

TAKTIK PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT DI JAWA BARAT DALAM MENINGKATKAN AWARENESS PUBLIK MENGENAI KESEHATAN

Oleh

Renata Anisa¹, Retasari Dewi², Yustikasari³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran

E-mail: ¹renata@unpad.ac.id

Article History:

Received: 11-06-2024

Revised: 21-06-2024

Accepted: 02-07-2024

Keywords:

Price, Promotion,

Product Quality

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana taktik promosi kesehatan rumah sakit umum daerah (RSUD) di Kabupaten Cirebon dalam meningkatkan awareness publik mengenai kesehatan, serta media komunikasi yang digunakan. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Peneliti mendeskripsikan bagaimana taktik promosi kesehatan yang diaplikasikan oleh RSUD di Kabupaten Cirebon dalam meningkatkan awareness publik mengenai kesehatan. Peran dan Fungsi Promosi Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah di Kabupaten Cirebon dilaksanakan oleh PKRS dan Humas. PKRS berfokus pada edukasi kesehatan kepada masyarakat rumah sakit dan publik. Sementara, humas memiliki fungsi untuk penghubung dengan masyarakat dan menjadi sarana komunikasi serta informasi. Taktik promosi kesehatan yang digunakan rumah sakit adalah penyuluhan kesehatan secara langsung sesuai topik yang diangkat pada pasien, keluarga pasien, dan tenaga kesehatan, edukasi kesehatan ke petugas puskesmas binaan, special event seperti jalan sehat serta talk show kesehatan di radio dan televisi. Pada taktik special event, kegiatan dilaksanakan dengan berkolaborasi dengan Ikatan Dokter Indonesia (IDI) dan Pondok Pesantren di wilayah Cirebon. Rumah sakit telah menjalankan peran dan fungsi promosi kesehatan sesuai peraturan Menteri Kesehatan RI. Media komunikasi yang digunakan rumah sakit untuk mempublikasikan promosi kesehatan adalah media audio, video (televisi rumah sakit), dan cetak serta penggunaan media baru seperti website, facebook, instagram, dan youtube

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan promosi kesehatan rumah sakit di Jawa Barat belum dilaksanakan dengan optimal. Fungsi promosi kesehatan pada setiap rumah sakit diselenggarakan oleh unit-unit yang berbeda, dimana tidak semua rumah sakit memiliki unit PKRS. Fungsi promosi kesehatan pada rumah sakit diselenggarakan oleh pkrs, humas, maupun marketing.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan, rumah sakit memiliki fungsi untuk mendorong dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dengan promosi kesehatan.

Hal ini tercantum dalam Permenkes RI Nomor 44 Tahun 2008 tentang penyelenggaraan promosi kesehatan, dimana promosi kesehatan merupakan proses pemberdayaan masyarakat dengan memberikan informasi, mempengaruhi, dan membantu masyarakat agar mendukung perubahan perilaku dan lingkungan, serta menjaga dan meningkatkan kesehatan menuju derajat kesehatan yang optimal. Rumah sakit wajib menyelenggarakan PKRS dengan prinsip paradigma sehat, kesetaraan, kemandirian, keterpaduan, dan kesinambungan. Rumah sakit melaksanakan promosi kesehatan di lingkungan sekitar rumah sakit yakni kepada pasien, keluarga pasien, sdm rumah sakit, penunjang rumah sakit, dan masyarakat sekitar (Kemenkes, 2018).

Rumah sakit dalam melaksanakan promosi kesehatan dapat menggunakan media internal dan eksternal serta melibatkan publik diantaranya tenaga kesehatan, pasien, keluarga pasien, komunitas, dan masyarakat sekitar rumah sakit. Rumah sakit dapat melaksanakan program kemitraan dan bekerjasama dengan media massa untuk menjangkau publik yang lebih luas.

Pada penelitian mengenai pelaksanaan promosi kesehatan di rumah sakit Universitas Airlangga Surabaya menunjukkan bahwa rumah sakit memiliki unit promosi kesehatan rumah sakit (pkrs) dan melaksanakan promosi kesehatan pada semua bagian. Program yang dilaksanakan adalah seminar dan edukasi secara langsung kepada pasien oleh perawat poli, promosi kesehatan pada media cetak seperti brosur, banner, poster, flipcart, dan media audio visual. Rumah sakit juga telah menjalankan program kemitraan seperti penyuluhan dengan AIMI. Rumah sakit telah melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program promosi kesehatan yang dijalankan (Nurdianna, 2017).

Penelitian mengenai media informasi dan promosi kesehatan rumah sakit umum daerah, menunjukkan bahwa fungsi promosi kesehatan pada rumah sakit umum daerah di Kota Bandung dilaksanakan oleh unit promosi kesehatan rumah sakit (pkrs) dan humas (hubungan masyarakat). Sementara, pada rumah sakit umum daerah di Kabupaten Sumedang, fungsi promosi kesehatan dilaksanakan oleh unit promosi kesehatan rumah sakit (pkrs). Promosi kesehatan memanfaatkan berbagai media dalam dan luar ruang, serta media digital. Media cetak seperti leaflet dan brosur, media audio visual di ruang perawatan, rumah sakit juga bekerja sama dengan media elektronik seperti televisi dan radio, serta memanfaatkan media digital seperti website, facebook, instagram, dan youtube. Pada masa pandemi Covid, rumah sakit mengoptimalkan penggunaan media digital untuk melaksanakan promosi kesehatan dan mengurangi interaksi secara langsung dengan Masyarakat. Media komunikasi yang dinilai efektif oleh tim promosi kesehatan adalah media internal cetak seperti poster atau baligo yang disimpan di rumah sakit, sehingga dapat dilihat dan dijangkau secara langsung serta media sosial facebook dan Instagram dimana pasien dan keluarga dapat menyampaikan berbagai pertanyaan terkait kesehatan dan rumah sakit (Renata Anisa, 2022).

Promosi merupakan alat (*tools*) komunikasi antara perusahaan/institusi dan konsumen, melalui media tersebut perusahaan dapat menginformasikan produk dan jasa yang dihasilkan sebagai upaya membangun hubungan yang saling menguntungkan (Kotler, 2008). Dapat disimpulkan bahwa promosi kesehatan adalah kegiatan menyampaikan informasi dan memberikan edukasi kesehatan kepada sekelompok masyarakat dengan tujuan untuk mendorong dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Promosi

kesehatan dapat dilaksanakan melalui penyampaian informasi kesehatan, informasi layanan dan fasilitas rumah sakit, serta edukasi pencegahan dan metode pengobatan. Implementasi promosi kesehatan di rumah sakit belum dilaksanakan dengan optimal, berdasarkan hasil wawancara dan observasi beberapa rumah sakit di Jawa Barat, tidak semua rumah sakit memiliki unit promosi kesehatan rumah sakit (PKRS) dan menjalankan fungsi promosi kesehatan dengan optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana taktik promosi kesehatan rumah sakit umum daerah (RSUD) di Kabupaten Cirebon dalam meningkatkan *awareness* publik mengenai kesehatan, serta media komunikasi yang digunakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Peneliti mendeskripsikan bagaimana taktik promosi kesehatan yang diaplikasikan oleh RSUD di Kabupaten Cirebon dalam meningkatkan *awareness* publik mengenai kesehatan.

Pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif yang berkaitan dengan pernyataan lisan dan nonlisan serta perilaku orang-orang yang diteliti (Bogdan, DeVault, & Taylor, 2016). Pada penelitian kualitatif, data diperoleh melalui suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok yang berasal dari masalah sosial atau manusia (Creswell, 2014).

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan studi pustaka, observasi, dan wawancara dengan unit humas dan promosi kesehatan rumah sakit (PKRS) RSUD di Kabupaten Cirebon. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terkait peran dan fungsi humas dan pkrs di rumah sakit, program promosi kesehatan yang dilaksanakan, media komunikasi yang digunakan, serta kolaborasi promosi kesehatan dengan pihak eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah sakit umum daerah (RSUD) di Kabupaten Cirebon adalah rumah sakit tipe B, dengan keunggulan RSUD adalah fasilitas dokter spesialis yang memadai dan biaya yang relatif terjangkau. Rumah sakit memiliki unit PKRS dan Humas dalam satu garis koordinasi. Promosi kesehatan dilaksanakan sejak tahun 2015 dibawah koordinasi humas, PKRS, dan instalasi terkait/kepala ruangan. PKRS berfokus pada edukasi kesehatan kepada masyarakat rumah sakit dan publik. Humas memiliki fungsi untuk penghubung dengan masyarakat dan menjadi sarana komunikasi serta informasi. Sementara, fungsi pemasaran adalah bekerjasama dengan tim promosi kesehatan untuk melakukan advokasi mengenai rumah sakit dan melakukan survey kepuasan kepada rumah sakit. Promosi kesehatan dilakukan secara terintegrasi dengan pemerintah dalam hal ini Kementrian Kesehatan seperti program vaksin dan penanganan covid.

Tabel 1. Taktik Promosi Kesehatan RSUD Kabupaten Cirebon

No .	Taktik Promosi Kesehatan	Media	Kerjasama
1.	Penyuluhan Kesehatan	Tatap Muka dan Media Sosial	Instalasi rumah sakit

2.	Edukasi Kesehatan ke petugas puskesmas	Tatap Muka	Puskesmas
3.	Jalan Sehat	Tatap Muka	Ikatan Dokter Indonesia (IDI), Pondok Pesantren
4.	Talk Show Kesehatan	Radio dan Televisi	Radio dan Televisi Swasta

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Pada proses perencanaan, riset dan analisis situasi dilakukan sesuai dengan kebutuhan rumah sakit, beberapa riset yang dilakukan adalah terkait 10 besar penyakit tertinggi di rumah sakit dan penyakit yang tengah marak di masyarakat. Selanjutnya, rumah sakit menentukan target audiens baik berasal dari pasien, keluarga pasien, dan masyarakat sekitar. Rumah sakit membuat jadwal penyuluhan, menentukan tema, dan menentukan *person in charge* (pic) pada setiap kegiatan. Rumah sakit melakukan koordinasi dengan unit terkait dan mengajukan narasumber dokter spesialis untuk materi penyuluhan. Pada akhir kegiatan, dilakukan evaluasi untuk melihat bagaimana kinerja pelaksana PKRS.

Pelaksana PKRS di rumah sakit adalah kepala ruangan, kepala instalasi, dan humas. Penyuluhan kesehatan dilaksanakan dengan tatap muka pada ruang rawat jalan dan rawat inap serta instalasi lainnya di rumah sakit kepada pasien, keluarga pasien, dan petugas kesehatan. Disamping penyuluhan secara tatap muka, rumah sakit menggunakan media baru (*new media*) dalam memberikan edukasi kesehatan. Adapun media baru yang digunakan adalah website, instagram, facebook, dan youtube.

Taktik selanjutnya adalah rumah sakit melakukan pembinaan pada puskesmas binaan dengan memberikan informasi dan edukasi kesehatan kepada petugas puskesmas secara langsung. Edukasi yang diberikan diantaranya terkait vaksin, pencegahan penyakit, serta jenis-jenis penyakit dan metode pengobatan.

Penyelenggaraan *special event* dalam meningkatkan *awareness* kesehatan salah satunya adalah dengan program 'Jalan Sehat' yang bekerjasama dengan Ikatan Dokter Indonesia (IDI) dan Pondok Pesantren di wilayah Cirebon. Pada kesempatan ini, rumah sakit melakukan sosialisasi kesehatan seperti pola hidup sehat dan olah raga.

Taktik promosi kesehatan rumah sakit dilaksanakan secara tatap muka atau langsung dan menggunakan media. Pada program "talk show kesehatan" rumah sakit bekerjasama dengan radio dan televisi swasta dengan mengangkat topik kesehatan yang sedang marak di tengah masyarakat atau berdasarkan 10 besar penyakit di rumah sakit. Masyarakat mendapatkan edukasi kesehatan melalui televisi dan melakukan konsultasi secara langsung dengan dokter melalui radio. Pada RSUD di Kabupaten Cirebon, penggunaan media sosial tidak diunggulkan karena sebagian masyarakat belum mengenal dan memahami media sosial.

Tabel 2. Media Promosi Kesehatan RSUD Kabupaten Cirebon

No.	Media	Akun	Jumlah Konten
1.	Audio, Video, Cetak	Brosur, Leaflet, Banner, Audio, televisi	-
2.	Website	https://siramah.rsudwaled.id	4

		/	
3.	Instagram	@ rsudwaledofficial	295
4.	Facebook	RSUD Waled Kab. Cirebon	70
5.	Youtube	RSUD Waled Kab. Cirebon	21

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Rumah sakit menggunakan media audio dan video pada ruang rawat dan instalasi di rumah sakit sehingga informasi dapat diterima secara langsung oleh pasien, keluarga pasien, dan tenaga kesehatan yang berada di rumah sakit. Sementara, media cetak seperti brosur, leaflet, dan *banner* digunakan untuk memberikan informasi dan edukasi seperti syarat BPJS, informasi produk dan layanan rumah sakit, informasi jenis penyakit dan metode pengobatan. Berdasarkan hasil wawancara, media cetak dirasakan masih efektif, karena tidak semua masyarakat Kabupaten Cirebon telah menggunakan media sosial.

Salah satu media komunikasi resmi yang digunakan rumah sakit adalah website RSUD Waled dengan alamat <https://siramah.rsudwaled.id/>. Beberapa informasi yang disajikan pada website adalah profil singkat rumah sakit, layanan rumah sakit, jadwal rawat jalan, jadwal operasi, daftar antrian, pengecekan surat BPJS. Pada halaman utama tidak terdapat informasi/profil rumah sakit yang memadai, tidak terdapat informasi sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, serta nilai budaya rumah sakit. Pada halaman jadwal, disajikan informasi jadwal dokter pada setiap poliklinik beserta kapasitas yang tersedia, namun pada menu jadwal operasi tidak ditemukan jadwal yang telah ditetapkan. Pasien rawat jalan dapat melakukan pendaftaran secara *online* dan melakukan pengecekan antrian melalui halaman antrian, sementara untuk pengecekan surat kontrol BPJS dapat dilakukan melalui halaman surat kontrol. Informasi lainnya yang disajikan pada media website adalah kontak IGD, kontak humas, serta alamat email rumah sakit. Secara umum, informasi yang disajikan cukup informatif. Namun, rumah sakit tidak menyajikan informasi mendalam mengenai profil rumah sakit dan tidak terdapat informasi dan edukasi kesehatan pada media website. Pada media digital, penggunaan website dan facebook rumah sakit cukup efektif karena sebagian besar masyarakat sudah mengetahui penggunaan media tersebut.



Gambar 1. Edukasi Penyakit pada Media Instagram

Sumber : Instagram @rsudwaledofficial

Pada media sosial Instagram, konten yang disajikan adalah informasi rumah sakit dan edukasi kesehatan. Informasi rumah sakit terdiri dari jadwal poliklinik, alur pelayanan, informasi *event*, kunjungan kerja, informasi pengaduan, serta informasi talk show. Disamping itu, konten yang disajikan adalah edukasi penyakit, seperti demam berdarah, penyakit osteoporosis, cedera kepala ringan, hipertensi, dan edukasi cacar monyet. Terdapat pula informasi dan tips kesehatan, yakni tips konsumsi air putih, tips cegah *stunting*, dan olah raga yang dapat dilakukan di rumah. Konten pada media sosial Instagram, disesuaikan pula dengan kebutuhan masyarakat dan juga hari kesehatan, seperti hari diabetes sedunia, hari gizi nasional, hari kanker sedunia, hari asma, hari jantung sedunia, dan hari aids sedunia. Adapun *highlight* yang ditampilkan pada media Instagram adalah pelayanan, jadwal dokter, *reels*, dan *event*. Konten pada media sosial informatif dan edukatif, rumah sakit menyajikan konten yang dengan audio dan visualisasi yang menarik dalam format gambar dan video.

Media facebook digunakan oleh rumah sakit sejak tahun 2011. Informasi yang disampaikan adalah data rujukan rumah sakit, kutipan berita media massa, *event* yang diselenggarakan rumah sakit seperti jalan sehat dan peringatan HUT RS, serta konten edukasi seperti edukasi kesehatan ibu dan bayi serta artikel kesehatan. Terdapat beberapa *feedback* dari pengguna media facebook, diantaranya adalah pertanyaan terkait jadwal poli dan dokter. Konten pada media facebook sebagian besar adalah terkait *special event* yang diselenggarakan rumah sakit. Visualisasi pada media facebook tidak terlalu menarik jika dibandingkan dengan media Instagram.

Pada media youtube, konten yang disajikan adalah profil rumah sakit, profil laboratorium, serta edukasi kesehatan seperti “deteksi dini tumor otak” dan “latihan untuk penderita nyeri pinggang”. Konten lainnya adalah terkait tutorial daftar antrian dan *safety briefing* RSUD. Secara umum konten cukup menarik, namun belum terdapat informasi dan edukasi kesehatan yang optimal. Dimana, pada media youtube edukasi kesehatan dapat disampaikan dengan audio visual yang lebih menarik.

Tantangan dalam pelaksanaan promosi kesehatan adalah terbatasnya sarana,

prasarana, dan anggaran. Sementara, pada masa pandemi tantangan yang dihadapi adalah tidak dapat berkomunikasi langsung/tatap muka dengan masyarakat, dimana pada masa ini rumah sakit mengoptimalkan penggunaan media baru dalam menyampaikan edukasi kesehatan.

Menurut tim PKRS rumah sakit, PKRS yang baik adalah program yang mampu membangun citra positif rumah sakit, meningkatkan kinerja pelayanan, dan memberikan kepuasan kepada pasien. PKRS harus mampu memenuhi paradigma sehat dan kuratif, rumah sakit juga diharapkan dapat melakukan tindakan promotif dan preventif untuk merubah perilaku hidup bersih dan sehat, sehingga hak pasien dapat terpenuhi. Beberapa kompetensi yang dibutuhkan PKRS adalah mampu mengelola media sosial dan memahami teknologi.

KESIMPULAN

Peran dan Fungsi Promosi Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah di Kabupaten Cirebon dilaksanakan oleh PKRS dan Humas. PKRS berfokus pada edukasi kesehatan kepada masyarakat rumah sakit dan publik. Sementara, humas memiliki fungsi untuk penghubung dengan masyarakat dan menjadi sarana komunikasi serta informasi. Taktik promosi kesehatan yang digunakan rumah sakit adalah penyuluhan kesehatan secara langsung sesuai topik yang diangkat pada pasien, keluarga pasien, dan tenaga kesehatan, edukasi kesehatan ke petugas puskesmas binaan, *special event* seperti jalan sehat serta *talk show* kesehatan di radio dan televisi. Pada taktik *special event*, kegiatan dilaksanakan dengan berkolaborasi dengan Ikatan Dokter Indonesia (IDI) dan Pondok Pesantren di wilayah Cirebon. Rumah sakit telah menjalankan peran dan fungsi promosi kesehatan sesuai peraturan Menteri Kesehatan RI.

Media komunikasi yang digunakan rumah sakit untuk mempublikasikan promosi kesehatan adalah media audio, video (televisi rumah sakit), dan cetak serta penggunaan media baru seperti website, facebook, instagram, dan youtube. Penggunaan media cetak cukup efektif karena masyarakat kabupaten Cirebon belum seluruhnya menggunakan media sosial, sehingga informasi dan edukasi disampaikan pada media cetak brosur/leaflet/banner secara langsung di rumah sakit. Media yang sudah cukup banyak digunakan masyarakat kabupaten Cirebon adalah website dan facebook. Informasi dan Edukasi kesehatan yang cukup komprehensif dengan visualisasi yang menarik terdapat pada konten-konten media Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemenkes. (2018). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit*. Jakarta : Kemenkes.
- [2] Preeti. (2014). Education and Role of Media in Education System. *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)*, 1.
- [3] Carr, C. T. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*.
- [4] Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [5] Kotler, P. a. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga .
- [6] Kotler, P. a. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [7] Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods*

- Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, California, United States: SAGE Publications, Inc.
- [8] Bogdan, R., DeVault, M. L., & Taylor, S. J. (2016). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource* (4th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- [9] Yuningsih, R. (2019). Strategi Promosi Kesehatan dalam Meningkatkan Kualitas Sanitasi Lingkungan. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* |, 107-118.
- [10] Chintya Devi, R. B. (2018, September). Penerapan Promosi Kesehatan (PKRS) di Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. *IKESMA*, 14(2), 102-112.
- [11] Nurdiana, F. (2017). Pelaksanaan Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Universitas Airlangga Surabaya. *Universitas Airlangga*, 5(2), 217-231.
- [12] Renata Anisa, Y. R. (2022). Media Informasi dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2869-2874.