Website Profil Dokter	47
Gambar III. 1 Storyboard dan Narasi Konten Audio-Visual.....	50
Gambar III. 2 Menentukan Topik Konten Desain Grafis.....	50
Gambar III. 3 Proses Produksi Konten Audio-Visual.....	52
Gambar III. 4 Proses Produksi Konten Desain Grafis Carousel	53
Gambar III. 5 Proses Wawancara Antara Media dan Dokter RSPS.....	54
Gambar III.6 Produk Layanan Kesehatan Rumah Sakit Premier Surabaya	56
Gambar III.7 Elemen harga dalam paket promosi pemeriksaan DNA	58
Gambar III.8 Lokasi RS Premier Surabaya.....	59
Gambar III.9 Akses Rute RS Premier Surabaya di Instagram.....	60
Gambar III. 10 Contoh Konten Promosi RS Premier Surabaya.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Kegiatan Harian.....	14
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penerimaan Kerja Praktik	66
Lampiran 2 Penilaian Kerja Praktik.....	67

ABSTRAK

Laporan kerja praktik ini membahas penerapan komunikasi pemasaran digital Rumah Sakit Premier Surabaya melalui proses produksi konten Instagram. Penulis menjalani kerja praktik selama tiga bulan di Divisi Marketing, sub-divisi Public Relation, dengan peran sebagai desainer grafis dan editor video. Produksi konten dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi menggunakan aplikasi CapCut dan Canva. Konten yang dihasilkan meliputi video edukasi medis, recap kegiatan, pengenalan dokter, serta materi promosi layanan. Penerapan strategi komunikasi pemasaran RSPS berlandaskan konsep Marketing Mix (4P), yang bertujuan membangun citra profesional dan meningkatkan keterlibatan audiens di media sosial. Hasil kerja praktik menunjukkan bahwa pemanfaatan konten digital efektif dalam mendukung promosi rumah sakit dan memperkuat kepercayaan publik. Adapun saran yang diberikan adalah penambahan personel internal untuk produksi konten serta perencanaan *content calendar* yang lebih terstruktur agar proses publikasi lebih efektif dan konsisten.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Digital, Produksi Konten, Instagram, Rumah Sakit Premier Surabaya.

ABSTRACT

This internship report discusses the application of digital marketing communications at Premier Hospital Surabaya through the Instagram content production process. The author underwent a three-month internship in the Marketing Division, Public Relations sub-division, with the role of graphic designer and video editor. Content production was carried out through the pre-production, production, and post-production stages using the CapCut and Canva applications. The content produced included medical education videos, activity recaps, doctor introductions, and service promotion materials. The implementation of RSPS's marketing communication strategy was based on the Marketing Mix (4P) concept, which aimed to build a professional image and increase audience engagement on social media. The results of the internship showed that the use of digital content was effective in supporting hospital promotion and strengthening public trust. The recommendations provided include adding internal personnel for content production and planning a more structured content calendar to ensure a more effective and consistent publication process.

Keywords: *Marketing Communication, Digital Marketing, Content Production, Instagram, Premier Hospital Surabaya.*