

**ANALISIS HUBUNGAN STRATEGI *PUBLIC
RELATIONS* DENGAN *BRANDING* RSUD KAWALI
PADA PASIEN BPJS RAWAT JALAN**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Rezkina Marta Nur Fadilah
NIM : 11016122017

**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA
SEPTEMBER 2026**

**ANALISIS HUBUNGAN STRATEGI *PUBLIC
RELATIONS* DENGAN *BRANDING* RSUD KAWALI
PADA PASIEN BPJS RAWAT JALAN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Kesehatan (S. Kes)**



Disusun Oleh:
Rezkina Marta Nur Fadilah
NIM : 11016122017

**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA
SEPTEMBER 2026**

**UNIVERSITAS BAKTI TUNAS HUSADA
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
PROGRAM STUDI SARJANA ADMINISTRASI RUMAH SAKIT**

**Skripsi, September 2026
Rezkina Marta Nur Fadilah**

ABSTRAK

**Analisis Hubungan Strategi *Public Relations* dengan *Branding* RSUD Kawali
pada Pasien BPJS Rawat Jalan**

xvi + 116 Halaman + 21 Tabel + 22 Lampiran

Program JKN telah memperluas akses masyarakat terhadap pelayanan kesehatan. Namun, berbagai keluhan pasien terkait pengalaman pelayanan di fasilitas kesehatan masih ditemukan dan dapat memengaruhi kepercayaan dan persepsi pasien terhadap rumah sakit yang akhirnya berkaitan dengan pembentukan *branding* institusi. Strategi *public relations* diperlukan untuk mengelola hubungan rumah sakit dengan publik sehingga dapat mendukung terbentuknya *branding* yang positif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan strategi *public relations* dengan *branding* RSUD Kawali pada pasien BPJS rawat jalan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain *cross sectional* dan pendekatan korelasional. Populasi penelitian ini adalah pasien BPJS rawat jalan RSUD Kawali, dengan sampel 78 responden berusia 26-45 tahun yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan analisis data menggunakan analisis univariat dan uji korelasi *spearman rank*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara strategi *public relations* dengan *branding* RSUD Kawali pada pasien BPJS rawat jalan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,816 dan nilai signifikansi *p-value* < 0,05. Hubungan tersebut sangat kuat dan positif, menunjukkan bahwa semakin baik strategi *public relations*, semakin kuat *branding* RSUD Kawali. RSUD Kawali disarankan mempertahankan dan meningkatkan strategi *public relations* untuk mendukung penguatan *branding* Rumah sakit.

Kata Kunci: strategi *public relations*, *Branding*, Pasien BPJS, Rawat Jalan

BAKTI TUNAS HUSADA UNIVERSITY
FACULTY OF HEALTH SCIENCES
BACHELOR OF HOSPITAL ADMINISTRATION STUDY PROGRAM

Thesis, September 2026
Rezkina Marta Nur Fadilah

ABSTRACT

Analysis of the Relationship Between Public Relations Strategy and Branding at Kawali Regional Hospital Among BPJS Outpatients

xvi + 116 Page + 21 Table + 22 Attachment

The National Health Insurance (JKN) program has expanded public access to healthcare services, however, various patient complaints related to service experiences at healthcare facilities are still found and can affect patient trust and perceptions of hospitals, which ultimately relate to the formation of institutional branding. Public relations strategies are needed to manage hospital relationships with the public to support the formation of positive branding. The purpose of this study was to determine the relationship between public relations strategies and branding of Kawali Regional Hospital for outpatient BPJS patients. This study used a quantitative method with a cross-sectional design and a correlational approach. The population of this study were outpatient BPJS patients of Kawali Regional Hospital, with a sample of 78 respondents aged 26-45 years selected using a purposive sampling technique. The research instrument was a questionnaire with data analysis using univariate analysis and the Spearman rank correlation test. The results showed a significant relationship between public relations strategies and branding of Kawali Regional Hospital for outpatient BPJS patients with a correlation coefficient of 0.816 and a significance value of p-value <0.05. This relationship is very strong and positive, indicating that the better the public relations strategy, the stronger the branding of Kawali Regional Hospital. Kawali Regional General Hospital is advised to maintain and improve its public relations strategy to support strengthening the hospital's branding.

Keywords: Public Relations Strategy, Branding, BPJS Patients, Outpatient Care