

ABSTRAK

Kesehatan menjadi faktor yang sangat penting bagi manusia, terutama sehingga diperlukannya pelayanan kesehatan yang baik, alat yang canggih serta harga yang terjangkau terutama untuk pekerja/karyawan yang harusnya mendapat jaminan kesehatan. Disini mulai muncul persaingan dunia bisnis dalam bidang pelayanan kesehatan yang disebabkan faktor meningkatnya kesadaran kebutuhan pelayanan kesehatan yang layak untuk pekerja. Banyak perusahaan mulai membuka bisnis pelayanan kesehatan yang baik dan terjangkau untuk menarik minat konsumen sehingga menyebabkan banyaknya pesaing serupa didunia ini menuntut setiap perusahaan mempunyai strategi komunikasi pemasaran yang kuat, untuk mempertahankan konsumen mereka dari persaingan. Salah satunya adalah klinik kesehatan TelkoMedika yang memiliki semua yang dibutuhkan pekerja/karyawan untuk mendapat jaminan kesehatan yang layak, peralatan canggih, serta harga yang terjangkau. Dengan semua keunggulan yang sudah dimiliki TelkoMedika telah berhasil membangun strategi komunikasi pemasaran mereka dengan kuat dengan dibuktikan peningkatan jumlah kunjungan yang terus naik tanpa mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran TelkoMedika dalam meningkatkan jumlah pelanggan untuk kalangan pekerja/karyawan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa strategi Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh TelkoMedika sudah baik dengan menggunakan bauran komunikasi pemasaran *direc marketing, sales promotion, periklanan, public relation, personal selling*.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, *direc marketing, sales promotion, periklanan, public relation, personal selling*