

KARYA TULIS ILMIAH

**GAMBARAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN
DI RUMAH SAKIT ISLAM IBNU SINA
PADANG PANJANG
TAHUN 2024**



DISUSUN OLEH:

ERISSA FIRDAUS
21190064

**PROGRAM STUDI D-III ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
FAKULTAS KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
BUKITTINGGI
2024**

KARYA TULIS ILMIAH

**GAMBARAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN
DI RUMAH SAKIT ISLAM IBNU SINA
PADANG PANJANG
TAHUN 2024**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya
Program Studi Diploma III Administrasi Rumah Sakit
di Fakultas Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat**



DISUSUN OLEH:

**ERISSA FIRDAUS
21190064**

**PROGRAM STUDI D-III ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
FAKULTAS KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
BUKITTINGGI
2024**

KARYA TULIS ILMIAH
GAMBARAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN
DI RUMAH SAKIT ISLAM IBNU SINA
PADANG PANJANG
TAHUN 2024

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ERISSA FIRDAUS
21190064


Telah memenuhi persyaratan untuk dipertahankan didepan
Tim Penguji Ujian Seminar Hasil
Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit
Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

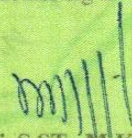
Bukittinggi, 30 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II


Iffa Setiana, SKM. M.K.M
NIDN: 1015049801


Yuliza Anggraini, S.ST., M.Keb., C.Herbs
NIDN: 1014018601

KARYA TULIS ILMIAH
GAMBARAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN
DI RUMAH SAKIT ISLAM IBNU SINA
PADANG PANJANG
TAHUN 2024

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ERISSA FIRDAUS

21190064

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Hasil Karya Tulis Ilmiah
Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
Bukittinggi pada tanggal, 30 Agustus 2024
Dan dinyatakan **Lulus**


Tim Penguji Mengetahui,

Penguji I,



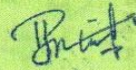
(Elsi Susanti, S.E., M.M.)
NIDN: 1018097801

Pembimbing I,



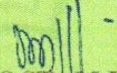
(Iffa Seriana, SKM, M.K.M)
NIDN: 1015049801

Penguji II



(Pratiwi Soni Redha, SKM, M.K.M)
NIDN: 1010078804

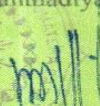
Pembimbing II,



(Yuliza Anggraini, S.ST., M.Keb., C.Herbs)
NIDN: 1014018601

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat



(Yuliza Anggraini, S.ST., M.Keb., C.Herbs)
NIDN: 1014018601

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

NAMA : Erisa Firdaus
Tempat, Tanggal Lahir : Aia Tabik, 19 Januari 2001
Alamat : Dusun Budi Jorong Aia Tabik, Kamang Mudiak
Kec. Kamang Magek, Kab. Agam Provinsi
Sumatera Barat

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Status : Belum Menikah / Mahasiswa

No. Hp : 083170358684

E-mail : erissafirdaus19@gmail.com

Instagram : erissa.frd

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Firdaus

Tempat, Tanggal Lahir : Aia tabik, 07 Desember 1966

Nama Ibu : Ernawati

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 15 Januari 1975

RIWAYAT PENDIDIKAN

TK Min Jati Kayu Ampek : 2006 – 2007

SD Negeri Wedya Aia Tabik : 2007 – 2013

Pondok Pesantren Mu'allimim Muhammadiyah Pakan sinayan : 2013 – 2016

SMAS Hang Tuah Prokimal : 2016 – 2019

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Program Studi : D-III Administrasi

Rumah Sakit : 2021 – 2024

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil Allamin, karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti dan cinta yang tiada hingga kepada lelaki pertama di hidup saya ayahanda tercinta Bapak Firdaus yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya. Dan teristimewa kepada bidadari tercinta ibunda Ernawati yang telah melahirkan, merawat, membimbing melindungi saya dengan tulus serta penuh keikhlasan, mencurahkan segala kasih sayang dan cinta serta senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan sepenuh hati kepada anak perempuannya.

Karya ini juga saya persembahkan untuk seluruh keluarha tercinta abang dan adik laki-laki, serta seluruh keluarga yang telah mendoakan, menjadi penyemangat terbaik, selalu memberikan dukungan baik moral maupun material.

Untuk diri sendiri, Erissa Firdaus terimakasih telah bertahan sejauh ini, banyak badai yang telah dilalui dengan air mata, terimakasih untuk segala bentuk usaha yang sudah dilakukan setiap hari untuk menjadi lebih baik lagi, dan selamat berpetualang di level kehidupan selanjutnya.

Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Diploma III administrasi Rumah Sakit yang telah membimbing dan mengarahkan saya untuk menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini.

Motto

*“Lakukan apa yang kau mau, sekarang
Saat hatimu bergerak, jangan kau larang
Hidup ini takan ada artinya, maka
Kau bebas mengarang maknanya seorang!*

(Hindia)

**Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit
Fakultas Kesehatan UM Sumatera Barat
Karya Tulis Ilmiah**

ABSTRAK

Oleh : Erissa Firdaus

**Gambaran Media Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina
Padang Panjang Tahun 2024**

Promosi Kesehatan sangat penting dalam proses memberdayakan pasien, keluarga pasien, sumber daya manusia rumah sakit dan masyarakat sekitar rumah sakit untuk berperan serta aktif dalam proses asuhan untuk mendukung perubahan perilaku dan lingkungan serta menjaga dan meningkatkan kesehatan menuju derajat kesehatan yang optimal. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang, penulis mendapati masih banyak pasien yang mengetahui rumah sakit dari keluarga atau saudara, bukan dari promosi/ pemasaran secara langsung. Tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui gambaran media promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang. Penelitian ini dilaksanakan pada 01 Mei – 16 Mei 2024 dengan menggunakan metode penelitian Kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara kepada 6 informan. Berdasarkan hasil penelitian ini pada bagian media cetak efektivitasnya terbatas karena masalah dalam pembaruan, desain, dan distribusi, pada bagian media digital didapat hasil meskipun radio dan televisi digunakan, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitasnya, dan pada bagian media sosial didapat bahwa penggunaan Facebook, Instagram, dan situs web sudah cukup baik, tetapi masih ada ruang untuk perbaikan. Diharapkan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang dapat meningkatkan efektivitas media promosi kesehatan dan Diharapkan konsistensi informasi, serta pemanfaatan media sosial yang lebih optimal akan mendukung rumah sakit dalam mencapai tujuan promosi kesehatan.

Kata Kunci : Promosi Kesehatan, Media Promosi

*D-III Hospital Administration Department
Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Faculty of Health
Scientific papers*

ABSTRACT

By: Erissa Firdaus

Overview of Health Promotion Media at Ibnu Sina Islamic Hospital Padang Panjang in 2024



Keywords: Health Promotion, Promotional Media

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya dan shalawat beriringan salam untuk Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah dengan judul “Gambaran Media Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Ibnu Sina Padang Panjang Tahun 2024”.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit untuk menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Riki Saputra, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
2. Ibu Yuliza Anggraini, S.ST., M.Keb selaku Dekan Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat dan sebagai pembimbing II yang telah banyak membantu, memberi masukan dan dukungan terkait penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini.
3. Ibu Rantih Fadhlya Adri, M.Si selaku Ketua Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
4. Ibu Iffa Setiana, SKM, M.K.M, Dosen Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu, memberi masukan dan dukungan terkait penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini.

5. Ibu Elsi Susanti , S.E., M.M selaku Dosen Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat dan sekaligus penguji 1 yang telah menguji serta banyak membantu, memberi masukan serta dukungan terkait Karya Tulis Ilmiah ini.
6. Ibu Pratiwi Soni Redha, S.KM., M.K.M selaku Dosen Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat dan sekaligus penguji II yang telah menguji serta banyak membantu, memberi masukan serta dukungan terkait Karya Tulis Ilmiah ini.
7. Ibu Dosen Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan selama ini.
8. Orang tua yang telah memberikan dukungan, semangat, kasih sayang serta selalu mendoakan penulis.
9. Kepada teman seperjuangan saya Zakia Oktavia yang tidak kalah penting kehadirannya, terimakasih selalu ada dalam titik terendah saya, terimakasih telah menjadi pendengar setia di setiap keluh kesah menjalani hidup serta menghibur dan memberi semangat untuk menulis Karya Tulis Ilmiah ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Karya Tulis Ilmiah yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan Karya Tulis Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca, semoga Karya Tulis Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semuanya.

Bukittinggi, Mei 2024

Erissa Firdaus



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
DAFTAR BAGAN	vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR ISTILAH	viii
BAB I PENDAHULUAN	7
A. Latar Belakang Masalah.....	7
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kajian Teori	14
1. Rumah Sakit.....	14
2. Promosi Kesehatan.....	17
3. Media Promosi Kesehatan.....	24
B. Kerangka Teori.....	34
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Definisi Istilah.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan Penelitian/ Jenis Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Observasi	32
C. Informan Penelitian.....	32
D. Sumber Data.....	33
E. Metode Pengumpulan Data.....	34
F. Instrumental Penelitian.....	35

G. Teknik Analisa Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian	37
B. Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lembar 1 Surat Permohonan Pengambilan Data	77
Lembar 2 Surat Permohonan Izin Penelitian	78
Lembar 3 Surat Balasan Penelitian Dari Rumah Sakit	79
Lembar 4 Lembar Observasi	80
Lembar 5 Lembar Wawancara	81
Lembar 6 Transkrip Wawancara	84
Lembar 7 Formulir Perbaikan Proposal	105
Lembar 8 Lembar Pembimbing 1	106
Lembar 9 Lembar Pembimbing 2	107
Lembar 10 Dokumentasi Penelitian	108



DAFTAR BAGAN

Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	34
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	35



DAFTAR TABEL

Table 1 Daftar Sampel	33
Tabel 4. 1 Tabel Observasi	37



DAFTAR ISTILAH

WHO	: <i>World Health Organization</i> (Organisasi kesehatan dunia)
WA	: WhatsApp
RSI	: Rumah Sakit Islam
TV	: Televisi
HP	: Handphone



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut WHO (*World Health Organization*) rumah sakit adalah bagian integral dari suatu organisasi sosial dan kesehatan dengan fungsi penyediaan pelayanan paripurna (komprehensif) menyembuhkan penyakit (kuratif) dan pencegah penyakit (preventif) kepada Masyarakat.

Rumah sakit merupakan salah satu organisasi penyedia layanan kesehatan yang berwenang memberikan pelayanan kesehatan dengan menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat dalam rangka menyediakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna (Kementrian Kesehatan RI, 2019).

Menurut WHO (*World Health Organization*) 2018, Promosi Kesehatan adalah proses mendorong individu dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka untuk bergantung pada faktor yang mempengaruhi kesehatan sehingga mereka dapat meningkatkan derajat kesehatan mereka.

Promosi Kesehatan adalah proses memberdayakan pasien, keluarga pasien, sumber daya manusia rumah sakit dan masyarakat sekitar rumah sakit untuk berperan serta aktif dalam proses asuhan untuk mendukung perubahan perilaku dan lingkungan serta menjaga dan meningkatkan kesehatan menuju derajat kesehatan yang optimal (Permenkes RI, 2018).

Dalam Undang-Undang Kesehatan RI No. 36 tahun 2009, disebutkan bahwa visi Pembangunan Kesehatan adalah “Meningkatkan kesadaran,

kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya, sebagai investasi sumber daya manusia yang produktif secara sosial dan ekonomis”. Promosi kesehatan sebagai bagian dari program kesehatan masyarakat di Indonesia harus mengambil bagian dalam mewujudkan visi pembangunan kesehatan di Indonesia tersebut. Sehingga promosi kesehatan dapat dirumuskan masyarakat mau dan mampu memelihara dan meningkatkan kesehatannya (Susilowati, 2017).

Media Promosi Kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilaku ke arah positif terhadap kesehatan (Notoatmodjo, 2014).

Promosi kesehatan adalah revitalisasi dari pendidikan kesehatan pada masa yang lalu. Dalam pandangan ini, promosi kesehatan tidak hanya merupakan proses meningkatkan kesadaran masyarakat tentang cara mendapatkan dan memperoleh informasi tentang kesehatan, tetapi juga sebagai upaya yang memiliki kemampuan untuk mendorong perubahan perilaku dalam masyarakat, organisasi, dan lingkungannya. Lingkungan fisik-nonfisik, sosial-budaya, ekonomi, dan politik adalah beberapa perubahan lingkungan yang diharapkan untuk kegiatan yang mendukung kesehatan. Promosi kesehatan adalah kombinasi dari berbagai organisasi,

pendidikan, kebijakan, dan peraturan perundang-undangan yang mendukung perubahan lingkungan (Nurmala *et al.*, 2018).

Tujuan promosi kesehatan adalah untuk meningkatkan kemampuan individu, keluarga, kelompok, dan masyarakat untuk hidup sehat, mengembangkan program kesehatan yang bersumber masyarakat, dan menciptakan lingkungan yang mendukung untuk mendorong kemampuan ini (Notoatmodjo, 2012).

Strategi yang baik dapat digunakan untuk mencapai tujuan promosi kesehatan sebagai pendukung program kesehatan lainnya, seperti kesehatan lingkungan, peningkatan status gizi masyarakat, pemberantasan penyakit menular dan pencegahan penyakit tidak menular, peningkatan kesehatan ibu dan anak, dan pelayanan kesehatan yang lebih baik (Notoatmodjo, 2012).

Media yang dimaksudkan untuk promosi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator. Ini dapat dilakukan melalui media cetak (seperti brosur, leaflet, rubrik dan poster), media elektronik (seperti radio, TV, *handphone*, komputer, dan lain-lain) dan media sosial (seperti *instagram*, *facebook*, *youtube* spanduk, dan lain-lain). Tujuan dari media promosi kesehatan adalah agar orang yang dituju dapat memperoleh pengetahuan yang lebih baik, yang kemudian diharapkan akan mengubah perilaku mereka dalam hal kesehatan (Notoatmodjo, 2014).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Merry Rahayu pada tahun 2022, menunjukkan bahwa metode yang digunakan dalam melaksanakan Promosi Kesehatan di rumah Sakit Madina Bukittinggi yaitu metode langsung sebelum pandemi dan metode tidak langsung saat pandemi, metode langsung dengan cara promosi langsung turun kelapangan dan metode tidak langsung dengan cara menyebarkan pamphlet atau brosur di media sosial seperti *instagram*, *WhatsApp* dan *Facebook*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yaitu drh. Putri tahun 2021, menyebutkan bahwa media dalam melakukan promosi kesehatan juga sangat kuat pengaruhnya terhadap jalan atau tidaknya promosi kesehatan yang ada di rumah sakit.

Telah diterapkannya dengan baik media promosi kesehatan di Rumah Sakit Muhammadiyah Taman Puring sehingga penerapannya sudah efektif. Berbagai macam media kesehatan seperti, *x-banner* dan juga TV Hospital yang terpasang di ruang tunggu, di depan IGD, di depan ruang perawatan dan di depan ruang pelayanan (Shafitri *et al.*, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Merrynda dan Andriani menunjukkan bahwa adanya penggunaan media sosial dalam rumah sakit sangat efektif untuk pemasaran produk di rumah sakit. Melalui media sosial yang sangat berkembang di era digitalisasi saat ini menawarkan banyak peluang untuk rumah sakit terhubung dengan pasien sebagai konsumen di rumah sakit dan dapat menjadi pilihan untuk bersaing dengan fasilitas kesehatan lainnya dalam pemasaran dan promosi. Media sosial yang ada dapat

menciptakan *brand image* untuk konsumen rumah sakit dan sangat efektif terhadap waktu, biaya dan tempat. Sehingga perlu adanya dukungan dari pihak manajemen rumah sakit untuk terus konsiten menggunakan media sosial dalam pemasaran rumah sakit dan terus aktif untuk membuat konten edukasi dalam media sosial rumah sakit yang ada sebagai daya tarik untuk konsumen (Merrynda and Andriani, 2023).

Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan pada tanggal 15 januari 2024 pada 10 orang pasien di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang, penulis mendapati masih banyak pasien yang mengetahui rumah sakit dari keluarga atau saudara, bukan dari promosi/ pemasaran secara langsung atau promosi yang dilakukan di media sosial yang dilakukan oleh pihak pemasaran kepada pasien Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang. Promosi yang dilakukan di media sosial sudah ada tetapi belum tersampaikan secara menyeluruh kepada Masyarakat.

Media promosi kesehatan yang dilakukan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang berupa media cetak (leaflet, brosur, poster), media digital seperti televisi di ruang tunggu pendaftaran pasien dan media sosial seperti *Facebook*, *instagram*, dan blog. Penulis menemukan kendala kurangnya sumber daya manusia di bagian promosi sehingga kurang efektifnya promosi kesehatan yang dilakukan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk membahas “Gambaran Media Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang Tahun 2024”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya adalah ”Bagaimana Gambaran Media Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Islam Padang Panjang?”.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui gambaran media promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui gambaran media cetak promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?
- b. Untuk mengetahui gambaran media elektronik promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?
- c. Untuk mengetahui gambaran media sosial promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Instansi Kesehatan atau Rumah Sakit

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi manajemen rumah sakit dalam menentukan media promosi yang tepat dan digunakan sebagai acuan untuk perencanaan periode berikutnya.

2. Bagi Prodi Administrasi Rumah Sakit

Penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran hasil studi mahasiswa selama mengikuti perkuliahan dengan hasil penelitian yang telah dipertanggungjawabkan, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perkembangan keilmuan.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana penerapan ilmu dan pengetahuan yang telah diperoleh selama Pendidikan, jadi sumber pembelajaran dalam penelitian dan aplikasi ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Rumah Sakit

a. Pengertian Rumah Sakit

Menurut WHO (*World Health Organization*, 2019) rumah sakit adalah bagian integral dari suatu organisasi sosial dan kesehatan dengan fungsi menyediakan pelayanan paripurna (komprehensif), menyembuhkan penyakit (kuratif) dan pencegah penyakit (preventif) kepada Masyarakat. Kementerian Kesehatan RI, 2019, menyebutkan bahwa rumah sakit adalah institusi pelayanan Kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat.

Rumah sakit adalah salah satu sarana kesehatan tempat menyelenggarakan upaya kesehatan yang memberdayakan berbagai kesatuan personel terlatih dan terdidik yang memberikan jasa pelayanan medis jangka pendek dan jangka Panjang yang terdiri atas tindakan terapeutik observasi dan rehabilitatif untuk orang-orang yang menderita sakit, terluka dan untuk mereka yang melahirkan.

Berdasarkan peraturan pemerintah (2021), yang dimaksud dengan rumah sakit adalah institusi pelayanan Kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan Kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat.

a. Fungsi Rumah Sakit

Tugas rumah sakit adalah melakukan Upaya pelayanan Kesehatan secara berdayaguna dan berhasil guna dengan mengutamakan penyembuhan dan pemulihan yang dilaksanakan secara serasi dan terpadu dengan peningkatan dan pelaksanaan rujukan, rumah sakit juga memiliki tugas pelayanan Kesehatan sesuai dengan standar pelaksanaan.

Rumah sakit menurut (Kementerian Kesehatan RI, 2019), menjelaskan bahwa fungsi rumah sakit adalah sebagai berikut :

1. Penyelenggaraan pelayanan pengobatan dan pemulihan Kesehatan sesuai dengan standar pelayanan rumah sakit
2. Pemeliharaan dan peningkatan Kesehatan perorangan melalui pelayanan Kesehatan yang paripurna Tingkat kedua dan ketiga sesuai dengan kebutuhan medis
3. Penyelenggaraan Pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia dalam rangka peningkatan kemampuan dalam memberikan pelayanan Kesehatan

4. Penelitian dan pengembangan serta penapisan teknologi bidang Kesehatan dalam rangka peningkatan pelayanan Kesehatan dengan memberikan etika ilmu pengetahuan bidang Kesehatan

b. Klasifikasi Rumah Sakit

Berdasarkan (Kementerian Kesehatan RI, 2019), rumah sakit di Indonesia menjadi 4 macam yaitu :

1. Rumah Sakit Umum kelas A

Adalah Rumah Sakit Umum yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik paling sedikit empat spesialis dasar, lima penunjang medik spesialis, dua belas spesialis lain selain spesialis dasar, dan tiga belas subspesialis.

2. Rumah Sakit Umum kelas B

Adalah Rumah Sakit Umum yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik empat spesialis dasar, empat penunjang medik spesialis, delapan spesialis lain selain spesialis dasar, dan dua subspesialis dasar.

3. Rumah Sakit Umum kelas C

Adalah Rumah Sakit Umum yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik paling sedikit empat spesialis dasar dan empat penunjang medik spesialis.

4. Rumah Sakit Umum kelas D

Adalah merupakan Rumah Sakit Umum yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik paling sedikit dua spesialis dasar.

2. Promosi Kesehatan

a. Pengertian Promosi Kesehatan

Menurut WHO (*World Health Organization*) 2018, Promosi Kesehatan adalah proses mendorong individu dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka untuk bergantung pada faktor yang mempengaruhi kesehatan sehingga mereka dapat meningkatkan derajat kesehatan mereka.

Menurut Permenkes RI No. 44 tahun 2018 tentang Promosi Kesehatan adalah proses memberdayakan pasien, keluarga pasien, sumber daya manusia rumah sakit dan masyarakat sekitar rumah sakit untuk berperan serta aktif dalam proses asuhan untuk mendukung perubahan perilaku dan lingkungan serta menjaga dan meningkatkan kesehatan menuju derajat kesehatan yang optimal (Permenkes RI, 2018).

Dalam Undang-Undang Kesehatan RI No. 36 tahun 2009, disebutkan bahwa visi Pembangunan Kesehatan adalah “Meningkatkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya, sebagai investasi sumber

daya manusia yang produktif secara sosial dan ekonomis”. Promosi Kesehatan sebagai bagian dari program Kesehatan Masyarakat di Indonesia harus mengambil bagian dalam mewujudkan visi pembangunan Kesehatan di Indonesia tersebut. Sehingga promosi kesehatan dapat dirumuskan Masyarakat mau dan mampu memelihara dan meningkatkan kesehatannya (Susilowati, 2017).

Promosi kesehatan adalah revitalisasi dari pendidikan kesehatan pada masa yang lalu. Dalam pandangan ini, promosi kesehatan tidak hanya merupakan proses meningkatkan kesadaran masyarakat tentang cara mendapatkan dan memperoleh informasi tentang kesehatan, tetapi juga sebagai upaya yang memiliki kemampuan untuk mendorong perubahan perilaku dalam masyarakat, organisasi, dan lingkungannya. Lingkungan fisik-nonfisik, sosial-budaya, ekonomi, dan politik adalah beberapa perubahan lingkungan yang diharapkan untuk kegiatan yang mendukung kesehatan. Promosi kesehatan adalah kombinasi dari berbagai organisasi, pendidikan, kebijakan, dan peraturan perundang-undangan yang mendukung perubahan lingkungan (Nurmala et al., 2018).

Pelaksanaan promosi kesehatan rumah sakit (PKRS) sangat bermanfaat untuk menambah wawasan untuk pasien dan keluarganya, serta pengunjung di rumah sakit tentang beragam

jenis penyakit serta langkah apa saja yang diperlukan untuk pencegahannya, selain itu promosi kesehatan di rumah sakit merupakan upaya rumah sakit untuk meningkatkan kemampuan pasien, keluarga dan pengunjung rumah sakit agar dapat berperan secara positif dalam usaha penyembuhan dan pencegahan terhadap penyakit sehingga dapat mempercepat proses penyembuhan serta rehabilitasi, meningkatkan kesehatan, mencegah terjadinya penyakit, serta mengembangkan berbagai upaya untuk meningkatkan kesehatan masyarakat melalui pembelajaran sesuai dengan sosial dan budaya masing-masing secara mandiri (Merry Rahayu, 2022).

b. Tujuan Promosi Kesehatan

Tujuan promosi kesehatan adalah untuk meningkatkan kemampuan individu, keluarga, kelompok, dan masyarakat untuk hidup sehat, mengembangkan program kesehatan yang bersumber masyarakat, dan menciptakan lingkungan yang mendukung untuk mendorong kemampuan ini (Notoatmodjo, 2012).

Sedangkan menurut Green, tujuan promosi kesehatan terdiri dari 3 tingkatan tujuan, yaitu:

1. Tujuan Program Merupakan pernyataan tentang apa yang akan dicapai dalam periode waktu tertentu yang berhubungan dengan status kesehatan.

2. Tujuan Pendidikan Merupakan deskripsi perilaku yang akan dicapai dapat mengatasi masalah kesehatan yang ada.
3. Tujuan Perilaku Merupakan pendidikan atau pembelajaran yang harus tercapai (perilaku yang diinginkan). Oleh sebab itu, tujuan perilaku berhubungan dengan pengetahuan dan sikap.
4. Tujuan Intervensi Perilaku dalam promosi kesehatan
 - a. Mengurangi perilaku negatif bagi kesehatan.
 - b. Mencegah meningkatnya perilaku negatif bagi kesehatan
 - c. Meningkatkan perilaku positif bagi kesehatan
 - d. Mencegah menurunnya perilaku positif bagi kesehatan

c. Langkah-Langkah Promosi Kesehatan

1. Pengkajian

Pengkajian dimaksudkan untuk mendapatkan informasi tentang besaran masalah dan penyebabnya, potensi yang dapat didayagunakan dalam pengkajian yang dimaksud meliputi:

- a) Pengkajian masalah penyakit terbanyak, terutama mengenai kelompok masyarakat yang kena masalah , penyebab masalahnya, sifat ,masalahnya, dan perjalanan penyakit (epidemiologi) termasuk masalah perilaku yang berhubungan dengan penyakit tersebut.

- b) Pengkajian masalah yang terkait dengan pencapaian cakupan program.
- c) Pengkajian terhadap sistem pelayanan kesehatan yang ada.
- d) Pengkajian terhadap sumber daya dan tenaga yang dimiliki.
- e) Pengkajian keterlibatan lintas program dan lintas sektor dalam promosi kesehatan di berbagai tatanan.
- f) Pengkajian tentang pelaksanaan integrasi yang telah dilakukan.

2. Menyusun perencanaan promosi kesehatan dengan program-program kesehatan

Dalam penyusunan perencanaan aspek penting yang harus diperhatikan adalah:

- a) Penetapan tujuan dan sasaran program kesehatan yang akan dicapai
- b) Menyusun rencana kerja (kapan, siapa, di mana, apa, dan bagaimana)
- c) Penyediaan sumber daya (tenaga, sarana dan dana)
- d) Rencana pengawasan, pengendalian, dan penilaian dan menyiapkan instrumen
- e) Menetapkan Indikator keberhasilan
- f) Pemanfaatan sistem manajemen informasi yang ada

d. Strategi Promosi Kesehatan

Strategi yang baik dapat digunakan untuk mencapai tujuan promosi kesehatan sebagai pendukung program kesehatan lainnya, seperti kesehatan lingkungan, peningkatan status gizi masyarakat, pemberantasan penyakit menular dan pencegahan penyakit tidak menular, peningkatan kesehatan ibu dan anak, dan pelayanan kesehatan yang lebih baik (Notoatmodjo, 2012).

Berdasarkan Piagam Ottawa (1984), misi promosi kesehatan dapat dilakukan menggunakan 3 strategi yang dijelaskan sebagai berikut:

1) Advokasi (*advocate*)

Faktor-faktor seperti perilaku, ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, dan politik dapat memengaruhi kesehatan seseorang. Promosi kesehatan bertujuan untuk mengubah kondisi tersebut sehingga menguntungkan kesehatan masyarakat melalui advokasi masyarakat

sasaran kepada pemangku kebijakan di berbagai tingkat atau sektor terkait dengan kesehatan. Tujuan advokasi ini adalah untuk meyakinkan pemangku kebijakan bahwa program kesehatan yang akan dilaksanakan itu penting.

2) Mediasi (*mediate*)

Promosi kesehatan juga berfungsi sebagai mediator atau penghubung antara bidang kesehatan dan bidang lain.

Ini karena promosi faktor-faktor yang memengaruhi kesehatan tidak hanya menjadi tanggung jawab sektor kesehatan sendiri; itu membutuhkan kerja sama dari semua pihak, termasuk pemerintah, sektor kesehatan, sektor ekonomi, lembaga nonprofit, industri, dan media. Kerjasama ini sangat penting karena tanpanya, sektor kesehatan tidak akan mampu menangani masalah kesehatan yang serius. karena itu, program dan pendekatan promosi kesehatan harus mempertimbangkan kebutuhan lokal dan memungkinkan sektor regional, nasional, dan internasional untuk dapat terlibat di dalamnya.

3) Memampukan (*enable*)

★ Promosi kesehatan berpusat pada keadilan dan pemerataan sumber daya kesehatan untuk semua lapisan masyarakat. Hal ini mencakup memastikan setiap orang memiliki lingkungan yang sehat untuk hidup, memiliki akses ke informasi yang mereka butuhkan tentang kesehatan mereka, dan memiliki kemampuan untuk membuat keputusan yang dapat meningkatkan status kesehatan mereka. Prinsip promosi kesehatan ini adalah bahwa masyarakat mampu memiliki kontrol atas dampak negatif yang terjadi pada kesehatan mereka. telah diketahui bahwa banyak faktor dari luar kesehatan

memengaruhi kesehatan, seperti sosial, pendidikan, dan ekonomi.

3. Media Promosi Kesehatan

a. Pengertian Media Promosi Kesehatan

Menurut (Notoatmodjo, 2014), Media Promosi Kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilaku ke arah positif terhadap kesehatan.

Promosi kesehatan tidak dapat lepas dari media karena melalui media, pesan-pesan yang disampaikan dapat lebih menarik dan dipahami, sehingga sasaran dapat mempelajari pesan tersebut sehingga sampai memutuskan untuk mengadopsi perilaku yang positif (Verliza, 2021).

b. Tujuan Media Promosi Kesehatan

Adapun beberapa tujuan atau alasan mengapa media sangat diperlukan di dalam pelaksanaan promosi kesehatan menurut (Notoatmodjo, 2010) antara lain adalah :

- 1) Media dapat mempermudah penyampaian informasi
- 2) Media dapat menghindari kesalahan persepsi
- 3) Dapat memperjelas informasi
- 4) Media dapat mempermudah pengertian

- 5) Mengurangi komunikasi yang verbalistik
- 6) Dapat menampilkan objek yang tidak bisa ditangkap dengan mata
- 7) Memperlancar komunikasi, dan lain-lain

c. Jenis Media Promosi Kesehatan

Media yang digunakan untuk mempromosikan kesehatan termasuk leaflet yang berisi informasi tentang edukasi kesehatan di ruang rawat jalan, ruang rawat inap, pendaftaran pasien, pembayaran rekening pulang, informasi tentang layanan pelanggan dan informasi medis; spanduk yang berisi pesan kesehatan dan jadwal seminar gratis tentang kesehatan atau operasi bibir sumbing dan katarak ditempel di dinding luar rumah sakit; dan poster yang berisi jadwal penyuluhan kesehatan atau pesan kesehatan ditempel di papan pengumuman.

Adapun media dalam melakukan promosi kesehatan ini adalah:

1. Media massa (cetak)

Adalah media yang berupa Koran, majalah, dan brousur yang dapat digunakan dalam melakukan promosi kesehatan di rumah sakit. Dalam melakukan promosi kesehatan media ini cukup bagus menarik minat pembaca dalam bentuk brosur yang mudah dipahami.

Indikator media massa (cetak) dalam buku (Notoatmodjo, 2014):

1) Leaflet

Media yang disebut leaflet adalah selembarnya kertas yang dilipat dan diberi gambar dan tulisan pada kedua sisi, biasanya dengan banyak tulisan. Secara umum, ukuran A4 dilipat tiga kali. Berdasarkan pendapat ini, media leaflet dapat dipahami sebagai media yang mengandung pesan atau informasi dan dilengkapi dengan gambar atau ilustrasi.

2) Brosur

Brosur, juga disebut pamflet, adalah jenis bahan cetak yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan tertentu. Brosur adalah cetakan yang hanya terdiri dari beberapa halaman dan dilipat tanpa dijilid yang berisi informasi. Artinya, brosur harus berisi informasi tentang barang atau jasa yang ditawarkan.

3) Poster

Poster adalah karya seni atau desain grafis yang terdiri dari gambar, huruf, dan informasi yang dicetak pada kertas atau bahan yang lain yang

berukuran besar dan kecil. Aplikasinya dipasang pada dinding atau permukaan datar lainnya dengan tampilan yang kuat dan menarik. Poster memiliki kemampuan untuk mengubah tindakan, sikap, dan keyakinan orang.

4) *Booklet*

Booklet adalah media komunikasi massa yang dirancang untuk menyampaikan pesan promosi, anjuran, atau larangan kepada khalayak luas dalam bentuk cetakan. Jadi, tujuannya adalah agar siswa, masyarakat atau individu yang dimaksud dalam hal ini, memahami dan mengikuti pesan yang disampaikan dalam media komunikasi.

Fungsi utama media cetak ini adalah memberi informasi dan menghibur. Kelebihan dan kelemahan media cetak :

a) Kelebihannya:

- (1) Tahan lama
- (2) Mencakup banyak orang
- (3) Biaya tidak tinggi
- (4) Dapat dibawa kemana – mana
- (5) Dapat mengungkit rasa keindahan
- (6) Mempermudah pemahaman

(7) Meningkatkan gairah belajar

b) Kelemahan:

- (1) Media ini tidak dapat menstimulir efek suara dan efek gerak
- (2) Mudah terlipat

2. Media Digital

Media ini dapat berupa TV dan Radio yang dirumah sakit sangat diperlukan contohnya saja terkadang ada keluarga pasien atau pasien yang tidak bias membaca mereka bias mendengarkan dengan radio atau sumber suara yang jelas dan menarik lain halnya dengan TV yang ada mencantumkan gambar yang enak untuk dilihat tidak hanya suara saja.

Adapun indikator media digital dalam buku (Notoatmodjo, 2014):

1) TV

Abdullah menunjukkan bahwa dari semua media, televisi adalah yang paling penting. Kehadiran televisi menunjukkan transisi peradaban dari satu garis kontinum budaya ke garis kontinum lain. Televisi menjadi pusat interaksi dan pembentukan nilai ketika mulai

menggantikan keluarga, teman, dan komunitas sebagai pusat peradaban.

2) Radio

Menurut Anwar Arifin, radio adalah alat komunikasi massa yang berfungsi sebagai saluran pernyataan manusia umum dan terbuka yang menyalurkan gelombang berbunyi yang terdiri dari program-program yang teratur dengan konten aktual dan mencakup aspek-aspek perwujudan kehidupan masyarakat.

Kelebihan dan kelemahan media elektronik

a) Kelebihannya:

- (1) Sudah dikenal masyarakat
- (2) Mengikutsertakan semua panca indra
- (3) Lebih mudah dipahami
- (4) Lebih menarik karena ada suara dan gambar bergerak

- (5) Bertatap muka
- (6) Penyajian dapat dikedalikan
- (7) Jangkauan relatif lebih besar
- (8) Sebagai alat diskusi dan dapat diulang-ulang

b) Kelemahannya:

- (1) Biaya lebih tinggi
- (2) Sedikit rumit

- (3) Perlu listrik
- (4) Perlu alat canggih untuk produksinya
- (5) Perlu persiapan matang
- (6) Peralatan selalu berkembang dan berubah
perlu ketrampilan penyimpanan
- (7) Perlu terampil dalam pengoperasian

3. Media Sosial

Media sosial ini cukup kuat pengaruhnya dalam promosi kesehatan tidak hanya beberapa khalayak saja tetapi semua orang dapat mengakses media sosial dengan perkembangan zaman yang semakin canggih ini. Media sosial ini dapat berupa *facebook, twitter, Instagram, youtube* yang mungkin semua orang menggunakannya untuk saat sekarang ini. Di banding media lainnya media sosial ini sangat kuat perannya dalam dunia yang penuh teknologi seperti sekarang ini, media ini cukup menunjang promosi kesehatan di rumah sakit karna masyarakat dapat mengaksesnya lewat *Smartphone* masing-masing.

Indikator media sosial menurut Notoatmodjo, 2014 ialah:

1) *Facebook*

Salah satu jenis media sosial adalah *facebook*, yang memiliki kemampuan salah satu situs jejaring sosial yang sangat populer di dunia serta menjadi situs

penting di berbagai negara. Banyak orang yang menggunakan *facebook* untuk menyebarkan informasi kesehatan yang dimiliki untuk dibagikan kepada sesama pengguna *facebook*.

Adapun komponen pada *facebook* yaitu:

- a) Nama *facebook* page
- b) Profil
- c) Post, yaitu isi konten berupa gambar, video, teks, maupun tautan
- d) Tentang, yaitu informasi pribadi pemilik akun
- e) Jenis interaksi, yaitu *like*, *comment*, dan *share*

2) *Instagram*

Instagram adalah media sosial yang dapat digunakan untuk berbagi gambar dan video. Sama halnya dengan *facebook* dan *twitter*. *Instagram* merupakan salah satu situs jejaring sosial yang populer

di dunia. Berdasarkan data pada tahun 2014 pengguna *Instagram* cukup tinggi yaitu mencapai 200 juta pengguna, dengan foto yang telah di unggah sebanyak 20 milyar foto.

Adapun komponen pada *Instagram* ialah:

- a) Nama akun
- b) Profil

c) Profil Bio

d) *Instagram stories*, adalah platform di mana konten foto dan video bertahan selama 15 detik dan dapat diakses selama 24 jam.

e) *Instagram feed*, adalah tempat untuk berbagi konten gambar dan video dengan *slideshow*.

f) *Jenis interaksi*, yaitu *direct message*, *follow*, *like*, *comment*, dan *share*.

3) *Blog*

Blog adalah situs web yang digunakan untuk berbagi ide, informasi, pengalaman, dan layanan kepada individu atau lembaga pemerintah. Contohnya adalah *wordpress* dan *blogger*.

4) *Twitter*

Twitter merupakan salah satu jejaring sosial yang populer di dunia saat ini. *Twitter* sendiri merupakan media sosial *microblogging* yang dapat digunakan dalam berbagai konten dengan berbagai karakter tulisan dan pengguna dapat memperbaharui dan memberikan update informasi tentang bisnis, organisasi dan lainnya.

Adapun komponen pada *twitter* adalah:

a) Nama pengguna

b) Profil Bio

- c) Profil
- d) Gambar *header*
- e) Kicauan adalah konten tulisan yang dapat di sertakan juga dalam bentuk gambar maupun tulisan.
- f) Jenis interaksi yaitu *tweet, retweet, replay, follow, message, dan like.*

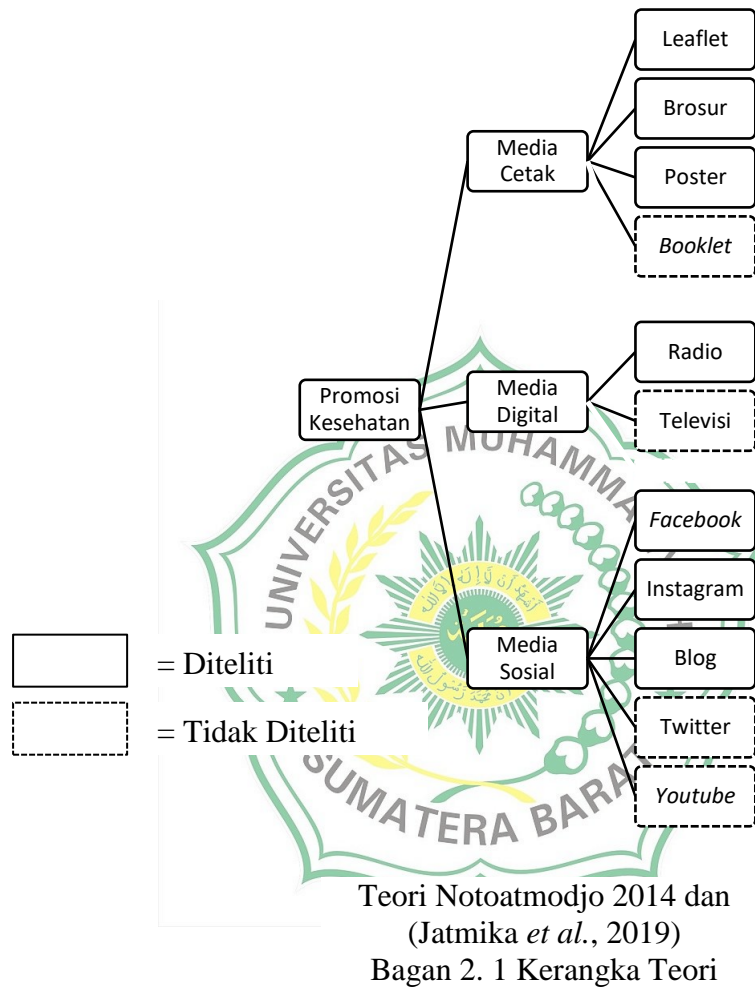
5) *Youtube*

Youtube merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk berbagi video Platform yang digunakan untuk membagikan berbagai video yang kini banyak diciptakan oleh pada *vlogger*. Video dapat berupa tutorial hingga edukasi.

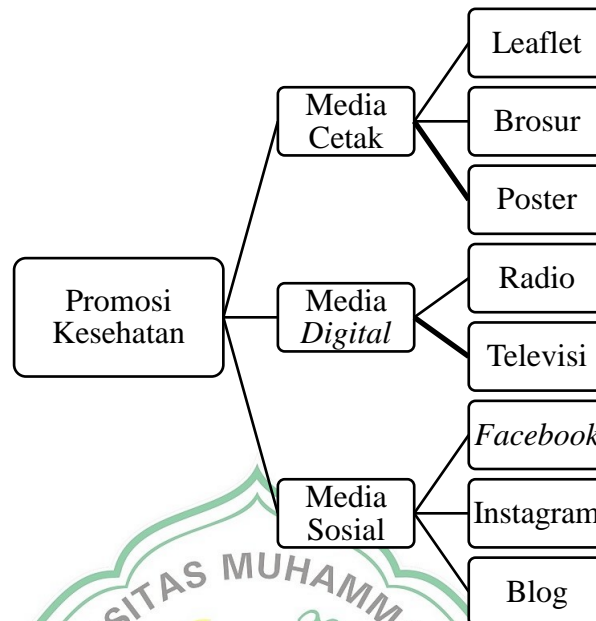
Adapun komponen *youtube* yaitu:

- a) *Thumbnail* (sampul video)
- b) *Judul*
- c) Isi (konten video)
- d) Jenis interaksi yaitu *subscribe, share, dislike, dan comment.*

B. Kerangka Teori



C. Kerangka Pemikiran



Teori Notoatmodjo, 2014 dan
(Jatmika *et al.*, 2019)
Bagan 2. 2 Kerangka Pemikiran

D. Definisi Istilah

a. Promosi Media Cetak

Definisi : Yaitu suatu media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual terdiri dari Gambaran sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna yang dapat digunakan dalam melakukan promosi kesehatan di rumah sakit. Dalam melakukan promosi kesehatan media ini cukup bagus menarik minat pembaca dalam bentuk brousur yang mudah dipahami (Rahayu, 2022). (Jatmika *et al.*, 2019)

Alat ukur : Lembar observasi, format wawancara, dan alat tulis

Cara Ukur : Wawancara, observasi, dan telaah dokumen.

b. Promosi Media Elektronik

Media ini dapat berupa TV dan Radio yang dirumah sakit sangat diperlukan contohnya saja terkadang ada keluarga pasien atau pasien yang tidak bias membaca mereka bias mendengarkan dengan radio atau sumber suara yang jelas dan menarik lain hal nya dengan TV yang ada mencantumkan gambar yang enak untuk dilihat tidak hanya suara saja (Rahayu, 2022).

Alat ukur : Lembar observasi, format wawancara, dan alat tulis

Cara Ukur : Wawancara, observasi, dan telaah dokumen.

c. Promosi Media Sosial

Definisi : Media sosial ini cukup kuat pengaruhnya dalam promosi kesehatan tidak hanya beberapa khalayak saja tetapi semua orang dapat mengakses media sosial dengan perkembangan zaman yang semakin canggih ini. Media sosial ini dapat berupa facebook, twitter, Instagram, youtube yang mungkin semua orang menggunakannya untuk saat sekarang ini. Dibanding media lainnya media sosial ini sangat kuat perannya dalam dunia yang penuh teknologi seperti sekarang ini, media ini cukup menunjang promosi kesehatan di rumah sakit karna masyarakat dapat mengaksesnya lewat Smartphone masing-masing (Rahayu, 2022).

Alat ukur : Lembar observasi, format wawancara, dan alat tulis

Cara Ukur : Wawancara, observasi, dan telaah dokumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian/ Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, menentukan apapun yang dilakukan orang lain dalam menghadapi (Mekarisce, 2020).

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dikarenakan penulis ingin memperoleh informasi mengenai gambaran peran media sosial dalam strategi pemasaran di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang.

B. Lokasi dan Waktu Observasi

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada 01 - 16 Mei 2024.

C. Informan Penelitian

Pada dasarnya penelitian kualitatif tidak mengenal konsep pengambilan sampel dari populasi, karena tujuan penelitian kualitatif ini untuk menggali lebih dalam informasi agar dapat disebut sampel penelitian kualitatif sebagai informan. Informan merupakan subjek penelitian yang

dapat memberikan informasi mengenai fenomena/ masalah yang diangkat selama penelitian (Heryana & Unggul, 2018).

Informan dalam penelitian ini adalah 4 (empat) orang pegawai bagian pemasaran Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang dan 2 (dua) orang pasien Rumah Sakit.

Table 1 Daftar Informan

No	Kategori Informan	Jabatan	Pendidikan
1	Informan 1	KaBag	S1
2	Informan 2	Karyawan	S1
3	Informan 3	Pasien	1
4	Informan 4	Pasien	2
5	Informan 5	Pasien	3
6	Informan 6	Pasien	4

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber internal yang didapatkan secara langsung melalui pelaksanaan secara langsung, dan lain-lain (Siregar et al. 2022).

Adapun yang akan di observasi adalah media promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber eksternal yang didapatkan melalui referensi dari luar, baik artikel,

jurnal, dan lain-lain (Siregar et al, 2022).

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menurut (Lailatul Mufidah, 2021).

1. Observasi

Observasi adalah salah satu metode untuk mengumpulkan data secara langsung di lapangan dengan melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang dijadikan sasaran pengamatan.

Observasi dalam penelitian ini yaitu mengamati pengetahuan dan sikap petugas pemasaran terhadap pelaksanaan pemasaran di Rumah Sakit Ibnu Sina Padang Panjang.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan informasi atau data yang dilakukan dengan cara tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber mengenai masalah yang dijadikan sasaran penelitian (Gandhi et al., 2021).

Wawancara dalam penelitian ini dengan melakukan tanya jawab bersama narasumber petugas pemasaran mengenai topik memasaran di Rumah Sakit Ibnu Sina Padang Panjang.

F. Instrumental Penelitian

Instrumen adalah bagian yang sangat penting dari kegiatan penelitian untuk mendukung rancangan penelitian dan memegang peran penting dalam memperoleh informasi yang akurat dan terpercaya. (Kusuma et al., 2021)

Ada beberapa instrumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sebagai berikut ;

1. *Handphone*
2. Laptop
3. Alat tulis (buku, pulpen, dan lain-lain)

G. Teknik Analisa Data

Analisa data adalah proses pengambilan data secara sistematis dan penyusunan data dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, mengorganisasikan data ke dalam kategori, membaginya, mensistesisikan, menyusun menjadi pola, memilih yang paling penting dan yang telah diteliti diambil kesimpulannya agar anda dan orang lain mudah memahaminya (Abdussamad, 2021).

Adapun tahapan-tahapan analisa data menurut (Pinzon, Retno 2021) adalah sebagai berikut.

1. Pengumpulan Data

Proses pencatatan informasi dan kategori data lapangan lainnya dikenal sebagai proses prngumpulan data. Ini

melibatkan langkah-langkah untuk menemukan, mencatat, menghimpun informasi secara obyektif dan konsisten berdasarkan hasil observasi dan wawancara di lapangan.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal pokok, fokus pada hal-hal yang penting, mencari pola dan membuang hal yang tidak penting. Proses ini dilakukan secara terus menerus selama melakukan penelitian, dengan tujuan sebagai penyederhana data yang diperoleh dari pengumpulan data

3. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, maka kumpulan data yang sederhana disaring kembali dan disusun. Data yang disajikan tersebut diambil intisarinnya yang memungkinkan untuk penerikan kesimpulan.

4. Kesimpulan/ Verifikasi

Data Pada tahap terakhir setelah melalui proses reduksi dan *display*, peneliti mencari kesimpulan dari penelitian. Kesimpulan adalah jawaban dari pertanyaan yang diajukan pada saat penelitian, penarikan kesimpulan dapat pula dilakukan dengan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung pada konsep penelitian tersebut.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Observasi

Observasi yang telah penulis lakukan mendapatkan hasil sebagai berikut:

- 
- a. Nama Rumah Sakit : Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang
- b. Alamat Rumah Sakit : Jl. Soekarno Hatta No. 17 Padang Panjang
- c. Kelas Rumah Sakit : Rumah Sakit Swasta
- d. Tempat Pemeriksaan : Ruang Pemasaran dan Pasien Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang
- e. Tanggal Pemeriksaan : 01 - 16 Mei 2024

Tabel 4. 1 Tabel Observasi

No	Aspek Yang Diamati	Ya	Tidak	Keterangan
1	Permasakahan yang terjadi di bagian pemasaran	v		Kurangnya tenaga SDM sehingga pegawai harus

				memaksimalkan pemasaran yang dilakukan
2	Apakah ada bagian pemasaran melakukan promosi kesehatan	v		Ada, promosi Kesehatan dilakukan dengan media cetak (leaflet, brosur, poster), media digital (radio) dan media sosial (<i>facebook</i> , Instagram, blog).
3	Apakah ada bagian pemasaran melakukan penyuluhan kepada pasien rumah sakit	v		Ada, biasanya dilakukan 1 x seminggu penyuluhan terhadap pasien di ruang tunggu atau antrian pengambilan obat pasien tentang promosi Kesehatan

4	Apakah ada kendala yang dihadapi di bagian pemasaran	v		Ada, kurangnya tenaga SDM di bagian pemasaran yang mengakibatkan kurang efektifnya pemasaran di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang
5	Apakah bagian pemasaran merasa yang dapat menambah pasien mengetahui tentang rumah sakit	v		Menurut pegawai pemasaran Rumah Sakit Islam Ibnu sina Padang Panjang pemasaran yang dilakukan sudah maksimal Cuma fakta di lapangan yang di dapat pasien mengetahui rumah sakit ini dari dari saudara atau mulut ke mulut bukan dari promosi yang

				dilakukan oleh pihak rumah sakit
--	--	--	--	----------------------------------

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan di ruangan Pemasaran dan pasien Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang didapati hasil bahwa, pemasaran dilakukan dengan tiga media yaitu media cetak, media digital dan media sosial. Pemasaran lebih di fokuskan ke media sosial karena seiring berjalannya waktu teknologi semakin maju tetapi faktanya pemasaran yang dilakukan di media sosial kurang tersampaikan kepada masyarakat.

2. Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang tentang Gambaran Media Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang. Didapatkan hasil penelitian bahwa :

1) Media Cetak Promosi

- a. Menurut Bapak/Ibuk apa saja media cetak yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?
(pertanyaan untuk staff pemasaran dan pasien)

Berdasarkan hasil obsevasi yang dilakukan oleh peneliti dengan memperhatikan media cetak di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang diperoleh hasil

bahwa media cetak yang digunakan di rumah sakit ini yaitu media cetak leaflet, brosur dan poster.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai KaUnit dan staff pemasaran yaitu:

“Menurut saya promosi melalui leaflet, brosur, poster di rumah sakit ada, biasanya di letakkan di madding atau di ruang tunggu pendaftaran” (Informan 1)

“menurut saya ada di madding rumah sakit ini dan biasanya di tempel atau diletakkan di sana saja” (informan 2)

Dan berdasarkan hasil wawancara dari informan 3,4, 5 dan 6 sebagai pasien yaitu:

“Setiap berobat tidak pernah memperhatikan madding jadi saya tidak tahu kalau ada itu”. (Informan 3)

“Saya cuma melihat sekilas ada poster yang ditempel di dinding”. (informan 4)

“saya tidak pernah memperhatikan madding” (informan 5)

“saya tidak tahu”. (informan 6)

Berdasarkan jawaban dari ke enam informan di atas dapat disimpulkan bahwa Media Cetak di Rumah Sakit

Islam Ibnu Sina Padang Panjang tidak berjalan dengan semestinya sehingga pasien tidak mengetahui adanya promosi melalui media tersebut.

- b. Menurut Bapak/Ibuk Bagaimana Proses Promosi Kesehatan Media Cetak di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang? (staff pemasaran)

Berdasarkan hasil obsevasi yang dilakukan berkaitan dengan proses media cetak di Rumah Sakit Ibnu Sina Padang Panjang di peroleh hasil bahwa tidak adanya proses pembaharuan media cetak yang ada di rumah sakit ini.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1, dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“Rumah sakit kemungkinan akan memiliki rencana strategis untuk promosi media cetak yang mencakup tujuan, target audiens, dan pesan yang ingin disampaikan.

Ini bisa meliputi pengenalan layanan baru, peningkatan kesadaran tentang kesehatan, atau promosi program-program tertentu.”(Informan 1)

“bagaimana dengan jawaban Mr. Y? Samakan saja ya soalnya yang lebih tau beliau, ibu baru bergabung di pemasaran ini” (Informan 2)

Selanjutnya wawancara dengan informan 3, 4, 5 ,dan 6 sebagai pasien dengan pertanyaan sebagai berikut :

Menurut Bapak/Ibuk bagaimana penerapan promosi kesehatan media cetak di rumah sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?

“Menurut saya penerapan media promosi media cetak disini sudah ada. Tapi kurang optimal”(Informan 3)

“penerapannya si kurang ya, karna saya melihat posternya Cuma sedikit” (Informan 4)

“Kurang si untuk penerapannya” (Informan 5)

“Saya tidak tahu” (informan 6)

Berdasarkan jawaban keenam informan diatas dapat disimpulkan proses promosi media cetak seperti leaflet, brosur, poster di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang tampaknya kurang optimal. Ada kebutuhan untuk memperbarui dan meningkatkan frekuensi serta kualitas materi promosi cetak. Selain itu, penting untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih terencana dan jelas agar media cetak bisa lebih efektif dalam mencapai tujuan komunikasi rumah sakit.

- c. Apa tantangan utama yang dihadapi dalam penggunaan poster sebagai Media Cetak Kesehatan di rumah sakit ini?

(pertanyaan staff pemasaran)

Berdasarkan hasil obsevasi yang dilakukan terhadap tantangan utama media cetak di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang diperoleh hasil bahwa tindakan yang dilakukan terhadap media cetak ini tidak adanya kreatifitas akan design media cetaknya maka membuat pasien mejadi bosan untuk melihat media cetak di Rumah Sakit ini.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1, dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“saya lihat Staff rumah sakit mungkin tidak selalu terlibat dalam pembuatan atau evaluasi poster, yang dapat menyebabkan informasi yang tidak lengkap atau kurang relevan”.(Informan 1)

“Menurut saya media cetak yang tidak diperbaharui secara berkala bisa menjadi tidak tertalik dan tidak mencerminkan informasi terbaru mengenai layanan atau program baru di rumah sakit” (informan 2)

Selanjutnya wawancara dengan informan 3, 4, 5 ,dan 6 sebagai pasien dengan pertanyaan sebagai berikut :

Apakah Bapak/Ibuk dapat memahami maksud dengan tujuan poster yang di tempel?


“Menurut saya kadang-kadang, informasi yang disediakan dalam poster bisa terlalu umum dan tidak

spesifik, membuatnya kurang efektif dalam menarik perhatian atau memberikan detail yang dibutuhkan pasien.”(Informan 3)

“Kadang saya kurang mengerti tujuan dari leaflet, brosur, poster ini” (Informan 4)

“Saya jarang melihat leaflet, brosur, poster di rumah sakit ini” (Informan 5)

“Saya tidak tahu adanya media cetak disini” (Informan 6)



Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, rumah sakit perlu memperbaiki desain dan poster, memastikan pembaharuan rutin, melibatkan staf dalam proses pembuatan, dan meningkatkan visibilitas poster di area yang sering dikunjungi oleh pasien dan pengunjung.

- d. Apa tujuan utama dari penggunaan media cetak promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang? (pertanyaan staff pemasaran)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap tujuan dari penggunaan media cetak untuk promosi kesehatan dapat diperoleh hasil bahwa pihak pemasaran rumah sakit ingin membuat masyarakat atau pasien

menyadari kesehatan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“Yang saya rasakan sudah memberikan informasi yang berguna untuk pasien selama mereka berada di rumah sakit, seperti panduan layanan, hak pasien, dan cara memberikan umpan balik”.(Informan 1)

“Sudah memberikan informasi secara maksimal si kepada pasien, emang tujuan dari media cetak ini untuk memperkenalkan rumah sakit untuk pasien” (Informan 2)

Selanjutnya wawancara dengan informan 3, 4, 5 ,dan 6 sebagai pasien dengan pertanyaan sebagai berikut :

Apakah Bapak/Ibuk dapat terbantu dari media cetak promosi kesehatan?

“Bagi saya media cetak promosi ya untuk informasi tentang rumah sakit ini saja”.(Informan 3,)

“Kalau menurut saya emang untuk promosi rumah sakit saja” (Informan 4)

“Saya tidak tahu karna saya tau rumah sakit dari tetangga” (Informan 5)

“Saya kurang tahu yaa” (Informan 6)

Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa mereka hanya ingin tujuan utama Media Cetak Promosi di rumah sakit ini dapat meningkatkan kesadaran, memberikan informasi yang bermanfaat, dan memperkuat citra rumah sakit di mata masyarakat.

- e. Menurut bapak/ibuk siapa yang mengelola media cetak pada Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang? (pertanyaan staff pemasaran)

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“Yang mengelola media cetak pada rumah sakit ini adalah tim PKRS atau tim promkes”. (Informan 1)

“Tim promkes dan tim PKRS yang bertanggung jawab” (Informan 2)

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua informan dapat disimpulkan bahwa Tim PKRS atau tim promkes di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang tampaknya menjadi pihak utama yang bertanggung jawab dalam mengelola media cetak.

2) Media Digital Promosi

- a. Menurut bapak/ ibuk apa saja media digital yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang? (pertanyaan untuk staff pemasaran dan pasien)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terkait dengan media digital terhadap media apa saja yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang diperoleh bahwa yang digunakan adalah media radio dan televisi yang ada di ruang tunggu.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“Menurut saya media digital untuk promosi pemasaran di rumah sakit ini adalah radio saja dan itu pun saya digunakan pada saat hari- hari besar seperti, Lebaran, dan memperingati hari besar. Kalau televisi ini berisi tentang jadwal praktek dokter dan informasi tertentu”.(Informan 1)

“Kalau media digital cuma televisi ya bisa dilihat di ruang tunggu pasien” (Informan 2)

Dan berdasarkan hasil wawancara didapatkan juga informasi dari informan 3, 4, 5, dan 6 sebagai masyarakat dan pasien yaitu :

“Saya tidak tahu kalau media promosi pemasaran

rumah sakit ini menggunakan radio juga”.(Informan 3).

“Saya tidak mendengarkan radio” (Informan 4)

“Kurang tahu ya kalau rumah sakit memakai radio juga” (Informan 5)

“Saya tidak mengetahui dik” (Informan 6)

Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, tampaknya radio dan televisi adalah salah satu media digital yang digunakan oleh Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang untuk promosi, meskipun tidak semua informan menyadari atau memperhatikan penggunaannya. Selain itu, komunikasi langsung dengan staff juga merupakan metode informasi yang digunakan.

- b. Menurut bapak/ ibu bagaimana penerapan promosi kesehatan media digital di Rumah Sakit Islam Padang Panjang? (pertanyaan untuk staff dan pasien)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap media digital televisi untuk promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang diperoleh bahwa harusnya memuat banyak informasi mengenai layanan kesehatan, jadwal praktik dokter dan kesehatan akan tetapi hanya layanan kesehatan saja yang di terapkan.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“Bagi saya fasilitas seperti Televisi ini juga memuat jadwal praktek dokter, artikel terkait kesehatan, berita terkini, dan pembaruan tentang rumah sakit”. (Informan 1)

“Tanyakan pada ke Mr. Y yaa untuk informasi yang lebih tepat” (Informan 2)

Dan berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 3, 4, 5, dan 6 sebagai masyarakat dan pasien yaitu:

“Saya kadang bosan melihat Televisi yang ada di ruang tunggu dan ruang pasien karena iklannya hanya itu-itu saja”. (Informan 3)

“Saya hanya tau televise yang ada di ruang tunggu saja” (Informan 4)

“Informasi yang diperlihatkan hanya itu – itu saja” (Informan 5)

“Kurang memperhatikan si nak” (Informan 6)

Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa meskipun televisi di rumah sakit saat ini digunakan untuk menyampaikan informasi, terdapat peluang untuk meningkatkan keberagaman konten dan memperhatikan umpan balik pasien untuk membuat

promosi lebih menarik dan efektif.

- c. Apakah media digital memberikan program atau iklan kesehatan khusus yang dibuat untuk menonjolkan layanan atau fasilitas Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang? (pertanyaan untuk staff pemasaran dan pasien)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap media digital untuk promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang diperoleh bahwa program iklan yang biasa di perhatikan pasien disaat menunggu nama mereka untuk pemeriksaan adalah program iklan pengucapan hari-hari besar dan perubahan jadwal praktik dokter.

★ Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“Ya, Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang memanfaatkan berbagai media digital untuk mengucapkan hari-hari bersar, jadwal praktik dokter dan layanan medis yang tersedia akan tetapi kurangnya perhatian terhadap upgrade yang ada di Rumah Sakit ini”.(Informan 1).

“Sama dengan jawaban Mr. Y ya dik, ibu juga kurang tahu” (Informan 2)

Dan berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 3, 4, 5, dan 6 yaitu :

“Saya tidak tahu akan ada nya media digital di rumah sakit ini karena kalau pun ada radio atau televisi tapi media digitalnya kurang menarik dengan informasi dan iklan yang tidak ada informasi tentang kesehatannya”.(Informan 3)

“Maaf saya tidak terlalu memperhatikan media digital di rumah sakit ini” (Informan 4)

“Kalau untuk programnya hanya sering memberi tahu tentang jadwal dokter” (Informan 5)

“Tidak tahu yaa kalau ini” (informan 6)

Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa Media digital di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang memang memberikan program atau iklan khusus untuk menonjolkan layanan dan fasilitas. Namun, terdapat beberapa tantangan, termasuk kurangnya pembaruan konten, informasi kesehatan yang tidak konsisten, dan kurangnya perhatian dari sebagian pasien terhadap media digital yang ada. Upaya lebih lanjut mungkin diperlukan untuk meningkatkan keterlibatan dan relevansi konten yang disajikan.

- d. Bagaimana Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang memanfaatkan media digital untuk meningkatkan layanan pasien?

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap pemanfaatan media digital untuk promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang diperoleh bahwa dengan cara rumah sakit melakukan iklan digital yang ditargetkan untuk mempromosikan layanan spesifik, acara kesehatan, atau fasilitas baru, menjangkau audiens yang relevan secara lebih efektif.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang dapat meningkatkan kualitas layanan, mempermudah akses pasien, dan menyediakan informasi yang berguna untuk mendukung kesehatan dan kesejahteraan pasien”.
(Informan 1).

“Sebenarnya manfaat dari televise yang ada di ruang tunggu pasien itu untuk mempermudah pasien mengetahui jadwal praktek dokter nya” (Informan 2)

Selanjutnya wawancara dengan informan 3, 4, 5 ,dan 6 sebagai pasien dengan pertanyaan sebagai berikut :

Apakah Bapak/Ibuk dapat terbantu dari media cetak promosi kesehatan?

”Saya tidak tahu kalau radio digunakan pihak rumah sakit”.(Informan 3)

“saya hanya sering melihat informasi kesehatan dari rumah sakit ini lewat media lain saja” (Informan 4)

“Bosan tidak ada perubahan iklan yang ditayangkan” (Informan 5)

“kurang tahu yaa kalau ini” (Informan 6)

Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang memanfaatkan media digital untuk promosi terfokus, peningkatan akses layanan, dan penyampaian informasi kesehatan. Namun, ada tantangan dalam hal efektivitas penyampaian informasi dan keterlibatan pasien. Beberapa pasien merasa informasi tidak mencukupi atau tidak menarik, serta merasa bosan dengan kurangnya variasi dalam iklan. Perlu adanya upaya untuk meningkatkan relevansi, variasi, dan efektivitas konten media digital agar lebih menarik dan informatif bagi pasien.

e. Apa tantangan utama yang dihadapi rumah sakit dalam menggunakan media digital untuk promosi kesehatan?

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“Menurut saya dari segi postingan yang tidak menarik dari rumah sakit ini, dan membuat pasien atau masyarakat

bosan untuk melihat”, dan “Kurang adanya penerapan strategi pemasaran yang dapat disesuaikan dengan perubahan tren dan teknologi baru”.(Informan 1).

“Tanyakan pada ke Mr. Y yaa untuk informasi yang lebih tepat” (Informan 2)

Berdasarkan hasil wawancara kedua informan tentang tantangan utama yang dihadapi rumah sakit dalam menggunakan media digital untuk promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang dapat disimpulkan bahwa yang dihadapi mencakup kebutuhan untuk meningkatkan daya tarik konten, mengembangkan dan menyesuaikan strategi pemasaran digital, memastikan relevansi iklan, serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang media digital yang digunakan rumah sakit.

3) Media Sosial Promosi

- a. Menurut bapak/ ibuk apa saja media sosial yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang? (pertanyaan untuk sraff pemasaran dan pasien)

Berdasarkan hasil observasi terhadap gambaran media sosial untuk promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang terkait media apa yang digunakan yaitu adanya *Facebook*, *Instagram* dan *Blog*.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

”Rumah sakit menggunakan Facebook untuk membagikan informasi terbaru tentang layanan, acara, dan berita kesehatan. Halaman Facebook juga digunakan untuk berinteraksi dengan pasien melalui komentar dan pesan langsung”. :”Instagram digunakan untuk membagikan foto dan video terkait aktivitas rumah sakit, fasilitas, acara kesehatan, dan kampanye promosi. Platform ini membantu dalam menarik perhatian audiens dengan konten visual dan rumah sakit ini juga menggunakan situs seperti blog dan saya kadang melihat blog nya di sini <https://ibnusinapadangpanjang.com/> “.

(Informan 1)

“Sama dengan jawaban Mr. Y ya dik, untuk lebih lengkapnya” (Informan 2)

Dan berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 3, 4, 5, dan 6 sebagai masyarakat dan pasien yaitu :

”Informasi yang sering saya ketahui dari rumah sakit ini hanya facebook dan instagram saja dik”.(Informan 3)

“Melihatdari facebook karna sering membuka media tersebut” (Informan 4)

“saya hanya melihat dari media facebook saja, karena saya tidak memiliki Instagram”. (informan 5)

“saya tidak tahu, karna tidak menggunakan handpone”. Informan 6)

Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang aktif menggunakan *Facebook* dan *Instagram* untuk berkomunikasi dengan pasien dan masyarakat, dengan fokus pada penyampaian informasi terbaru, konten visual, dan interaksi langsung. Selain itu, situs web rumah sakit juga menjadi sumber informasi penting. Beberapa pasien lebih mengenal *Facebook*, sedangkan *Instagram* digunakan untuk konten promosi yang lebih visual.

- b. Jenis Promosi Kesehatan Apa yang Paling Sering Diposting di Media Sosial Rumah Sakit? (pertanyaan untuk staff pemasaran dan pasien)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap media sosial untuk promosi kesehatan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang terkait tentang postingan yang sering mereka lihatkan kepada pasien atau masyarakat adalah layanan medis, tips kesehatan sehari-hari, edukasi tentang manfaat kesehatan, update jadwal praktik dokter.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

"Postingan yang menjelaskan berbagai layanan medis yang tersedia di rumah sakit, termasuk spesialisasi, prosedur, dan teknologi terbaru. Contoh: Informasi tentang layanan baru, paket pemeriksaan kesehatan, atau layanan spesialis tertentu". dan "Postingan tentang banyaknya manfaat kesehatan pada tubuh seperti manfaat jalan kaki secara rutin sebab masyarakat membutuhkan informasi tentang hal tersebut" (Informan 1)

"Bisa adik lihat sendiri yaa di media sosial yang digunakan rumah sakit ini, biasanya kami sering memposting jadwal praktek dokter, mengucapkan hari-hari besar, atau memposting ketika melakukan penyuluhan. Ada juga memposting tentang layanan terbaru rumah sakit ini" (Informan 2)

Dan berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 3, 4, 5, dan 6 sebagai masyarakat dan pasien yaitu :

"Bagi saya postingan tentang update jadwal praktik dokter yang saya ingin ketahui karena saya selalu mengatur jadwal periksa kesehatan ibu saya lewat jadwal tersebut". (Informan 3)

“saya tidak mengetahui karna jarang melihat”.

(informan 4)

“Saya tidak mengetahui” (Informan 5)

“saya tidak tahu karna tidak punya handphone”.

(informan 6).

Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang secara aktif memposting berbagai jenis promosi kesehatan di media sosial, termasuk informasi tentang layanan medis, tips kesehatan sehari-hari, edukasi tentang manfaat kesehatan, update jadwal praktik dokter, serta informasi kesehatan ibu dan anak. Dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan informasi dan edukasi pasien, dari pemeliharaan kesehatan sehari-hari hingga perawatan khusus untuk kelompok tertentu.

- c. Menurut Bapak/Ibuk media sosial untuk promosi kesehatan seperti apa yang memberikan edukasi yang lengkap ? (pertanyaan untuk staff pemasaran dan pasien

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap media sosial *facebook* dan *instagram* untuk promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang terkait tentang edukasi yang diberikan oleh pihak rumah sakit kepada masyarakat yaitu edukasi yang

kesehatan fisik , kebugaran dan kesehatan di dalam tubuh.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

Menurut saya, Instagram juga berkontribusi pada edukasi kesehatan dengan baik, seperti panduan diet sehat atau tips kebugaran dalam format yang mudah dipahami tetapi juga sering memposting ucapan selamat pada hari besar saja." dan "Saya merasa Facebook juga memberikan edukasi kesehatan yang komprehensif. Rumah sakit sering memposting artikel panjang, infografis, dan video edukatif yang mudah diakses dan dibagikan. Contoh postingan yang baik adalah postingan tentang pencegahan penyakit atau tips kesehatan yang disertai dengan sumber daya dan tautan ke artikel atau panduan tambahan."(Informan 1)

"Sama saja menurut saya, karena baik facebook maupun instagram kami samakan untuk konten yang dibikin. Cuma untuk interaksi dengan pasien media facebook lebih banyak karna mayoritas penduduk disini memakai media itu" (Informan 2)

Dan berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 3, 4, 5, dan 6 sebagai masyarakat dan pasien yaitu :

”Media yang bagus dari rumah sakit ini facebook dan instagram kak, kalau blog saya kurang mengerti menggunakannya kak karena blog banyak membahas tentang bio atau informasi sejarah rumah sakitnya kak”.(Informan 3).

“Sama saja si dik, kalau untuk promosi yang dilakukan” (Informan 4)

“menurut saya facebook sudah bagus, karna informasi yang lengkap kalau saya lihat” informan (5).

“saya kurang tahu” (informan 6)

Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa *facebook* muncul sebagai platform yang paling efektif untuk edukasi kesehatan di rumah sakit ini, karena menyediakan berbagai jenis konten yang mendalam dan bermanfaat. Instagram juga berperan dalam memberikan informasi kesehatan tetapi dengan fokus lebih pada postingan yang bersifat umum tidak degan postingan kesehatan masyarakat dan mungkin tidak sekomprehensif *facebook*. Platform lain seperti blog kurang mendapat perhatian dalam konteks edukasi kesehatan di rumah sakit ini.

- d. Bagaimana rumah sakit memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi terkini tentang layanan dan

acara kesehatan?

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran :

”Rumah sakit menggunakan media sosial untuk memberikan informasi terkini dengan memposting pembaruan tentang layanan baru, jadwal praktik dokter, dan acara kesehatan. Mereka sering membuat postingan yang mencakup deskripsi singkat tentang layanan baru yang diperkenalkan, serta tanggal dan waktu acara kesehatan seperti seminar atau workshop. Konten ini biasanya disertai dengan gambar atau video untuk menarik perhatian audiens dan memberikan informasi yang jelas dan menarik.”(Informan 1)

”Kalau untuk pemanfaatan sama seperti yang di bilang Mr. Y dik, kami melakukan promosi di media sosial ini untuk mempermudah masyarakat mengetahui tentang rumah sakit ini dan jadwal praktek dokter” (Informan 2)

Dan berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 3, 4, 5, dan 6 yaitu :

Apakah Bapak/Ibuk dapat terbantu dari media cetak promosi kesehatan?

“Menurut saya lebih baik langsung konsultasi sama dokter kesehatan saja kak, karena sosial media yang

digunakan kurang pembaharuan dik” (Informan 3)

“Bagi saya instagram kurang menarik karna tidak banyak postingan tentang edukasi kesehatan, lehih banyak postingan jadwal praktek dokter” (informan 4)

“Kalau saya lebih suka melihat di facebook kak karena edukasi kesehatan lebih jelas dan postingannya lebih menarik dilihat” (Informan 5)

“Saya tidak tahu” (Informan)

Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang menggunakan media sosial secara efektif untuk memberikan informasi terkini mengenai layanan dan acara kesehatan. Mereka memposting pembaruan secara rutin, menggunakan gambar dan video untuk menarik perhatian, serta mengelola kalender digital dan live updates. Namun, terdapat kritik mengenai frekuensi pembaruan yang tidak konsisten, dengan beberapa informan merasa bahwa informasi tidak selalu terkini atau cukup sering diperbarui. Oleh karena itu, ada ruang untuk perbaikan dalam hal keterbaruan dan frekuensi posting untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pasien.

- e. Menurut Bapak/Ibuk apa saja strategi yang digunakan rumah sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang terhadap media sosial yang digunakannya?

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi dari informan 1 dan 2 sebagai staff pemasaran yaitu :

“Konten yang diposting sering kali meliputi informasi tentang jadwal dokter, layanan terbaru, dan acara khusus dengan cara berulang setiap hari.”(Informan 1). dan

“Kami juga memposting artikel tentang tips kesehatan, testimonial pasien, dan pembaruan tentang fasilitas rumah sakit.” (Informan 1):

“kami setiap hari memposting jadwal dokter dan dan edukasi tentang penyakit” (Informan 2)

Berdasarkan jawaban dari ke dua informan diatas dapat disimpulkan bahwa postingan di media sosial rumah sakit meliputi informasi tentang jadwal dokter, layanan, acara kesehatan, tips kesehatan, dan testimonial pasien. Namun, ada umpan balik bahwa konten terasa repetitif bagi sebagian orang.

B. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada tanggal 11-16 Mei 2024 dengan 6 orang informan ada yang bagian staff pemasaran dan beberapa pasien dapat menghasil kan penelitian tentang bagaimana Gambaran Media

Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Islam Padang Panjang sebagai berikut :

a. Media Cetak

Rumah Sakit Islam Ibnu Sina di Padang Panjang menggunakan media cetak promosi seperti *leaflet*, brosur dan poster tampaknya kurang efektif dan tidak berjalan dengan semestinya. Informasi yang disediakan melalui *leaflet*, brosur dan poster tidak cukup dikenal oleh pasien, dan sering kali tidak diperbaharui. Banyak pasien tidak mengetahui adanya promosi melalui media cetak ini, menunjukkan perlu perbaikan dalam distribusi dan penyebarab informasi cetak. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa proses promosi Kesehatan melalui media cetak ini tampaknya kurang optimal. Brosur dan materi cetak tidak di perbaharui secara rutin, dan strategi promosi tidak cukup terencana. Terdapat kebutuhan untuk meningkatkan frekuensi dan kualitas materi promosi cetak serta mengembangkan strategi promosi yang lebih jelas dan terencana agar media cetak dapat lebih efektif dalam menyampaikan informasi kepada pasien dan Masyarakat.

Menurut Permenkes RI No. 44 tahun 2018 tentang Promosi Kesehatan adalah proses memberdayakan pasien, keluarga pasien, sumber daya manusia rumah sakit dan masyarakat sekitar rumah sakit untuk berperan serta aktif dalam proses asuhan untuk mendukung perubahan perilaku dan lingkungan serta menjaga dan meningkatkan kesehatan menuju derajat kesehatan yang optimal

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sampara al., 2020) mengatakan bahwa pelaksanaan kegiatan promosi kesehatan media cetak di Rumah Sakit Muhammadiyah Taman Puring yang belum efektif. Hal ini berdampak pada pasien atau pengunjung di rumah sakit kekurangan informasi mengenai kesehatan. Pentingnya media informasi sebagai alat merubah pola fikir pasien atau pengunjung untuk berperilaku hidup sehat, maka perlu sebuah strategi dan inovasi dalam pelaksanaan media promosi kesehatan di Rumah Sakit Muhammadiyah Taman Puring .

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anisa, R. , 2022) mengatakan bahwa media cetak promosi di RSUD Kota Bandung yang masih belum optimal. Target sasaran publik yakni pasien, keluarga pasien, dan masyarakat tidak membaca media cetak seperti *leaflet*, poster atau banner yang tersedia di rumah sakit. Sehingga rumah sakit menambah media audio untuk menyampaikan informasi.

Menurut asumsi peneliti tantangan utama yang dihadapi dalam penggunaan poster, *leaflet* dan brosur meliputi informasi yang terlalu umum, kurangnya pembaruan yang membuat poster menjadi usang, serta kurangnya keterlibatan staf dalam pembuatan dan evaluasi media tersebut. Beberapa informan bahkan tidak menyadari adanya poster di rumah sakit. Untuk mengatasi tantangan ini, perlu ada perbaikan dalam desain dan penempatan poster serta memastikan pembaharuan secara

berkala.

Berdasarkan penjelasan dari informan juga dapat peneliti simpulkan bahwa tim pemasaran dan komunikasi tampaknya menjadi pihak utama yang mengelola media cetak di rumah sakit ini. Namun, ada indikasi bahwa informasi mengenai pengelolaan media cetak belum sepenuhnya diketahui oleh semua staf dan pasien. Ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan komunikasi internal dan eksternal mengenai tanggung jawab pengelolaan media cetak.

b. Media Digital

Media digital yang digunakan oleh Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang terutama berupa radio dan televisi. Meskipun ada juga komunikasi langsung dengan staf, tidak semua informan menyadari atau memperhatikan penggunaan media digital tersebut. Dari hasil wawancara diketahui bahwa Rumah sakit menggunakan televisi untuk menyampaikan informasi terkait layanan medis, jadwal dokter, dan fasilitas. Namun, ada peluang untuk meningkatkan keberagaman dan daya tarik postingan yang disajikan. Beberapa informan merasa bahwa postingan yang ada cenderung monoton atau kurang menarik, sehingga upaya lebih lanjut diperlukan untuk membuat promosi lebih efektif.

Menurut Notoatmodjo, 2014 media digital dapat berupa TV dan Radio yang dirumah sakit sangat diperlukan contohnya saja terkadang ada keluarga pasien atau pasien yang tidak bias membaca mereka bias

mendengarkan dengan radio atau sumber suara yang jelas dan menarik lain halnya dengan TV yang ada mencantumkan gambar yang enak untuk dilihat tidak hanya suara saja.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susiana, A., Surwanri, A. 2021) mengatakan bahwa radio dan televisi kurang efektif karena radio merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak yang mengandalkan audio dan suara dan komunikasi satu arah. Sedangkan televisi juga sifat komunikasinya hanya satu arah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lei Burhan. , 2022) mengatakan bahwa promosi melalui media digital dianggap kurang optimal dalam memasarkan produk kepada pendengar. Media digital yang memuat konten yang itu-itu saja membuat pendengar tidak tertarik.

Menurut asumsi peneliti bahwa media digital di rumah sakit memberikan program atau iklan khusus untuk menonjolkan layanan dan fasilitas. Namun, terdapat tantangan terkait dengan pembaruan postingan, relevansi informasi kesehatan, dan perhatian dari pasien terhadap media digital tersebut. Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan, dapat disimpulkan bahwa Rumah sakit memanfaatkan media digital untuk promosi yang difokus untuk peningkatan akses layanan, dan penyampaian informasi kesehatan. Namun, tantangan dalam hal efektivitas penyampaian informasi dan

keterlibatan pasien perlu diatasi. Beberapa pasien merasa informasi yang disampaikan tidak mencukupi atau menarik, dan ada keluhan tentang kurangnya variasi dalam iklan. Peningkatan relevansi, variasi, dan efektivitas postingan sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pasien.

c. Media Sosial

Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang aktif menggunakan *Facebook* dan *Instagram* untuk berkomunikasi dengan pasien dan masyarakat. *Facebook* digunakan untuk berbagi informasi terbaru, interaksi dengan pasien, dan posting artikel kesehatan, sementara *Instagram* digunakan untuk konten visual seperti foto dan video terkait aktivitas dan promosi. Situs web rumah sakit juga menjadi sumber informasi penting. Sebagian pasien lebih familiar dengan *Facebook*, sedangkan *Instagram* membantu dalam menarik perhatian dengan konten visual.

Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang secara aktif memposting berbagai jenis promosi kesehatan di media sosial. Ini termasuk informasi tentang layanan medis, tips kesehatan sehari-hari, edukasi tentang manfaat kesehatan, update jadwal praktik dokter, dan informasi kesehatan ibu dan anak. Konten yang diposting dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi dan edukasi pasien dari pemeliharaan kesehatan sehari-hari hingga perawatan khusus untuk kelompok tertentu. *Facebook* dianggap sebagai platform yang paling

efektif untuk edukasi kesehatan di rumah sakit ini, karena menyediakan konten mendalam seperti artikel panjang, infografis, dan video edukatif. Instagram juga berperan dalam edukasi kesehatan, tetapi dengan fokus pada format yang lebih sederhana dan tidak selalu sekomprehensif Facebook. Blog rumah sakit kurang mendapat perhatian dalam konteks edukasi kesehatan, dan beberapa informan tidak menggunakan media sosial untuk informasi kesehatan secara aktif.

Menurut Notoatmodjo, 2014 media sosial ini cukup kuat pengaruhnya dalam promosi kesehatan tidak hanya beberapa khalayak saja tetapi semua orang dapat mengakses media sosial dengan perkembangan zaman yang semakin canggih ini. Media sosial ini dapat berupa *facebook, twitter, Instagram, youtube* yang mungkin semua orang menggunakannya untuk saat sekarang ini. Di banding media lainnya media sosial ini sangat kuat perannya dalam dunia yang penuh teknologi seperti sekarang ini, media ini cukup menunjang promosi kesehatan di rumah sakit karna masyarakat dapat mengaksesnya lewat *Smartphone* masing-masing

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Merrynda dan Andriani 2023) mengatakan bahwa adanya penggunaan media sosial dalam rumah sakit sangat efektif untuk pemasaran produk di rumah sakit. Melalui media sosial yang sangat berkembang di era digitalisasi saat ini menawarkan banyak peluang untuk rumah sakit

terhubung dengan pasien sebagai konsumen di rumah sakit dan dapat menjadi pilihan untuk bersaing dengan fasilitas kesehatan lainnya dalam pemasaran dan promosi. Media sosial yang ada dapat menciptakan brand image untuk konsumen rumah sakit dan sangat efektif terhadap waktu, biaya dan tempat. Sehingga perlu adanya dukungan dari pihak manajemen rumah sakit untuk terus konsisten menggunakan media sosial dalam pemasaran rumah sakit dan terus aktif untuk membuat konten edukasi dalam media sosial rumah sakit yang ada sebagai daya tarik untuk konsumen (Merrynda and Andriani, 2023).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Vanessa Sandya, 2020) mengatakan bahwa media *Facebook* efektif untuk promosi kesehatan di media social. *Facebook* merupakan media paling populer, sebagai media aktif terbanyak. *Facebook* sangat berpotensi sebagai media promosi karena pada laman facebook hampir tidak ada batasnya yang berarti untuk sebuah posting. Kita bisa sharing foto, artikel, video, link (tautan) atau apapun.

Menurut Asumsi peneliti bahwa Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang memanfaatkan media sosial dengan baik untuk memberikan informasi terkini tentang layanan dan acara kesehatan. Mereka rutin memposting pembaruan tentang layanan baru, jadwal praktik dokter, dan acara kesehatan dengan menggunakan gambar dan video untuk menarik perhatian. Namun, ada kritik mengenai frekuensi

pembaruan yang tidak konsisten, dengan beberapa informan merasa bahwa informasi tidak selalu terkini atau cukup sering diperbarui. Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan bahwa strategi media sosial Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang meliputi posting informasi tentang jadwal dokter, layanan terbaru, acara kesehatan, tips kesehatan, dan testimonial pasien. Meskipun strategi ini mencakup berbagai aspek penting, beberapa umpan balik menunjukkan bahwa konten bisa terasa repetitif dan kurang menarik bagi sebagian orang. Perlu ada peningkatan dalam variasi dan daya tarik konten untuk meningkatkan keterlibatan audiens.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam bab ini, penelitian telah menguraikan gambaran mengenai media promosi kesehatan yang diterapkan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang. Berdasarkan hasil analisis dan data yang diperoleh, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil dari media cetak promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang menunjukkan bahwa meskipun media cetak digunakan, efektivitasnya terbatas karena masalah dalam pembaruan, desain, dan distribusi.
- b. Hasil dari media digital promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang menunjukkan bahwa meskipun radio dan televisi digunakan, efektivitas perlu ditingkatkan lagi, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitasnya.
- c. Hasil dari media sosial promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang menunjukkan bahwa penggunaan *Facebook*, *Instagram* sudah cukup baik, tetapi masih ada ruang untuk perbaikan dengan meningkatkan frekuensi pembaruan, variasi konten.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat disampaikan saran sesuai dengan hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Diharapkan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang dapat meningkatkan efektivitas media promosi kesehatan dan menjangkau lebih banyak masyarakat dengan informasi yang lebih akurat dan bermanfaat.

2. Diharapkan konsistensi informasi, serta pemanfaatan media sosial yang lebih optimal akan mendukung rumah sakit dalam mencapai tujuan promosi kesehatan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan layanan yang disediakan.




DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Pres : Makassar.
- Garaika, G. and Feriyan, W. (2019) 'Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta', *Jurnal AKTUAL*, 16(1), pp. 21–27. Available at: <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>.
- Gandhi, B. S., Megawaty, D. A., & Alita, D. (2021). Aplikasi Monitoring dan Penentuan Peringkat Kelas Menggunakan Naive Bayes Classifier. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 54–63.
- Heryana, A., & Unggul, U.E. (2018). Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif. " Universitas Esa Unggul, 25(15)
- Jatmika, S.E.D. *et al.* (2019) *Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan, K-Media*.
- Kementrian Kesehatan RI. (2019). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2019 tentang Perizinan Rumah Sakit. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Nomor 65(879), 2004–2006.
- Kusuma, W. *et al* (2021). Peningkatan Kreativitas Mahasiswa Melalui Penyusunan Instrumen Penelitian. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1-9.
- Lailatul Mufidah, Kukuh Tejomurti, 2021. "Metode Pengumpulan Data". 7(3):6.
- Lestari, M.W. *et al.* (2023) 'Pengembangan Media Pembelajaran Poster Berbasis Literasi dan Numerasi di SDN 3 Krakitan', *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, (3), pp. 88–97. Available at: <https://doi.org/10.56972/jikm.v3i1.88>.
- Mekarisce, A.A. (2020) 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat', *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), pp. 145–151. Available at: <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>.
- Merrynda, Y.S. and Andriani, H. (2023) 'Efektivitas Media Sosial dalam Pemasaran Digital Rumah Sakit: Literature Review', *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(9), pp. 5078–5088. Available at: <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i9.13651>.
- Mujahidin, A. and Khoirianingrum, I. (2019) 'Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro', *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, pp. 284–294.
- Ngatno (2018) 'Buku Manajemen Pemasaran Baru.pdf', *EF Press Digimedia*. Semarang: EF Press Digimedia, pp. 1–292.
- Notoatmojo, S. 2010. *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta

- Notoatmojo, S. 2012. *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Notoatmojo, S. 2014. *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Nurmala, I. *et al.* (2018) *Promosi Kesehatan*. Surabaya: Airlangga University Press: Surabaya.
- Permenkes RI (2018) 'Permenkes RI No. 44 tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit', *Kementrian Kesehatan Republik Indonesia* [Preprint], (1297).
- Rahayu, M. (2022) *Gambaran Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Madina Bukittinggi Tahun 2022*. Bukittinggi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat: Bukittinggi.
- Setyowati, P. (2021) 'Pengaruh Bimbingan Karir Melalui Media Leaflet Terhadap Peningkatan Pemahaman Pilihan Studi Lanjut', *Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah Klaten*, (Proceeding of The 13th University Research Colloquium 2021: Mahasiswa (Student Paper)), pp. 237–242.
- Shafitri, F. *et al.* (2021) 'Gambaran Sistem Pelaksanaan Penerapan Media Promosi Kesehatan di Rs Muhammadiyah Taman Puring Tahun 2019', *Jurnal Kajian ...*, 1(004), pp. 185–200.
- Siregar, et al. (2022) " Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Yang Menarik Pada Masa Pandemi Covid 19 Di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan". *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar* (2): 69-75.
- Susilowati, D. (2017) *Promosi Kesehatan, Promosi Kesehatan*. Jakarta Selatan: Pusdik SDM Kesehatan: Jakarta Selatan.
- Verliza, M. (2021) *Pengaruh Promosi Kesehatan Melalui Media Video Terhadap Pengetahuan Ibu Dalam Pencegahan Covid-19 Pada Keluarga di Kota Bengkulu - Poltekkes Kemenkes Bengkulu Repository*. Bengkulu: Politeknik Kesehatan Kemenkes Bengkulu: Bengkulu.

LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Pengambilan Data



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS KESEHATAN
Kampus 3: Jln. By Pass Aur Kuning No.1 Bukittinggi

Nomor : 2021/II.3.AU/F/2023
 Lampiran :
 Perihal : Permohonan Permintaan Data

Bukittinggi, 28 Jumadil Awal 1445 H
12 Desember 2023 M

Kepada Yth.
Direktur Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang
 Kota Padang Panjang
 di
 Tempat


Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan dengan penyusunan Karya Tulis Ilmiah mahasiswa Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Tahun Akademik 2023/2024, maka bersama surat ini kami mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dalam melakukan permintaan data awal terkait kebutuhan Karya Tulis Ilmiah bagi mahasiswa kami dengan data sebagai berikut:

Nama : Erisa Firdaus
 Program Studi : D-III Administrasi Rumah Sakit
 NIM : 21190064
 Judul Karya Tulis Ilmiah : Gambaran Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang
 Data yang Dibutuhkan : Wawancara Kepada Pegawai/Karyawan Pemasaran di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang

Demikian surat permohonan ini disampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wabillahittaufiq Walhidayah
Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Dekan
Yuliza Angeviani, S.ST., M.Keb
NIK. 140110081

fakes.umshb.ac.id

+62 813 6584 8789

fakes@umshb@gmail.com

+62 813 6584 8789

2. Surat Permohonan Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS KESEHATAN
Kampus 3: Jln. By Pass Aur Kuning No.1 Bukittinggi

Nomor : 810 /II.3.AU/F/2024
Lampiran : 1 (satu) rangkap
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Bukittinggi, 14 Syawal 1445 H
23 April 2024 M

Kepada Yth.
Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang
Kota Padang Panjang
di
Tempat

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Seiring salam diatas kami doakan semoga kita semua dalam keadaan sehat dan sukses menjalankan aktivitas sehari - hari, Aamiin.

Sehubungan dengan penyusunan Karya Tulis Ilmiah mahasiswa semester 6 (Enam) pada Program Studi D-III Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Tahun Akademik 2023/2024, maka bersama surat ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin melakukan penelitian kepada mahasiswa kami atas nama :


Nama : Erissa Firdaus
NIM : 21190064
Judul Penelitian : Gambaran Media Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wabillahittaufiq Walhidayah
Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan,
Yuliza Angeraini S.ST., M.Keb.
NBM. 13402/6

3. Surat Balasan Penelitian Dari Rumah sakit


YAYASAN RUMAH SAKIT ISLAM SUMATERA BARAT
RUMAH SAKIT ISLAM IBNU SINA PADANG PANJANG
Jalan Soekarno - Hatta No.17, Telp. (0752) 82127 - Fax. (0752) 83997 E-mail : ibnusina_ppj@yahoo.co.id

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Nomor : 905/IS-PP/VIII-2024 Padang Panjang, 18 Shafar 1445 H
 Lamp : - 23 Agustus 2024 M
 Hal : **Penelitian Mahasiswa**

Kepada Yth.
 Dekan Fakultas Ilmu Kesehatan
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
 di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.


Dengan hormat,
 Semoga Bapak/Ibu beserta staf selalu diberi kesehatan oleh Allah SWT dalam melaksanakan tugas sehari-hari. Aamiin.

Menindaklanjuti surat nomor 810/II.3.AU/F/2024 tanggal 23 April 2024 perihal sebagaimana tersebut pada pokok surat diatas, maka dengan ini kami sampaikan bahwasanya mahasiswa Bapak/Ibu berikut ini telah selesai melakukan penelitian di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang dengan data sebagai berikut :

Nama : Erisa Firdaus
 NIM : 21190064
 Judul Skripsi : Gambaran Media Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalam,
 Direktur Rumah Sakit Islam Ibnu Sina
 Padang Panjang,


dr. Fair Ruza
 NIK : 1901/IS/122010

4. LEMBAR OBSERVASI

HARI/TANGGAL :

JUDUL PENELITIAN :

1. Isilah dengan tanda **V** pada kolom **YA/TIDAK** jika aktivitas terlaksana!
2. Isilah dengan tanda **X** pada kolom **YA/TIDAK** jika aktivitas tidak terlaksana!
3. Isilah kolom **KOMENTAR** untuk setiap komponen aktivitas dengan memberi penjelasan tentang keadaan yang dilaksanakan!

NO	AKTIVITAS	YA/TIDAK	KOMENTAR
1	Apakah ada permasalahan yang terjadi di bagian pemasaran?	V	
2	Apakah ada bagian pemasaran melakukan promosi Kesehatan?	V	
3	Apakah ada bagian pemasaran melakukan penyuluhan kepada pasien rumah sakit?	V	
4	Apakah ada kendala yang dihadapi bagian pemasaran?	V	
5	Apakah bagian pemasaran merasa bahwa pemasaran yang dilakukan dapat menambah pasien mengetahui tentang rumah sakit?	V	

5. LEMBAR WAWANCARA GAMBARAN MEDIA PROMOSI

KESEHATAN

DI RUMAH SAKIT ISLAM IBNU SINA PADANG PANJANG

TAHUN 2024

A. Identifikasi

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Umur :
4. Pendidikan :

B. Pertanyaan

1. Media Cetak Promosi

- a) *Menurut Bapak/Ibuk apa saja media cetak yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang*

Probing : *jelaskan/ alasannya,,*

- b) *Menurut Bapak/Ibuk Bagaimana Proses Promosi Kesehatan Media Cetak di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?*

Probing : *jelaskan/ alasannya,,*

- c) *Apa tantangan utama yang dihadapi dalam penggunaan poster sebagai Media Cetak Kesehatan di rumah sakit ini?*

Probing : jelaskan/ alasannya,,

- d) *Apa tujuan utama dari penggunaan media promosi kesehatan cetak di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?*

Probing : jelaskan/ alasannya,,

- e) *Menurut bapak/ ibuk siapa yang mengelola media cetak pada Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang? Probing : jelaskan/ alasannya,,*

2. Media Digital

- a) *Menurut bapak/ ibuk apa saja media digital yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?*

Probing : jelaskan/ alasannya,,

- b) *Menurut bapak/ ibuk bagaimana penerapan promosi kesehatan media digital di Rumah Sakit Islam Padang Panjang?*

Probing : jelaskan/ alasannya,,

- c) *Apakah media digital memberikan program atau iklan kesehatan khusus yang dibuat untuk menonjolkan layanan atau fasilitas rumah sakit islam ibnu sina padang panjang?*

Probing : jelaskan/ alasannya,,

- d) *Bagaimana rumah sakit islam ibnu sina padang padang panjang memanfaatkan media digital untuk meningkatkan layanan pasien?*

Probing : *jelaskan/ alasannya,,*

- e) *Apa tantangan utama yang dihadapi rumah sakit dalam menggunakan media digital untuk promosi kesehatan?*

Probing : *jelaskan/ alasannya.*

3. Media Sosial

- a) *Menurut bapak/ ibuk apa saja media sosial yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?*

Probing : *jelaskan/ alasannya,,*

- b) *Jenis Promosi Kesehatan Apa yang Paling Sering Diposting di Media Sosial Rumah Sakit?*

Probing : *jelaskan/ alasannya,,*

- c) *Menurut Bapak/Ibuk media social untuk promosi kesehatan seperti apa yang memberikan edukasi yang lengkap ?*

Probing : *jelaskan/ alasannya,,*

- d) *Bagaimana rumah sakit memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi terkini tentang layanan dan acara kesehatan?*

Probing : *jelaskan/ alasannya,,*

- e) *Menurut Bapak/Ibuk apa saja Strategi yang digunakan rumah sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang terhadap media social yang digunakannya?*

Probing : *jelaskan/ alasannya,*

6. Transkrip Wawancara

No	Pertanyaan staff	Informan 1	Informan 2	Pertanyaan pasien	Informan 3	Informan 4	Informan 5	Informan 6	Kesimpulan
1	Media Cetak								
a	Menurut Bapak/Ibuk apa saja media cetak yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?	<i>"Menurut saya promosi melalui leaflet, brosur, poster di rumah sakit ada, biasanya di letakkan di madding atau di ruang tunggu pendaftaran".</i>	<i>"Menurut saya ada di Madding Rumah Sakit ini dan biasanya ditempel atau diletakkan di sana saja."</i>	Menurut Bapak/Ibuk apa saja media cetak yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?	<i>"Setiap berobat tidak pernah memperhatikan madding jadi saya tidak tahu kalau ada itu".</i>	<i>"Saya cuma melihat sekilas ada poster yang ditempel di dinding"</i>	<i>"saya tidak pernah memperhatikan madding".</i>	<i>"saya tidak tahu".</i>	Berdasarkan jawaban dari keenam informan di atas dapat disimpulkan bahwa Media Cetak di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang tidak berjalan dengan semestinya sehingga pasien tidak mengetahui adanya promosi melalui media tersebut.

b	Menurut Bapak/Ibuk Bagaimana Proses Promosi Kesehatan Media Cetak di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?	<i>“Rumah sakit kemungkinan akan memiliki rencana strategis untuk promosi media cetak yang mencakup tujuan, target audiens, dan pesan yang ingin disampaikan. Ini bisa meliputi pengenalan layanan baru, peningkatan kesadaran tentang kesehatan, atau promosi program-program tertentu</i>	<i>“bagaimana dengan jawaban Mr. Y? Samakan saja ya soalnya yang lebih tau beliau, ibu baru bergabung di pemasaran ini”</i>	Menurut Bapak/Ibuk bagaimana penerapan promosi kesehatan media cetak di rumah sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?	<i>“Menurut saya penerapan media promosi media cetak disini sudah ada. Tapi kurang optimal”</i>	<i>“penerapannya si kurang ya, karna saya melihat posternya Cuma sedikit</i>	<i>” Kurang si untuk penerapannya</i>	<i>“Saya tidak tahu”</i>	Berdasarkan jawaban keenam informan diatas dapat disimpulkan proses promosi media cetak seperti Brosur, Poster dan leaflet di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang tampaknya kurang optimal.
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

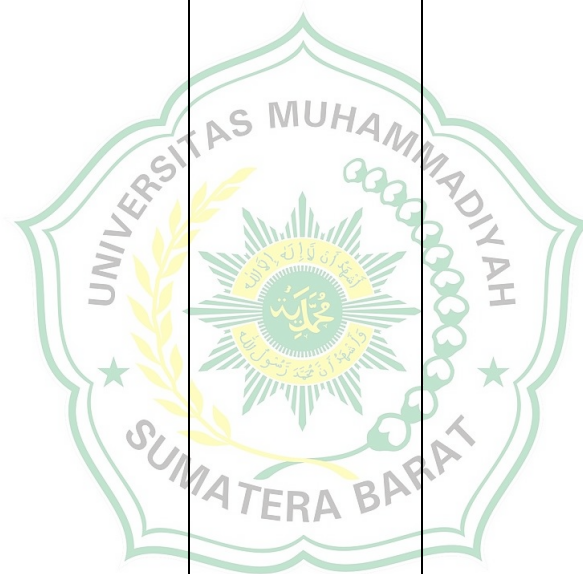
c	Apa tantangan utama yang dihadapi dalam penggunaan poster sebagai Media Cetak Kesehatan di rumah sakit ini?	<i>“saya lihat Staff rumah sakit mungkin tidak selalu terlibat dalam pembuatan atau evaluasi poster, yang dapat menyebabkan informasi yang tidak lengkap atau kurang relevan”</i>	<i>“Menurut saya media cetak yang tidak diperbaharui secara berkala bisa menjadi tidak tertalik dan tidak mencerminkan informasi terbaru mengenai layanan atau program baru di rumah sakit”.</i>	Apakah Bapak/Ibuk dapat memahami maksud dengan tujuan poster yang di tempel?	<i>“Menurut saya kadang-kadang, informasi yang disediakan dalam poster bisa terlalu umum dan tidak spesifik, membuatnya kurang efektif dalam menarik perhatian atau memberikan detail yang dibutuhkan pasien.”</i>	<i>“Kadang saya kurang mengerti tujuan dari leaflet, brosur, poster ini.”</i>	<i>“Saya jarang melihat leaflet, brosur, poster di rumah sakit ini.”</i>	<i>“Saya tidak tahu adanya media cetak disini.”</i>	Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, rumah sakit perlu memperbaiki desain dan media cetak, memastikan pembaharuan rutin, melibatkan staf dalam proses pembuatan, dan meningkatkan visibilitas poster, leaflet dan brosur di area yang sering dikunjungi oleh pasien dan pengunjung.
---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

d	Apa tujuan utama dari penggunaan media promosi kesehatan cetak di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?	"Yang saya rasakan sudah memberikan informasi yang berguna untuk pasien selama mereka berada di rumah sakit, seperti panduan layanan, hak pasien, dan cara memberikan umpan balik".	"Sudah memberikan informasi secara maksimal kepada pasien, emang tujuan dari media cetak ini untuk memperkalkan rumah sakit untuk pasien".	Apakah Bapak/Ibuk dapat terbantu dari media cetak promosi kesehatan?	"Bagi saya tujuan Media Cetak yah untuk informasi tentang rumah sakit ini saja".	"Kalau menurut saya emang untuk promosi rumah sakit saja".	"Saya tidak tahu".	"Saya kurang tahu yaa".	Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa mereka hanya ingin tujuan utama Media Cetak Prmosi di rumah sakit ini dapat meningkatkan kesadaran, memberikan informasi yang bermanfaat, dan memperkuat citra rumah sakit di mata masyarakat.
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	--------------------	-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

e	Menurut bapak/ ibu siapa yang mengelola media cetak pada Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?	<i>“Yang megelola media cetak pada rumah sakit ini adalah tim PKRS atau tim promkes”.</i>	<i>“Tim promkes dan tim PKRS yang bertanggung jawab”.</i>					Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa tim PKRS atau tim promkes di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang tampaknya menjadi pihak utama yang bertanggung jawab dalam mengelola media cetak. Namun ada indikasi bahwa informasi tentang pengelolaan media cetak mungkin belum sepenuhnya diketahui oleh semua pasien.
2	Media Digital							

a	Menurut bapak/ ibu apa saja media digital yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?	<i>“Menurut saya media digital untuk promosi pemasaran di rumah sakit ini adalah radio saja dan itu pun saya digunakan pada saat hari- hari besar seperti, Lebaran, dan memperingati hari besar. Kalau televisi ini berisi tentang</i>	<i>“Kalau media digital cuma televisi ya bisa dilihat di ruang tunggu pasien”.</i>	Menurut bapak/ ibu apa saja media digital yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?	<i>“Saya tidak tahu kalau media promosi pemasaran rumah sakit ini menggunakan radio juga”.</i>	<i>“Saya tidak mendengarkan an radio”.</i>	<i>“Kurang tahu ya kalau rumah sakit memakai radio juga”</i>	<i>“Saya tidak mengetahui dik.”</i>	Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, tampaknya radio adalah salah satu media digital yang digunakan oleh Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang untuk promosi, meskipun tidak semua informan menyadari atau memperhatikan penggunaannya. Selain itu, komunikasi langsung dengan staff juga merupakan metode informasi yang digunakan.
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------	--------------------------------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------


*jadwal
praktek
dokter dan
informasi
tertentu.”*



b	Menurut bapak/ ibu bagaimana penerapan promosi kesehatan media digital di Rumah Sakit Islam Padang Panjang?	<i>“Bagi saya fasilitas seperti Televisi ini juga memuat jadwal praktek dokter, artikel terkait kesehatan, berita terkini, dan pembaruan tentang rumah sakit”.</i>	<i>“Tanyakan pada ke Mr. Y yaa untuk informasi yang lebih tepat.</i>	Menurut bapak/ ibu bagaimana penerapan promosi kesehatan media digital di Rumah Sakit Islam Padang Panjang?	<i>” Saya kadang bosan melihat Televisi yang ada di ruang tunggu dan ruang pasien karena iklannya hanya itu-itu saja”.</i>	<i>“Saya hanya tau televise yang ada di ruang tunggu saja”.</i>	<i>“Informasi yang diperlihatkan hanya itu – itu saja”.</i>	<i>“Kurang memperhatikan si nak:</i>	Berdasarkan jawaban dari keempat informan diatas dapat disimpulkan bahwa meskipun televisi di rumah sakit saat ini digunakan untuk menyampaikan informasi, terdapat peluang untuk meningkatkan keberagaman konten dan memperhatikan umpan balik pasien untuk membuat promosi lebih menarik dan efektif.
---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

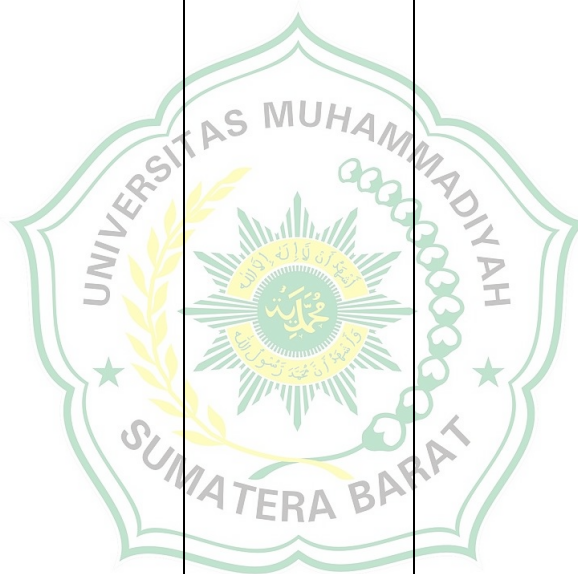
c	Apakah media digital memberikan program atau iklan kesehatan khusus yang dibuat untuk menonjolkan layanan atau fasilitas rumah sakit islam ibnu sina padang panjang?	<i>"Ya, Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang memanfaatkan berbagai media digital untuk mengucapkan hari-hari besar, jadwal praktik dokter dan layanan medis yang tersedia akan tetapi kurangnya perhatian terhadap upgrade yang ada di Rumah Sakit ini".</i>	<i>" Sama dengan jawaban Mr. Y ya dik, ibu juga kurang tahu".</i>	Apakah media digital memberikan program atau iklan kesehatan khusus yang dibuat untuk menonjolkan layanan atau fasilitas rumah sakit islam ibnu sina padang panjang?	<i>" Saya tidak tahu akan ada nya media digital di rumah sakit ini karena kalau pun ada radio atau televisi tapi media digitalnya kurang menarik dengan iklan yang tidak ada informasi tentang kesehatannya".</i>	<i>"Maaf saya tidak terlalu memperhatikan media digital di rumah sakit ini".</i>	<i>" Kalau untuk programnya hanya sering memberi tahu tentang jadwal dokter".</i>	<i>"Tidak tahu yaa kalau ini".</i>	Berdasarkan jawaban dari keempat informan diatas dapat disimpulkan bahwa Media digital di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang memang memberikan program atau iklan khusus untuk menonjolkan layanan dan fasilitas. Namun, terdapat beberapa tantangan, termasuk kurangnya pembaruan konten, informasi kesehatan yang tidak konsisten, dan kurangnya perhatian dari sebagian pasien terhadap media digital yang ada. Upaya lebih lanjut mungkin diperlukan untuk meningkatkan keterlibatan dan relevansi konten yang disajikan.
---	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

d	Bagaimana rumah sakit islam ibnu sina padang padang panjang memanfaatkan media digital untuk meningkatkan layanan pasien?	" Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang dapat meningkatkan kualitas layanan, mempermudah akses pasien, dan menyediakan informasi yang berguna untuk mendukung kesehatan dan kesejahteraan pasien"	"Sebenarnya manfaat dari televisi yang ada di ruang tunggu pasien itu untuk mempermudah pasien mengetahui jadwal praktek dokter nya".	Apakah Bapak/Ibuk dapat terbantu dari media cetak promosi kesehatan?	" Saya tidak tahu apa saja cara yang digunakan pihak rumah sakit".	"saya hanya sering melihat informasi kesehatan dari rumah sakit ini lewat media lain saja".	" Bosan ya tidak ada perunahan iklan yang ditayangkan".	"kurang tau yaa kalau ini".	Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang memanfaatkan media digital untuk promosi terfokus, peningkatan akses layanan, dan penyampaian informasi kesehatan. Namun, ada tantangan dalam hal efektivitas penyampaian informasi dan keterlibatan pasien. Beberapa pasien merasa informasi tidak mencukupi atau tidak menarik, serta merasa bosan dengan kurangnya variasi dalam iklan. Perlu adanya upaya untuk meningkatkan relevansi, variasi, dan efektivitas konten media digital agar lebih menarik dan informatif bagi pasien.
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

e	<p>Apa tantangan utama yang dihadapi rumah sakit dalam menggunakan media digital untuk promosi kesehatan?</p>	<p><i>“Menurut saya dari segi postingan yang tidak menarik dari rumah sakit ini, dan membuat pasien atau masyarakat bosan untuk melihat”, dan “Kurang adanya penerapan strategi pemasaran yang dapat disesuaikan dengan perubahan tren dan teknologi baru”.</i></p>	<p><i>“Tanyakan pada ke Mr. Y yaa untuk informasi yang lebih tepat”.</i></p>					<p>Berdasarkan hasil wawancara keenam informan tentang tantangan utama yang dihadapi rumah sakit dalam menggunakan media digital untuk promosi kesehatan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang dapat di simpulkan bahwa yang dihadapi mencakup kebutuhan untuk meningkatkan daya tarik konten, mengembangkan dan menyesuaikan strategi pemasaran digital, memastikan relevansi iklan, serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang media digital yang digunakan rumah sakit.</p>
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

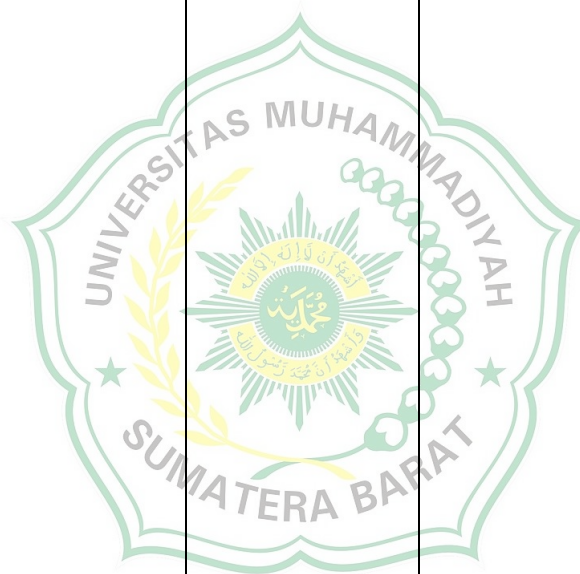
3	Media Sosial									
a	Menurut bapak/ ibuk apa saja media sosial yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?	<i>Rumah sakit menggunakan Facebook untuk membagikan informasi terbaru tentang layanan, acara, dan berita kesehatan. Halaman Facebook juga digunakan untuk berinteraksi dengan pasien melalui komentar dan pesan langsung". "Instagram digunakan untuk membagikan foto dan video terkait aktivitas rumah sakit, fasilitas,</i>	<i>" Sama dengan jawaban Mr. Y ya dik, untuk lebih lengkapnya".</i>	<i>Menurut bapak/ ibuk apa saja media sosial yang digunakan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang?</i>	<i>"Informasi yang sering saya ketahui dari rumah sakit ini hanya facebook dan instagram saja dik"</i>	<i>"Melihat dari facebook karna sering membuka media tersebut".</i>	<i>"saya hanya melihat dari media facebook saja, karena saya tidak memiliki Instagram".</i>	<i>" saya tidak tahu, karna tidak menggunakan handpone".</i>		Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang aktif menggunakan Facebook dan Instagram untuk berkomunikasi dengan pasien dan masyarakat, dengan fokus pada penyampaian informasi terbaru, konten visual, dan interaksi langsung. Selain itu, situs web rumah sakit juga menjadi sumber informasi penting. Beberapa pasien lebih mengenal Facebook, sedangkan Instagram digunakan untuk konten promosi yang lebih visual.

		<p><i>acara kesehatan, dan kampanye promosi. Platform ini membantu dalam menarik perhatian audiens dengan konten visual dan rumah sakit ini juga menggunakan situs seperti blog dan saya kadang melihat blognya di sini https://ibnu sinapadangpanjang.com/”.</i></p>							
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--



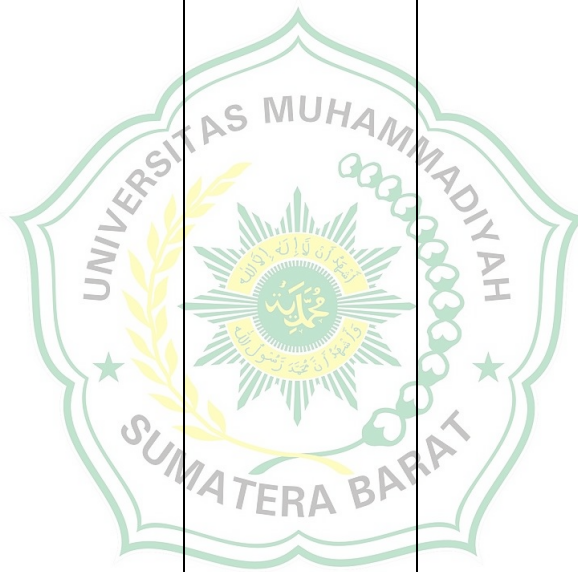
b	<p>Jenis Promosi Kesehatan Apa yang Paling Sering Diposting di Media Sosial Rumah Sakit?</p>	<p>"Postingan yang menjelaskan berbagai layanan medis yang tersedia di rumah sakit, termasuk spesialisasi, prosedur, dan teknologi terbaru. Contoh: Informasi tentang layanan baru, paket pemeriksaan kesehatan, atau layanan spesialis tertentu". dan "Postingan tentang banyaknya manfaat kesehatan pada tubuh seperti manfaat jalan kaki secara rutin sebab</p>	<p>" Bisa adik lihat sendiri yaa di media sosial yang digunakan rumah sakit ini, biasanya kami sering memposting jadwal praktek dokter, mengucapkan hari-hari besar, atau memposting ketika melakukan penyuluhan . Ada juga memposting tentang layanan terbaru rumah sakit ini".</p>	<p>Jenis Promosi Kesehatan Apa yang Paling Sering Diposting di Media Sosial Rumah Sakit?</p>	<p>"Bagi saya postingan tentang update jadwal praktik dokter yang saya ingin ketahui karena saya selalu mengatur jadwal periksa kesehatan ibu saya lewat jadwal tersebut".</p>	<p>"saya tidak mengetahui karna jarang melihat".</p>	<p>"Saya tidak mengetahui".</p>	<p>"saya tidak tahu karna tidak punya handphone".</p>	<p>Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang secara aktif memposting berbagai jenis promosi kesehatan di media sosial, termasuk informasi tentang layanan medis, tips kesehatan sehari-hari, edukasi tentang manfaat kesehatan, update jadwal praktik dokter, serta informasi kesehatan ibu dan anak. Dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan informasi dan edukasi pasien, dari pemeliharaan kesehatan sehari-hari hingga perawatan khusus untuk kelompok tertentu</p>
---	----------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

masyarakat membutuhkan informasi tentang hal tersebut”.



c	Menurut Bapak/Ibuk media sosial untuk promosi kesehatan seperti apa yang memberikan edukasi yang lengkap ?	"Menurut saya, Instagram juga berkontribusi pada edukasi kesehatan dengan baik, seperti panduan diet sehat atau tips kebugaran dalam format yang mudah dipahami tetapi juga sering memposting ucapan selamat pada hari besar saja." dan "Saya merasa Facebook juga memberikan edukasi kesehatan	" Sama saja menurut saya, karena baik facebook maupun instagram kami samakan untuk konten yang dibikin. Cuma untuk interaksi dengan pasien media facebook lebih banyak karna mayoritas penduduk disini memakai media itu"	Menurut Bapak/Ibuk media sosial untuk promosi kesehatan seperti apa yang memberikan edukasi yang lengkap ?	Media yang bagus dari rumah sakit ini facebook dan instagram kak, kalau blog saya kurang mengerti menggunakannya kak karena blog banyak membahas tentang bio atau informasi sejarah rumah sakitnya kak".	" Sama saja si dik, kalau untuk promosi yang dilakukan".	" menurut saya facebook sudah bagus, karna informasi yang lengkap kalau saya lihat".	" saya kurang tahu".	Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa Facebook muncul sebagai platform yang paling efektif untuk edukasi kesehatan di rumah sakit ini, karena menyediakan berbagai jenis konten yang mendalam dan bermanfaat. Instagram juga berperan dalam memberikan informasi kesehatan tetapi dengan fokus lebih pada postingan yang bersifat umum tidak dengan postingan kesehatan masyarakat dan mungkin tidak sekomprehensif Facebook. Platform lain seperti blog kurang mendapat perhatian dalam konteks edukasi kesehatan di rumah sakit ini.
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------	----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p><i>yang komprehensif. Rumah sakit sering memposting artikel panjang, infografis, dan video edukatif yang mudah diakses dan dibagikan. Contoh postingan yang baik adalah postingan tentang pencegahan penyakit atau tips kesehatan yang disertai dengan sumber daya dan tautan ke artikel atau panduan tambahan”</i></p>								
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--



d	Bagaimana rumah sakit memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi terkini tentang layanan dan acara kesehatan?	" Rumah sakit menggunakan media sosial untuk memberikan informasi terkini dengan memposting pembaruan tentang layanan baru, jadwal praktik dokter, dan acara kesehatan. Mereka sering membuat postingan yang mencakup deskripsi singkat tentang layanan baru yang diperkenalkan	" kalau untuk pemanfaatan sama seperti yang di bilang Mr. Y dik, kami melakukan promosi di media sosial ini untuk mempermudah masyarakat mengetahui tentang rumah sakit ini dan jadwal praktek dokter	Bagaimana rumah sakit memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi terkini tentang layanan dan acara kesehatan?	" Menurut saya lebih baik langsung konsultasi sama dokter kesehatan saja kak, karena sosial media yang digunakan kurang pembaharuan dik"	" Bagi saya instagram kurang menarik karna tidak banyak postingan tentang edukasi kesehatan, lebih banyak postingan jadwal praktek dokter".	"Kalau saya lebih suka melihat di facebook kak karena edukasi kesehatan lebih jelas dan postingannya lebih menarik dilihat".	"Saya tidak tahu"	Berdasarkan jawaban dari keenam informan diatas dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang menggunakan media sosial secara efektif untuk memberikan informasi terkini mengenai layanan dan acara kesehatan. Mereka memposting pembaruan secara rutin, menggunakan gambar dan video untuk menarik perhatian, serta mengelola kalender digital dan live updates. Namun, terdapat kritik mengenai frekuensi pembaruan yang tidak konsisten, dengan beberapa informan merasa bahwa informasi tidak selalu terkini atau cukup sering diperbarui. Oleh karena itu, ada ruang untuk perbaikan dalam hal keterbaruan dan frekuensi posting untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pasien.
---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p><i>an, serta tanggal dan waktu acara kesehatan seperti seminar atau workshop. Konten ini biasanya disertai dengan gambar atau video untuk menarik perhatian audiens dan memberikan informasi yang jelas dan menarik.”</i></p>							
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--



e	Menurut Bapak/Ibuk apa saja Strategi yang digunakan rumah sakit Islam Ibnu Sina Padang Panjang terhadap media social yang digunakannya?	"Konten yang diposting sering kali meliputi informasi tentang jadwal dokter, layanan terbaru, dan acara khusus dengan cara berulang setiap hari."(Informan 1). dan "Kami juga memposting artikel tentang tips kesehatan, testimonial pasien, dan pembaruan tentang fasilitas rumah sakit."	"kami setiap hari memposting jadwal dokter dan dan edukasi tentang penyakit"				Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa postingan di media sosial rumah sakit meliputi informasi tentang jadwal dokter, layanan, acara kesehatan, tips kesehatan, dan testimonial pasien. Namun, ada umpan balik bahwa konten terasa repetitif bagi sebagian orang.
---	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

10. Dokumentasi Penelitian

