

**STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS IN GENERAL BRANDING RSI  
SULTAN SEMARANG**

**LISA FITRIANA**

**ABSTRACT**

*Rebranding is a common thing in an institution or company. This has become one of the public relations work is concerned in gaining awareness of the target audience to change the brand.*

*RSI Sultan Agung change brand and logo. The brand change is done after 44 years of RSI SA work. It is necessary strategies which include various processes to build the brand in the minds of the target audience.*

*The purpose of this study was to determine the public relations strategy RSI Sultan Agung in conducting the planning, implementation, and evaluation for Rebranding in RSI Sultan Agung and to determine the success of branding indicator RSI Sultan Agung. Therefore, the research method used is a qualitative research method with qualitative descriptive.*

*These results indicate that strategy do public relations in rebranding RSI Sultan Agung focused on media promotion, namely by replacing the logo RSI Sultan Agung in media promotion is the latest logo. In addition, public relations is also utilizing print and electronic media to do the branding changes, and send press releases to the media.*

*Keywords: branding, hospitals, RSI SA, strategy, PR*

# **STRATEGI HUMAS DALAM REBRANDING RSI SULTAN AGUNG SEMARANG**

**LISA FITRIANA**

## **ABSTRAK**

*Rebranding* merupakan hal yang sering terjadi pada sebuah institusi atau perusahaan. Hal ini menjadi salah satu pekerjaan humas yang bersangkutan dalam mendapatkan kesadaran target audiens terhadap perubahan *brand* tersebut.

RSI Sultan Agung melakukan perubahan *brand* dan logonya. Perubahan *brand* ini dilakukan setelah 44 tahun lamanya RSI SA bekerja. Hal ini diperlukan strategi tertentu yang meliputi berbagai proses dalam membangun *brand* tersebut di benak target audiens.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi humas RSI Sultan Agung dalam melakukan kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi untuk *Rebranding* pada RSI Sultan Agung serta untuk mengetahui indikator keberhasilan *branding* RSI Sultan Agung. Oleh karena itu, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang dilakukan humas dalam *rebranding* RSI Sultan Agung yang terfokus pada media promosi, yaitu dengan mengganti logo RSI Sultan Agung yang ada di media promosi menjadi logo yang terbaru. Selain itu, humas juga memanfaatkan media cetak dan media elektronik untuk melakukan perubahan *branding*, dan mengirim *press release* ke media.

Kata Kunci : *branding*, rumah sakit, RSI SA, strategi, humas