

Pengaruh Rebranding Rumah Sehat Untuk Jakarta Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Pelayanan Kesehatan Poli Rawat Jalan di DKI Jakarta (Studi Kasus RSUD Pasar Rebo, RSUD Mampang Prapatan, RSUD Jatipadang, RSUD Kebayoran Lama, RSUD Kembangan) Tahun 2023

Sulistiani, Lisa Ubai

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=136202&lokasi=lokal>

Abstrak

<div style="text-align: justify;">Rebranding adalah aktivitas di perusahaan atau institusi yang mempunyai tujuan untuk melakukan transformasi kedudukan brand dibenak pemilik kepentingan dan untuk menjadikan label serta personalitas pembeda dengan lembaga atau institusi lain. Upaya rebranding yang dilakukan Rumah Sakit Umum Daerah dan Rumah Sakit Khusus Daerah milik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta mempunyai tujuan untuk memperbaharui posisi brand di benak masyarakat melalui perubahan pada nama, logo, posisi brand, meningkatkan kesan yang positif melalui program yang dibuat serta peningkatan fasilitas pelayanan kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rebranding Rumah Sehat Untuk Jakarta terhadap persepsi masyarakat tentang pelayanan kesehatan poli rawat jalan di DKI Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di 5 lokus Rumah Sehat Untuk Jakarta yaitu RSUD Pasar Rebo, RSUD Mampang Prapatan, RSUD Jati Padang, RSUD Kebayoran Lama dan RSUD Kembangan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Rumah Sehat Untuk Jakarta Jakarta. Untuk menentukan sampel Rumah Sehat Untuk Jakarta menggunakan teknik simple random sampling dengan teknik lottery, sampel responden dalam penelitian ini adalah pasien lama poli rawat jalan berjumlah 96 orang ditentukan dengan teknik accidental sampling. Data dianalisis secara univariat, bivariat dan multivariat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh karakteristik meliputi jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan serta rebranding terhadap pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Sehat Untuk Jakarta. Persepsi baik terhadap pelayanan kesehatan akan meningkat sebesar 11 kali ketika dilakukannya rebranding menjadi Rumah Sehat Untuk Jakarta.</div><hr /><div style="text-align: justify;">

Rebranding is an activity in a company or institution that has the aim of transforming the position of the brand in the minds of stakeholders and to make labels and differentiating personalities with other institutions. The rebranding efforts carried out by the Regional General Hospital and Regional Special Hospitals owned by the DKI Jakarta Provincial Government have the aim of renewing the brand position in the minds of the public through changes to the name, logo, brand position, increasing positive impressions through programmes created and improving health service facilities. This study aims to determine the effect of rebranding Rumah Sehat Untuk Jakarta on public perceptions of outpatient poly health services in DKI Jakarta. This research was conducted in 5 places of Rumah Sehat Untuk Jakarta, namely Pasar Rebo Hospital, Mampang Prapatan Hospital, Jati Padang Hospital, Kebayoran Lama Hospital and Kembangan Hospital. The population in this study were users of Rumah Sehat Untuk Jakarta. To determine the sample of Rumah Sehat For Jakarta using simple random sampling technique with lottery technique, the sample respondents in this study were old patients of outpatient polyclinic totalling 96 people determined by accidental sampling technique. Data were analysed univariate, bivariate and multivariate. The results showed that there was an influence of characteristics including gender, education, occupation, and income as well as rebranding on service to the patient.</div>