

---

## Media Promosi Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah Lembang

Renata Anisa<sup>1</sup>, Yustikasari<sup>2</sup>, Retasari Dewi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Padjadjaran

E-mail: [renata@unpad.ac.id](mailto:renata@unpad.ac.id)

---

### Article History:

Received: 01 Juni 2022

Revised: 10 Juni 2022

Accepted: 10 Juni 2022

**Keywords:** *Media, Promosi, Promosi Kesehatan, Rumah Sakit*

**Abstract:** *Rumah sakit memiliki fungsi promosi kesehatan kepada masyarakat. Pada masa pandemi sektor kesehatan mengalami banyak perubahan, salah satunya adalah dalam penggunaan media. Promosi kesehatan dilakukan melalui kegiatan memberikan informasi, mempengaruhi, dan membantu masyarakat untuk meningkatkan derajat kesehatan. Rumah sakit pemerintah memiliki fungsi untuk melakukan promosi kesehatan. Pada masa ini media digital lebih dominan digunakan dalam kegiatan promosi kesehatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui media yang digunakan RSUD Lembang dalam melakukan promosi kesehatan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang digunakan rumah sakit dalam menjalankan fungsi promosi kesehatan adalah media cetak seperti leaflet, media audio visual, serta media sosial seperti facebook, Instagram, dan twitter. Media promosi kesehatan yang digunakan saat ini mengalami pergeseran, dimana sebelumnya rumah sakit lebih banyak menggunakan media dalam ruang, namun saat ini media yang dianggap lebih efektif untuk promosi kesehatan adalah media sosial.*

---

### PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 yang melanda sebagian besar dunia telah merubah berbagai sektor kehidupan. Sektor kesehatan dalam hal ini rumah sakit adalah salah satu sektor yang mengalami perubahan cukup signifikan dalam menjalankan peran dan fungsinya. Pelayanan kepada masyarakat yang sebelumnya dilakukan melalui tatap muka kini sebagian besar bergeser menjadi tatap maya, dimana teknologi berperan penting dalam keberhasilan metode ini. Sistem registrasi, konsultasi, hingga pembelian kebutuhan penunjang kini dapat dilakukan secara *online*. Layanan *telemedicine* kini menjadi marak digunakan dan diminati masyarakat, dimana masyarakat tidak perlu mengunjungi rumah sakit secara langsung namun tetap mendapatkan pelayanan kesehatan dengan optimal. Jasa konsultasi kesehatan *online* melalui aplikasi berkembang seiring kebutuhan publik yang mengurangi mobilitas di luar ruang. Halodoc, Alodokter, Yesdok, Pakdok, ProSehat adalah beberapa aplikasi *online* yang dapat diakses dengan cepat dan mudah oleh masyarakat. Beberapa layanan yang diberikan adalah konsultasi dengan dokter secara langsung, pembelian obat dan alat kesehatan, fasilitas cek laboratorium, serta dengan berbagai pilihan metode pembayaran.

Rumah sakit memiliki peran dan fungsi menjalankan promosi kesehatan, hal ini tertuang dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan, dimana rumah sakit wajib melakukan promosi kesehatan kepada publik yang terdiri dari pasien, sdm rumah sakit, pengunjung rumah sakit, dan masyarakat sekitar rumah sakit. Promosi kesehatan diselenggarakan dengan paradigma sehat, kesetaraan, kemandirian, keterpaduan, dan kesinambungan. Menurut peraturan Menteri Kesehatan, Promosi kesehatan merupakan proses pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan-kegiatan menginformasikan, mempengaruhi, dan membantu masyarakat agar berperan aktif untuk mendorong perubahan perilaku serta lingkungan dan menjaga serta meningkatkan kesehatan menuju derajat kesehatan yang optimal (Kemenkes, 2018).

Dalam menjalankan fungsi promosi kesehatan, pada umumnya rumah sakit menggunakan media cetak seperti leaflet, brosur, serta *banner*, media audio seperti radio internal, media audio visual seperti video dalam ruang rumah sakit, dan media digital. Namun, pada masa pandemi terjadi pergeseran dalam penggunaan promosi kesehatan rumah sakit, dimana penggunaan media digital lebih dominan dibandingkan media dalam ruang rumah sakit.

Media adalah alat yang digunakan dalam proses komunikasi, dimana komunikator menyampaikan sejumlah pesan kepada komunikan melalui media tertentu. Beberapa media yang dapat digunakan untuk menyebarkan pesan atau informasi adalah media cetak, media audio visual, media elektronik, dan media digital. Media merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Dalam hal ini media yang paling banyak digunakan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan yang diterima pancaindra kemudian diproses oleh pikiran untuk menentukan reaksi atau sikapnya, lalu kemudian dinyatakan dalam tindakan (Cangara, 2006).

Media memiliki kemampuan untuk menjangkau publik yang luas, hal ini menjadikan media banyak digunakan dalam penyampaian pesan untuk membangun opini dan kesadaran publik (Preeti, 2014). Media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan pengguna media berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain (Carr, 2015).

Pada konteks rumah sakit, promosi kesehatan dilakukan dengan memberikan edukasi kepada pasien dan keluarga pasien, edukasi kepada sumber daya manusia di rumah sakit, serta penyampaian informasi dan edukasi kepada masyarakat sekitar rumah sakit terkait kesehatan sehingga dapat meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Promosi merupakan saluran atau alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, dimana melalui media tersebut perusahaan menginformasikan produk dan jasa yang dihasilkan sebagai upaya membangun hubungan yang saling menguntungkan (Kotler, Prinsip Prinsip Pemasaran, 2008). Sarana atau alat promosi yang dapat digunakan perusahaan dalam berkomunikasi dengan konsumen adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan *personal* (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*) (Kotler, 2008).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan media promosi kesehatan yang digunakan Rumah Sakit Umum Daerah Lembang dalam melaksanakan fungsi promosi kesehatan kepada pasien, keluarga pasien, internal rumah sakit, dan masyarakat sekitar rumah sakit.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Dimana peneliti mendeskripsikan media promosi kesehatan yang digunakan RSUD Lembang untuk berkomunikasi dengan publik. 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). Metode kualitatif menghasilkan data deskriptif yang berkaitan dengan pernyataan lisan dan nonlisan serta perilaku orang-orang yang diteliti (Bogdan, DeVault, & Taylor, 2016).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Peneliti melakukan pengamatan pada media yang digunakan RSUD Lembang seperti website, facebook, instagram, dan youtube serta mengidentifikasi konten promosi kesehatan yang disampaikan kepada khalayak melalui media tersebut.

Narasumber dalam penelitian ini adalah tim Promosi Kesehatan RSUD Lembang yang telah dibentuk sejak tahun 2019. Pertanyaan yang diajukan peneliti kepada tim promosi kesehatan adalah media promosi kesehatan yang digunakan, konten media sosial, jenis informasi kesehatan yang disampaikan, kegiatan atau *event* rumah sakit, narasumber dalam kegiatan promkes, serta kegiatan kerjasama yang dilakukan rumah sakit. Pengamat dapat terlibat dalam peran yang bermacam-macam dari nonpartisipan hingga partisipan secara penuh. Pada umumnya, pengamatan yang dilakukan bersifat terbuka dimana pengamat mengajukan pertanyaan umum kepada narasumber yang memungkinkan narasumber secara bebas memberikan pandangannya (Creswell, 2014)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah Sakit Umum Daerah Lembang (RSUD Lembang) adalah rumah sakit tipe D yang berada di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Promosi kesehatan RSUD Lembang dilakukan melalui media cetak, media audio visual, serta tatap muka seperti penyuluhan kepada pasien, keluarga pasien, dan masyarakat sekitar rumah sakit.

Tim promosi kesehatan RSUD Lembang memiliki fungsi untuk mengelola media sosial rumah sakit, pada pelaksanaannya tim promosi kesehatan bekerjasama dengan humas untuk konten media sosial. Disamping itu, tim promkes juga berperan untuk mempromosikan rumah sakit. Tim promosi kesehatan terdiri dari dokter umum, penyuluh kesehatan, dan tenaga kesehatan lainnya dengan latar belakang dari kesehatan masyarakat. Promosi kesehatan dan humas memiliki fungsi promosi rumah sakit dengan menyampaikan informasi kepada masyarakat dan promosi pelayanan kesehatan untuk merubah perilaku masyarakat.

Program promosi kesehatan salah satunya dilakukan dengan penyuluhan, seperti penggunaan obat, perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS). Penyuluhan dilakukan di lingkungan rumah sakit kepada pasien dan keluarga serta masyarakat sekitar seperti di kecamatan dan desa. Penyuluhan penyakit dilihat dari penyakit yang paling banyak diderita pasien. Dalam penentuan narasumber tim promkes berkoordinasi dengan dokter terkait. Setelah penyuluhan dilaksanakan, dilakukan evaluasi yang dilihat dari jumlah peserta, sarana dan prasarana, dan materi yang disampaikan.

Pandemi Covid 19 melanda Indonesia sejak tahun 2020 telah merubah metode promosi kesehatan yang biasanya digunakan oleh rumah sakit. Jika sebelumnya media yang kerap

digunakan adalah media cetak dan media audio visual, serta promosi kesehatan secara tatap muka, kini program promosi kesehatan disampaikan melalui media sosial diantaranya terkait dengan program rumah sakit seperti penyuluhan poli gigi selama satu kali dalam satu bulan dan farmasi dua kali dalam satu bulan.

**Tabel 1. Media Promosi Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah Lembang**

No.	Jenis Media	Bentuk Media	Tahun Aktif	Jenis informasi
1.	Cetak	Leaflet	2015	10 besar penyakit di rumah sakit Jenis-jenis obat
2.	Audiovisual	Audio dan Visual		Edukasi masker Edukasi covid Disesuaikan dengan program Kementrian Kesehatan
3.	Blog	<a href="https://rsudkotabandung.web.id/">https://rsudkotabandung.web.id/</a>	2017	Profil rumah sakit
4.	Instagram	rsud_lembang	2019	Jadwal klinik Edukasi kesehatan Kegiatan rumah sakit Informasi pendaftaran
5.	Facebook	rsud_lembang	2021	Edukasi dan panduan kesehatan Kegiatan rumah sakit Informasi pendaftaran
6.	Twitter	rsudlembang	2019	Tips kesehatan Informasi klinik

**Sumber : Hasil Penelitian, 2022**

Media cetak yang digunakan RSUD Lembang adalah *leaflet* yang didistribusikan di bagian pendaftaran. Beberapa informasi yang disampaikan adalah terkait dengan 10 besar penyakit di rumah sakit, seperti hipertensi, diabetes, infeksi saluran pernafasan, diare dan penyakit lainnya. Sementara, media audiovisual terdiri dari media edukasi dari rumah sakit dan materi dari Kementrian Kesehatan untuk disosialisasikan kepada masyarakat yang disampaikan melalui audio yang tersedia di ruang rawat inap dan media audiovisual yakni televisi yang tersedia di poli dan ruang-ruang rumah sakit. RSUD Lembang juga memiliki blog pada halaman <https://rsudkotabandung.web.id/>. Informasi yang disajikan adalah profil rumah sakit, motto, visi, misi, dan tujuan rumah sakit. Tidak terdapat informasi layanan rumah sakit, jadwal poli, dan informasi kesehatan.

Menurut tim promosi kesehatan RSUD Lembang, pada masa pandemi program promosi kesehatan lebih efektif melalui media sosial. Komunikasi yang dilakukan rumah sakit dengan masyarakat lebih dominan melalui media sosial. Informasi yang kerap disampaikan masyarakat melalui media sosial adalah pengaduan, jadwal dokter, tata cara pendaftaran *online*, permintaan surat rujukan, dan pelayanan masyarakat.

Salah satu media sosial yang digunakan RSUD Lembang adalah Instagram, media ini digunakan sejak 2019. Informasi yang disajikan pada media ini adalah terkait penyakit hepatitis, tuberculosis, covid 19, hipertensi, talasemia, asma, serta malaria. Promosi kesehatan dilakukan dengan memberikan edukasi terkait vaksin, isolasi dan karantina mandiri, adaptasi kebiasaan baru,

serta penggunaan masker. Beberapa informasi lain yang disampaikan adalah donor darah, kegiatan rumah sakit, dan tips kesehatan. Promosi kesehatan melalui media Instagram dinilai cukup menarik dan informatif, namun respon pengguna media Instagram terhadap informasi yang terlihat belum banyak. Beberapa informasi adalah unggahan ulang dari Kementerian Kesehatan.



**Gambar 1 : Edukasi Penyakit Asma**  
**Sumber : Instagram RSUD Lembang, 2021**

Media Facebook digunakan pada masa pandemi covid 19 yakni sejak tahun 2021. Jumlah unggahan pada media facebook adalah 64. Informasi yang disampaikan pada media facebook disajikan dalam format teks dan e-poster. Promosi kesehatan yang disampaikan adalah edukasi terkait covid, vaksin, masker, vitamin, dan makanan bergizi. Interaksi dengan pengguna facebook terlihat belum cukup banyak.

Media sosial selanjutnya yang digunakan adalah twitter dengan jumlah unggahan 139 sejak tahun 2019. Pada media twitter promosi kesehatan disampaikan melalui tips kesehatan. Sebagian besar informasi pada media twitter adalah repost dari media lainnya. Informasi pada twitter terkoneksi dengan konten yang ada pada media Instagram.

Konten media sosial menggunakan beberapa taktik dengan menggunakan hastag (#), menggunakan *caption* yang lebih dipahami masyarakat, dan sesuai kebutuhan rumah sakit. Untuk mengevaluasi *feedback* dari pengguna media sosial, beberapa hal yang dievaluasi adalah jumlah *like*, *comment*, pesan langsung atau *direct message* pada Instagram feeds dan Instagram story.

Melalui program promosi kesehatan, rumah sakit dapat menyampaikan berbagai informasi dengan baik kepada masyarakat. Disamping itu, dengan promosi kesehatan diharapkan dapat meningkatkan citra rumah sakit. Program promosi kesehatan lainnya adalah webinar yang dilaksanakan untuk menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat.

**KESIMPULAN**

Promosi kesehatan dilakukan melalui kegiatan memberikan informasi, mempengaruhi, dan membantu masyarakat untuk meningkatkan derajat kesehatan. Media promosi kesehatan yang digunakan RSUD Lembang adalah media cetak, media audiovisual, dan media sosial. Informasi yang disampaikan melalui media tersebut adalah informasi penyakit, obat, serta edukasi kesehatan terkait vaksin, isolasi dan karantina mandiri, adaptasi kebiasaan baru, serta penggunaan masker.

Media cetak yang digunakan RSUD Lembang adalah *leaflet*, informasi yang disampaikan adalah terkait dengan 10 besar penyakit di rumah sakit. Media selanjutnya yang digunakan adalah audiovisual yang menyiarkan informasi dan edukasi dari rumah sakit dan materi dari Kementerian Kesehatan, untuk disosialisasikan kepada masyarakat yang tersedia di ruang rawat inap dan media audiovisual.

Media sosial yang digunakan adalah Instagram, facebook, dan twitter. Informasi yang disajikan pada media sosial adalah terkait penyakit serta edukasi terkait kesehatan. Promosi kesehatan melalui media sosial dinilai cukup menarik dan informatif, namun interaksi antara pengguna media sosial masih minim. Program promosi kesehatan lainnya adalah webinar yang dilaksanakan untuk menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat. Rumah sakit menyampaikan berbagai informasi dan edukasi kesehatan melalui promosi kesehatan kepada pasien, keluarga pasien, dan masyarakat untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

**DAFTAR REFERENSI**

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