

**ANALISIS STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM *REBRANDING*
RUMAH SAKIT IBU & ANAK MUSLIMAT “AHMAD YANI” MENJADI
RUMAH SAKIT UMUM MUSLIMAT PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh :

ALIEVIA DIANDA PUTRI

NIM : 17240606

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN LOGO



**ANALISIS STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM *REBRANDING*
RUMAH SAKIT IBU & ANAK MUSLIMAT “AHMAD YANI” MENJADI
RUMAH SAKIT UMUM MUSLIMAT PONOROGO**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai
Gelara Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik di Jurusan
Ilmu Komunikasi**

Oleh :

ALIEVIA DIANDA PUTRI

NIM : 17240606

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

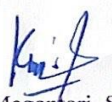
Skripsi oleh Alievia Dianda Putri / 1724 0606 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 30 Juni 2021

Pembimbing I


Eli Purwati, S.Sos., M.Ikom
NIDN: 0702088201

Pembimbing II


Krisna Megantari, Sos., M.A
NIDN. 0724048604

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Alievia Dianda Putri ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

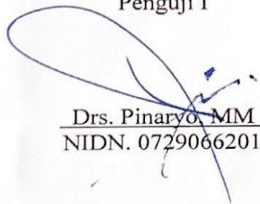
Pada hari : Senin

Tanggal : 26 Juli 2021

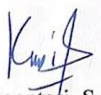
Pukul : 11.00 – 12.00

DEWAN PENGUJI

Penguji I


Drs. Pinaryo, MM
NIDN. 0729066201

Penguji II


Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN. 0724048604

Penguji III


Eli Purwati, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0702088201

Mengetahui,

Dekan,




Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK. 1986032520130913

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi *Public Relations* dalam *Rebranding* Rumah Sakit Ibu & Anak (RSIA) Muslimat “A. Yani” menjadi Rumah Sakit Umum (RSU) Ponorogo.”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikitpun bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Eli Purwati, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi penuh ketelitian dan kesabaran serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
3. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya Edi Suprianto dan Annies Janarti yang telah memberikan doa, ridho, dukungan dan pengorbanan baik secara moral maupun materi sehingga saya dapat menyelesaikan studi dengan baik.
4. Untuk kedua adik saya Riyanda Prima Anugerah dan Kenan Alvaro Febriano saya ucapkan terima kasih untuk dukungan dan perhatian yang diberikan.
6. Untuk nenek saya satu-satunya Hj. Istiyanah yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan studi dengan baik.
7. Ibu dr. Hj. Andy Nurdiana DQ, M.Kes selaku direktur RSU Muslimat Ponorogo, Bapak Drs. Hamim Winawan, MM selaku ketua BPPK-NU Muslimat, dan Bapak Tumardi selaku Bagian Humas dan Promosos, yang bersedia menjadi narasumber penelitian saya.
8. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2017 yang selalu memberikan dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas

pengalaman dan kerjasamanya selama perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir.

9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 29 Juni 2021

Penulis,

Alievia Dianda Putri



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Alievia Dianda Putri

Alamat : Jl. Jaksa Agung Suprpto Gang 2 No. 2, Ponorogo

No. Identitas (NIM) : 17240606

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

ANALISIS STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM *REBRANDING* RUMAH SAKIT IBU & ANAK MUSLIMAT “AHMAD YANI” MENJADI RUMAH SAKIT UMUM MUSLIMAT PONOROGO

adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan hasil karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 29 Juni 2021

Yang menyatakan,


A448CAJX253222868
(Alievia Dianda Putri)

DAFTAR ISI	
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	viii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Public Relations	12
2.1.2 Strategi Public Relations	16
2.1.3 Brand	21
2.1.4 Branding	22
2.1.5 Rebranding	24
2.1.6 Tujuan Rebranding	25
2.1.7 Proses Rebranding	26
2.2 Kerangka Pikir	29
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31

3.2 Subjek dan Objek Penelitian	31
3.3 Data dan Sumber Data	34
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Teknik Analisis Data	36
BAB IV	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	40
4.2 Identifikasi Informasi	43
4.3 Strategi Rebranding	45
4.4 Sejarah Rebranding Rumah Sakit Ibu & Anak (RSIA) Muslimat	47
4.5 Pembahasan	50
4.7 Hasil Analisa dan Pembahasan	84
BAB V	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96

ABSTRACT

The main purpose of the research is to know how the Public Relations strategy from changing the initial brand (rebranding) the Mother & Child Hospital Muslimat "Ahmad Yani" to become General Hospital of Muslimat Ponorogo making the management socialize to the wider community. This study used a qualitative approach with descriptive type. Data collection techniques through in depth interviews and documentation. The results of this study showed that the rebranding process carried out by the initial the Mother & Child Hospital Muslimat "Ahmad Yani" ran quite smoothly by going through several stages of rebranding. From the data collection, it was found that the Mother & Child Hospital Muslimat "A. Yani" has carried out Ronald D. Smith's planning model which is commonly known as "The Nine Steps of Strategic Public Relations" to analyze. The steps started with formative research, strategy, tactics and evaluation. The results showed that the most effective strategy was publications that used printed promotional media such as brochures, flyers, newspapers and radio. Then internet media such as websites and social media. Meanwhile, the less effective strategy is corporate social responsibility because this program has not been implemented routinely or sustainably.

Keyword: Rebranding, Strategy, Public Relations

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* dari perubahan *brand* awal Rumah Sakit Ibu & Anak Muslimat "Ahmad Yani" menjadi Rumah Sakit Umum Muslimat Ponorogo membuat pihak manajemen mensosialisasikan kepada masyarakat luas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses *rebranding* yang dilakukan oleh Rumah Sakit Ibu & Anak Muslimat "Ahmad Yani" ini berjalan cukup lancar dengan melalui beberapa tahapan *rebranding*. Dari pengumpulan data tersebut, diperoleh hasil bahwa Rumah Sakit Ibu & Anak Muslimat "A. Yani" telah melaksanakan model perencanaan dari Ronald D. Smith yang biasa disebut dengan "The Nine Steps of Strategic Public Relations" untuk menganalisis. Adapun langkah yang dilakukan dimulai dengan riset formatif, strategi, taktik dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dinilai paling efektif ialah *publications* yang menggunakan media promosi cetak seperti brosur, flyer, koran dan radio. Kemudian media internet seperti website dan media sosial. Sementara strategi yang kurang efektif adalah *corporate social responsibility* karena program ini dilaksanakan belum rutin atau *sustainable*.

Kata Kunci: Rebranding, Strategi, Public Relations