

Analisis citra RS.Jakarta Medical Center th.2002

Adhyrusman

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=9886&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan yang begitu ketat sekarang ini didalam usaha jasa kesehatan yang diselenggarakan oleh rumah sakit, mengharuskan setiap rumah sakit termasuk Rumah Sakit Jakarta Medical Centre (RS JMC) untuk berupaya lebih keras lagi dalam menjaga kelangsungan hidup usahanya. Salah satu upaya itu adalah dengan membangun, menjaga dan meningkatkan citranya. Dalam rangka itu RS JMC yang sekarang ini sedang melakukan pengembangan dengan meningkatkan kapasitas rawat inapnya dari 20 tempat tidur menjadi 120 tempat tidur perlu diketahui citranya saat ini. Tujuan penelitian ini untuk mendapatkan gambaran citra RS JMC saat ini dimata masyarakat dan kemudian dilakukan triangulasi dengan memperhatikan pendapat direktur RS JMC. Dalam penelitian ini juga dilakukan uji hubungan antara dimensi citra yang ada, yakni familiarity, kualitas dan kecocokan dengan citra RS JMC. Juga dilakukan analisa univariat terhadap atribut yang merupakan penjabaran dari tiap-tiap dimensi citra, yaitu : perasaan dekat, pengetahuan responden, keterkenalan, kepedulian dokter, kepedulian perawat, fasilitas, kebersihan, kenyamanan, frekuensi penggunaan pleb responden keluarga, frekuensi penggunaan pleb teman responden, kesesuaian harga dengan fasilitas. Hasilnya dapat dipakai untuk merekomendasikan bentuk komunikasi pemasaran yang sesuai bagi RS JMC. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra RS JMC dimata masyarakat maupun direksinya sudah cukup baik serta ada hubungan bermakna antara familiarity, kualitas dan kecocokan dengan citra RS JMC. Juga diperoleh atribut positif yaitu : perasaan dekat, terkenal, kepedulian dokter baik, nyaman, bersih, harga sesuai fasilitas, juga atribut negatif yaitu : kurangnya kepedulian perawat ditambah atribut positif yang diperoleh dari hasil analisa organisasi fasilitas RS JMC, yaitu tingkat kepercayaan pelanggan yang tinggi. memiliki KID autisme dan atribut negatif, yaitu kepedulian perawat kurang baik, visi dan misi belum jelas, produk pelayanan belum lengkap, tugas dan rencana unit pemasaran belum jelas. Selanjutnya atribut positif dan negatif yang didapat dicocokkan dengan teori yang ada untuk mendapatkan pilihan bentuk komunikasi pemasaran yang sesuai yaitu hubungan masyarakat (humas), iklan dan penjualan langsung. Disarankan kepada RS JMC untuk melakukan perbaikan terhadap kepedulian perawat. segera membuat visi dan misi. melengkapi produk pe!ayanannya serta memilih humas sebagai bentuk komunikasi pemasaran yang sesuai untuk RS JMC.

Jakarta Medical Center Hospital Image Analysis Year 2002
The competition of the healthy services which is provide by the hospital this day is so tight, therefore every hospitals its a must to work harder for surviving in this health business including the Jakarta Medical Center Hospital (JMCH). One of those efforts is with the developing, preserve and increase the image. In that frame work The Jakarta Medical Center Hospital now developing with increasing the over stay care from 20 beds become 120 beds that necessary to find out the hospital image at the moment. These research goals are to have an image perspective of the JMCH at the moment in the eyes of the community and the management, and after that are doing a comparison for the both side. In this research also did a relation test between an images dimension which existing that is familiarity, quality and suitable with the JMCH. The Univariat analysis to toward the attribute which a explanations of each image dimension are: close feeling,

respondent knowledge, a popularity, the doctor care, the nurse care, facility, cleanness, a pleasure, utilization frequency by the respondent/Family, utilization frequency by the respondent friend, a suitable price with the facility. The result can be used to recommend a communication form of the marketing which is suitable for the JMCH. The research results are showing that the JMCH in the community eyes or the management are well enough also had a meaning relation between familiarity, quality and suitable with the JMCH. Also had been found a positive attribute which is: a close feeling, popularity, a good carelessness of the doctor, pleasure, cleanness, a suitable price. Also had a negative attribute which is: a minority carelessness of the nurse with added a positive attribute which had from the organization facility analysis of the JMCH that is a higher customer trust levels, have a kid autism and the negative attributes are the minority carelessness of the nurses, point a view and the mission aren't explicit, incompletely product services, unclearly the marketing unit task and plan. Thereafter the positive attribute and negative which can be suitable with the existing theory to have a suitable choice for the marketing communication form that is a public relation (PR), advertise and direct selling. The suggestion for the JMCH are to improve the nurse carelessness, make a point of view and mission, complete the services product also choosing a Public Relation form as a suitable marketing communication for the JMCH.