



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

Maya Indriyanti

44217120031

Persepsi Publik Terhadap *Rebranding* Rumah Sakit Helsa Jatirahayu

Bibliografi : 5 Bab 125 Hal + Lampiran + 28 Buku + 1 Web + 16 Jurnal

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Peran penting Rumah Sakit dalam peningkatan kualitas kesehatan masyarakat. Penyedia layanan kesehatan di dorong untuk mengikuti perkembangan zaman dan terus meningkatkan standar dalam segala aspek. Oleh karena itu, banyak rumah sakit saat ini berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik agar mendapat respons baik dari masyarakat. Seperti halnya Rumah Sakit Helsa Jatirahayu Bekasi yang senantiasa melakukan peningkatan kualitas pelayanan melalui upaya *Rebranding*. Tujuan Penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Persepsi Publik Terhadap *Rebranding* Rumah Sakit Helsa Jatirahayu Bekasi.

Pada Penelitian ini Peneliti menggunakan konsep Persepsi menurut Mulyana (2001:67) dan Konsep *Rebranding* Menurut Muzellec, Doogan dan Lambkin. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif dengan Variabel Tunggal, Jenis penelitian ini menggunakan metode survey, Populasi dalam penelitian ini adalah Pasien Rumah Sakit Helsa Jatirahayu Bekasi sebanyak 550 orang dengan jumlah sampel 85 responden.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa jumlah dari keseluruhan data yaitu sebesar $66.20 : 16 = 4.1375$ dimana skor tersebut berada pada skala interval 3.43-4.23 atau berkategori positif. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa persepsi publik adalah Positif.

Kata Kunci : Persepsi Publik, *Rebranding*, Rumah Sakit.



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

Maya Indriyanti
44217120031

Public Perception of the Rebranding of Helsa Jatirahayu Hospital
Bibliography : 5 Chapters 125 Pages+Appendix + 28 Books +1 Web+16 Journals.

ABSTRACT

This research is motivated by the important role of the hospital in improving the quality of public health. Health service providers are encouraged to follow the times and continue to improve standards in all aspects. Therefore, many hospitals are currently competing to provide the best service to get a good response from the community. Like Helsa Jatirahayu Bekasi Hospital which always improves the quality of services through efforts Rebranding. The purpose of this study was to determine the public's perception of the rebranding of Helsa Jatirahayu Hospital. In this study, researchers used the concept of community perception according to Mulyana (2001 67) and the concept of rebranding according to Muzellec, Doogan, and Lambkin. This study uses a quantitative descriptive method with a single variable, the type of this study uses the survey method, the population in this study are Helsa Jatirahayu Bekasi Hospital customers with 550 people with a sample of 85 respondents.

The results of the study show that the total number of data is $66.20 \cdot 16 = 4,1375$ where the score is on the interval scale of 3.43-4.23 or the positive category. Thus it can be concluded that respondents' perceptions are positive.