

ABSTRAK
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
KLINIK BERSALIN BAROKAH

Oleh

IRVAN FAUZAN

NPM : 109300026

Klinik Bersalin Barokah merupakan salah satu bidang usaha kesehatan yang mengalami perubahan status dari rumah bersalin menjadi klinik bersalin berdasarkan peraturan Menteri Kesehatan No.28 tahun 2011. Perubahan status ini ditanggapi dengan perubahan segmentasi dari Klinik Bersalin Barokah, dari menengah kebawah meluas ke menengah bagian atas. Menurut pihak manajemen Klinik Barokah promosi yang saat ini dilakukan hanya menggunakan *word of mouth* belum dapat meraih segmentasi yang ditargetkan. Media promosi yang telah ada masih menggunakan nama rumah bersalin.

Untuk mendapatkan konsumen yang sesuai dengan segmentasi baru maka dirancang media promosi dalam rangka sosialisasi perubahan status klinik. Isu feminin menjadi konsep perancangan yang disesuaikan dengan target pasar dari Klinik Bersalin Barokah yaitu wanita.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah *survey*, observasi, wawancara, kuisioner, dan studi pustaka, didapatkan bahwa dibutuhkannya perancangan media promosi untuk mendapatkan segmentasi yang sesuai target. Sehingga didapatkan perancangan media promosi yang meliputi, *website*, jejaring sosial, iklan tabloid, papan nama, spanduk, *x-banner*, brosur, *flyer*, stiker, selimut bayi, *paper bag*, *folding map*, *washlap*, buku menuju sehat, perlak. Diharapkan perancangan media promosi ini dapat membantu Klinik Bersalin Barokah mendapatkan konsumen sesuai dengan yang ditargetkan.

Kata kunci : Klinik Bersalin Barokah, Promosi, Persalinan

ABSTRACT

BAROKAH MATERNITY CLINIC MEDIA PROMOTION DESIGN

By

IRVAN FAUZAN

NPM : 109300026

Barokah Maternity Clinic is one of the the business sectors of health that changed the status from a maternity home birthing centers become maternity clinic based on the minister of health's regulation number 28 year 2011. This change of status also makes the segmentation of Barokah Maternity Clinic extends from the middle class to the upper middle. According to the management of Barokah Maternity Clinic, the promotion is only by word of mouth so far and it have not been able to achieve the target. Until nowadays, the media promotion is still mention the status of Barokah Maturnity Clinic as a maternity home.

To get the consumers that appropriate with new segmentation, new design of media promotion is needed to socialize the change of clinical status. Feminism is choosen as the design concept considering that the target of this clinic is woman.

This study collects data through survey, observations, interviews, spreading questionnaires, and literature study. From the data collection, it reveals that the new design of promotion is needed to get the appropriate target. This media promotion design consist of website, social networks, tabloid adv, sign board, spanduk, x-banner, brochure, flyer, sticker, baby's blanket, paper bag, folding map, washlap, health book, and perlak. Hopefully, this design would be helpful for Barokah Maturnity clinic to get the consumer appropriate with the new target segmentation.

Keywords : Barokah Maternity Clinic, Promotion, Maternity