

ABSTRAK

Afriliana Rizki Nugraheni. *Pengelolaan Rebranding pada Rumah Sakit Persada Medika Jatirahayu menjadi Rumah sakit Helsa Jatirahayu (analisis deskriptif pada RS Helsa Jatirahayu Kota Bekasi Jawa Barat).*

Rebranding di era saat ini dijadikan sebagai siasat untuk melakukan perubahan kearah peningkatan kualitas dan layanan khususnya bagi yang menyediakan layanan kesehatan. Rumah sakit Helsa Jatirahayu dalam hal ini melakukan upaya *rebranding* setelah adanya akuisisi, perubahan tersebut dilakukan secara keseluruhan diantaranya perubahan logo, nama, gedung dan posisinya dibenak masyarakat.

Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menggambarkan pengelolaan *rebranding* yang dilakukan rumah sakit Helsa Jatirahayu pada tahap 1) perubahan posisi (*repositioning*), 2) perubahan nama (*renaming*), 3) perubahan logo (*redesigning*) dan 4) tahap mengkomunikasikan *brand* baru kepada masyarakat (*relaunching*), karena setiap pengelolaan *rebranding* pada perusahaan atau lembaga berbeda-beda khususnya bagi perusahaan penyedia layanan kesehatan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan konsep *rebranding* yang dikemukakan oleh Muzellec, Doogan dan Lambkin karena sesuai dengan *rebranding* rumah sakit Helsa Jatirahayu. Tahapan tersebut terdiri dari tahap *repositioning*, tahap *renaming*, tahap *redesigning* dan tahap *relaunching*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, metode analisis deskriptif kualitatif karena ingin menjelaskan secara deksriptif dan analisis mendalam, menggunakan paradigma konstruktivisme yang menggambarkan realitas sosial berdasarkan pengamatan peneliti serta menggunakan pendekatan interpretif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, pengamatan dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan pengelolaan *rebranding* rumah sakit Helsa Jatirahayu melalui empat tahapan.1) tahap *repositioning* dengan melakukan segmentasi berdasarkan data pemerintah setempat, menentukan target, dan menentukan posisi sebagai RS *trauma center*. 2) tahap *renaming* yaitu melakukan perubahan nama yang membentuk makna sehat dengan melibatkan pihak eksternal. 3) tahap *redesigning* membentuk tim untuk mengubah elemen visual secara keseluruhan yaitu logo, gedung dan atribut. 4) tahap *relaunching* dilakukan secara bertahap dari sosialisasi ke publik internal hingga melaksanakan program ke publik eksternal.

Kata kunci : *Rebranding, Repositioning, Renaming, Redesigning, Relaunching.*

ABSTRACT

Afriliana Rizki Nugraheni. *Pengelolaan Rebranding pada Rumah Sakit Persada Medika Jatirahayu menjadi Rumah sakit Helsa Jatirahayu (analisis deskriptif pada RS Helsa Jatirahayu Kota Bekasi Jawa Barat).*

Rebranding in the current era is used as a strategy to make changes towards improving quality and services, especially for those who provide health services. Helsa Jatirahayu Hospital in this case made a rebranding effort after the acquisition, the changes were carried out as a whole including changes to the logo, name, building and position in the minds of the public.

The purpose of this study is to identify and describe the rebranding management carried out by Helsa Jatirahayu Hospital at the stage of 1) changing positions (repositioning), 2) changing names (renaming), 3) changing logos (redesigning) and 4) communicating the new brand to the public (relaunching), because every management rebranding in different companies or institutions, especially for health service providers.

In this study, researchers used the rebranding concept proposed by Muzellec, Doogan and Lambkin because it was in accordance with the rebranding of Helsa Jatirahayu Hospital. These stages consist of the repositioning stage, the renaming stage, the redesigning stage and the relaunching stage.

The method that the researcher uses in this research is descriptive qualitative analysis method because he wants to explain descriptively and in-depth analysis, this study uses a constructivist paradigm that describes social reality based on the observations of researchers and this study uses an interpretive approach with data collection techniques through in-depth interviews, observations and documentation.

The results of this study indicate that the management of the Helsa Jatirahayu hospital rebranding through four stages. 1) the repositioning stage by segmenting based on local government data, determining targets, and determining the position as a trauma center hospital. 2) the renaming stage is to change the name that forms a healthy meaning by involving external parties. 3) the redesign stage forms a team to change the overall visual elements, namely the logo, building and attributes. 4) the relaunching stage is carried out in stages from socialization to the internal public to implementing the program to the external public.

Keywords: *Rebranding, Repositioning, Renaming, Redesigning, Relaunching.*