

---

**MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT UMUM  
DAERAH**

Oleh

**Renata Anisa<sup>1)</sup>, Yustikasari<sup>2)</sup>, Retasari Dewi<sup>3)</sup>****<sup>1,2,3</sup>Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas  
Padjadjaran****Jalan Raya Bandung-Sumedang KM.21, Jatinangor****Email: <sup>1</sup>[renata@unpad.ac.id](mailto:renata@unpad.ac.id), <sup>2</sup>[yustikasari@unpad.ac.id](mailto:yustikasari@unpad.ac.id), <sup>3</sup>[retasari.dewi@unpad.ac.id](mailto:retasari.dewi@unpad.ac.id)****Abstrak**

Perkembangan teknologi dan informasi mempengaruhi berbagai sektor kehidupan. Sektor Kesehatan dalam hal ini rumah sakit adalah salah satu yang adaptif mengikuti perkembangan dalam menjalankan fungsi pelayanan kepada masyarakat. Rumah sakit pemerintah telah memanfaatkan berbagai media untuk menyampaikan informasi, memberikan edukasi, dan melakukan promosi kesehatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui media informasi dan promosi kesehatan yang digunakan rumah sakit pemerintah untuk berkomunikasi dengan publik yakni pasien, keluarga pasien, dan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Narasumber dalam penelitian ini adalah tim promotor kesehatan dari RSUD Kabupaten Sumedang dan RSUD Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media informasi dan promosi yang digunakan rumah sakit adalah media cetak yakni brosur, *banner*, dan poster. Media lainnya adalah media audio dan media sosial yakni website, facebook, instagram, dan youtube. Media tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi dan edukasi kesehatan, informasi pelayanan rumah sakit, serta promosi kesehatan.

**Kata Kunci: Media, Informasi, Promosi, Promosi Kesehatan, Rumah Sakit****PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi dan informasi berdampak pada berbagai sektor kehidupan. Sektor Ekonomi, sosial, budaya, kesehatan, keuangan, pendidikan turut beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan informasi. Di tengah keterbatasan pergerakan masyarakat pada masa Pandemi Covid 19 peran teknologi semakin penting dan kini telah merubah tatanan kehidupan. Sektor Kesehatan dalam hal ini rumah sakit melakukan berbagai upaya adaptasi di masa pandemi, salah satunya dengan mengoptimalkan penggunaan media digital untuk menyampaikan informasi kesehatan, memberikan edukasi, dan berkomunikasi dengan publik.

Rumah Sakit wajib menyelenggarakan promosi kesehatan rumah sakit (PKRS) sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik

Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Promosi 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.

Promosi kesehatan diselenggarakan dengan paradigma sehat, kesetaraan, kemandirian, keterpaduan, dan kesinambungan. Rumah sakit melakukan promosi kesehatan kepada publik yakni pasien, keluarga pasien, sdm rumah sakit, pengunjung rumah sakit, dan masyarakat sekitar rumah sakit (**Kemenkes, 2018**).

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui media informasi dan promosi kesehatan yang digunakan rumah sakit pemerintah untuk berkomunikasi dengan publik yakni pasien, keluarga pasien, dan masyarakat umum.

## LANDASAN TEORI

Media merupakan yang saluran yang digunakan oleh komunikator atau sumber untuk menyampaikan dan menyebarkan sejumlah informasi kepada komunikan atau penerima pesan sehingga dapat mempengaruhi opini publik, persepsi, sikap, maupun perilaku komunikan. Dalam proses komunikasi, terdapat beberapa media yang dapat digunakan diantaranya adalah media cetak, elektronik, film, dan media siber atau internet. Penggunaan media yang tepat dan sesuai dengan target audiens dapat berdampak pada efektifitas komunikasi, komunikasi yang efektif adalah ketika suatu informasi yang disampaikan komunikator dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh komunikan.

Saat ini, media memiliki peran yang penting di masyarakat. Media berperan untuk memberikan informasi, mendidik, dan menghibur masyarakat. Media membantu pengguna untuk mengetahui situasi saat ini di seluruh dunia. Media memiliki dampak sosial dan budaya yang besar pada masyarakat. 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 telah mendorong organisasi, pemerintah, dan perusahaan untuk berupaya mengeluarkan biaya yang lebih sedikit untuk mencapai tujuan yang lebih banyak. Mereka menginginkan setiap orang dapat menyampaikan pesan dengan tanpa menghabiskan banyak uang seperti pada media cetak, televisi, dan radio (Kerpen, 2011).

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. Promosi memiliki tujuan untuk mendorong pelanggan ke arah pembelian, baik dalam jangka pendek maupun membangun hubungan jangka panjang, mendorong *retailer* untuk menjual barang yang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan barang, mengiklankan produk, menyediakan ruang *display* yang lebih luas, untuk tenaga penjual promosi dapat meningkatkan kesempatan mendapatkan pelanggan baru (Kotler, Prinsip-prinsip Pemasaran, 2008).

Dalam konteks rumah sakit, promosi kesehatan dilakukan dengan memberikan informasi dan edukasi mengenai kesehatan kepada pasien, keluarga pasien, dan masyarakat secara umum. Sarana promosi yang dapat digunakan perusahaan adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan *personal* (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*) (Kotler, 2008).

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. 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 dengan observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Peneliti melakukan pengamatan pada media-media yang digunakan rumah sakit umum daerah seperti website, facebook, instagram, dan youtube. Jenis informasi,

interaksi, dan respon pengguna media sosial terhadap informasi yang diunggah adalah beberapa yang diamati oleh peneliti.

Narasumber dalam penelitian ini adalah tim Promosi Kesehatan dan Humas RSUD Kota Bandung dan tim promosi kesehatan RSUD Kabupaten Sumedang. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan terkait program promosi kesehatan, media informasi dan promosi yang digunakan, efektivitas media yang digunakan serta evaluasi terhadap media-media tersebut. 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 (RSUD) Kota Bandung dan Kabupaten Sumedang adalah rumah sakit pemerintah yang memiliki unit promosi kesehatan rumah sakit (PKRS) sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan dimana rumah sakit wajib melaksanakan promosi kesehatan rumah sakit. RSUD telah memanfaatkan berbagai media untuk menyampaikan informasi, memberikan edukasi, serta memberikan informasi mengenai layanan rumah sakit. Beberapa media yang kerap digunakan rumah sakit umum daerah adalah media cetak seperti brosur, leaflet, *banner*, poster, spanduk, dan baligo. Media lainnya adalah media digital seperti website, facebook, instagram, dan youtube. Media internal rumah sakit yang juga dapat digunakan adalah audio dan video yang dapat menjangkau ruang-ruang di rumah sakit seperti ruang tunggu pasien, ruang rawat jalan, dan ruang rawat inap.

**Tabel 1. Media Informasi dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah**

Rumah Sakit	Jenis Media	Bentuk Media
RSUD KOTA BANDUNG	Cetak	Brosur, Leaflet, Banner
	Audio	Audio
	Website	<a href="https://rsudkotabandung.g.web.id/">https://rsudkotabandung.g.web.id/</a>
	Instagram	RSUDBandung
	Facebook	RSUD Kota Bandung
RSUD KABUPATEN SUMEDANG	Youtube	RSUD Kota Bandung
	Cetak	Leaflet, Banner, Koran
	Elektronik	Video dan Radio
	Website	<a href="https://rsud.sumedangkab.go.id/">https://rsud.sumedangkab.go.id/</a>
	Instagram	rsudkabsumedang
RSUD KABUPATEN SUMEDANG	Facebook	RSUD Kabupaten Sumedang
	Youtube	RSUD Kabupaten Sumedang

RSUD Kota Bandung memiliki unit promosi kesehatan yang telah berdiri sejak tahun 2018. Promosi kesehatan rumah sakit memiliki fungsi informasi dan edukasi kepada publik dalam hal ini adalah pasien, keluarga pasien, dan masyarakat sekitar rumah sakit. Kegiatan yang kerap dilaksanakan unit promosi kesehatan RSUD Kota Bandung adalah penyuluhan dan sosialisasi baik melalui media cetak seperti brosur, leaflet, poster, dan *banner* maupun media digital seperti website dan instagram. Dalam melakukan penyuluhan, unit promosi kesehatan bekerjasama dengan unit PPA yang membawahi dokter, perawat, gizi, dan bidan. Tema penyuluhan diangkat dari isu kesehatan yang sedang berkembang di rumah sakit, seperti penyakit terbanyak di rumah sakit atau disesuaikan dengan hari kesehatan, seperti hari diabetes, hari kanker, dan hiv aids. Program promosi kesehatan lainnya dari RSUD Kota Bandung adalah kerjasama dengan Persadia (Persatuan diabetes Indonesia) dan komunitas lansia di wilayah untuk memberikan edukasi kesehatan terkait penyakit jantung, diabetes, dan penyakit lainnya. Penyuluhan ini

dilakukan secara langsung di lokasi-lokasi kegiatan persadia.

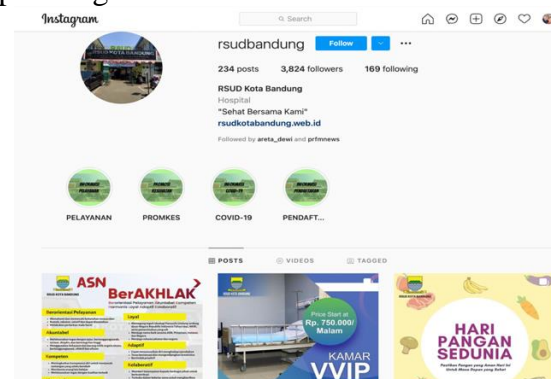
Rumah sakit umum daerah Kota Bandung dalam melakukan promosi kesehatan menggunakan berbagai media untuk menjangkau target sasaran, pemilihan media disesuaikan dengan karakteristik audiens. Untuk menjangkau target pasien dan keluarga pasien, rumah sakit menggunakan media cetak seperti brosur, leaflet, *banner*, dan spanduk serta media audio yang dapat menjangkau ruang-ruang di rumah sakit. Sementara, untuk menjangkau masyarakat umum rumah sakit menggunakan media digital seperti website, facebook, dan instagram. Berbagai informasi disampaikan melalui media tersebut diantaranya adalah informasi vaksin dan penggunaan masker, sosialisasi cuci tangan, penggunaan APD dan edukasi kesehatan lainnya.

Menurut tim promosi kesehatan RSUD Kota Bandung, tantangan yang dihadapi saat ini adalah 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 berbagai informasi, audio tersebut dapat menjangkau ruang rawat jalan dan rawat inap di rumah sakit, sehingga diharapkan informasi dan edukasi melalui radio dapat berjalan efektif.

Pada halaman resmi RSUD Kota Bandung terdapat beberapa kategori informasi diantaranya adalah profil rumah sakit yang menyajikan informasi sejarah, visi misi, struktur organisasi, dan prestasi. Fasilitas pelayanan dan penunjang, standar pelayanan rumah sakit seperti IGD, radiologi, rawat inap, dan farmasi. Selanjutnya informasi kesehatan seperti tarif pelayanan kesehatan, data kunjungan, serta jadwal dokter. Kategori selanjutnya adalah PPID, saran, serta link menuju jurnal kedokteran. Website resmi RSUD Kota Bandung cukup informatif dengan disain yang menarik. Masyarakat dapat

mengakses berbagai informasi resmi rumah sakit melalui website.

Pada masa pandemi Covid 19 terdapat perbedaan yang signifikan dalam penyampaian informasi kepada publik, jika sebelumnya media tatap muka atau edukasi langsung kepada pasien dan keluarga pasien dinilai efektif, saat ini interaksi secara langsung dihilangkan untuk menghindari penyebaran virus covid. Pada masa pandemi seperti saat ini, rumah sakit mengoptimalkan penggunaan media sosial. Penggunaan media website dan instagram telah dimulai sejak 2019. Dalam penyusunan konten, tim promosi kesehatan melakukan perencanaan konten per 2 minggu. Untuk konten media sosial, tema yang diangkat berdasarkan data rekam medik rumah sakit seperti data 10 penyakit terbanyak di rumah sakit dan isu kesehatan terkini. Informasi atau data dalam media sosial diperoleh dari berbagai narasumber seperti dokter, bidan, perawat, dan psikolog rumah sakit.



**Gambar 1. Media Sosial Instagram RSUD Kota Bandung**

Akun media instagram @rsudbandung memiliki pengikut 3,824 dengan jumlah unggahan 234. Kategori informasi yang disampaikan dalam *highlight* instagram adalah pelayanan, promosi kesehatan, Covid-19, dan pendaftaran. Selanjutnya informasi yang disampaikan dalam *feeds* instagram dapat dikategorikan menjadi *event* rumah sakit, edukasi vaksin, informasi kesehatan, serta layanan rumah sakit. *Event* rumah sakit diantaranya pelatihan pegawai, perayaan HUT

RI, kegiatan olah raga, dan *talk show*. Edukasi vaksin seperti campak, rubella, dan vaksinasi covid. Informasi kesehatan yang disampaikan diantaranya gerakan masyarakat hidup sehat, tips mengatasi stress, gizi seimbang, penyakit tuberkulosis, gagal jantung, demam dengue, *bronchopneumonia*, hepatitis, diabetes mellitus, hipertensi, gangguan pendengaran, serta tips mengurangi risiko kanker. Informasi layanan rumah sakit seperti layanan laboratorium, pendaftaran rawat jalan, layanan MRI, dan informasi ruang kamar.

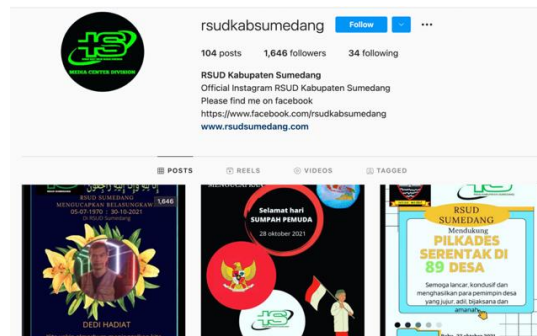
Pada media facebook tidak terdapat informasi kesehatan hanya diunggah logo dan sambutan dari rumah sakit, media facebook tidak aktif digunakan sejak tahun 2017. Selanjutnya pada media youtube informasi yang disampaikan adalah tata cara pendaftaran rumah sakit dengan jumlah subscriber 2.

Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Sumedang, komunikasi pada masa pandemi Covid 19 dilakukan dengan memanfaatkan media cetak seperti *leaflet* dan *banner*, media audio, dan media visual seperti video edukasi yang ditampilkan di ruang-ruang rumah sakit. Beberapa informasi yang disampaikan adalah cara mencuci tangan, penggunaan masker, dan edukasi vaksin.

Jenis informasi yang disampaikan melalui media sosial bersifat situasional, dimana konten disesuaikan dengan kebutuhan kesehatan. Menurut tim promosi kesehatan media yang cukup efektif saat ini untuk menyampaikan berbagai pesan kesehatan adalah spanduk besar yang dipasang di depan rumah sakit dan media whatsapp. Informasi yang disampaikan pada media cetak adalah edukasi cuci tangan, edukasi penggunaan masker, dan APD serta tata cara isolasi mandiri. Sementara, pada konten sosial media, informasi yang kerap disampaikan adalah informasi kesehatan, pelayanan rumah sakit untuk masyarakat, dan informasi donasi.

Pada halaman website RSUD Kabupaten Sumedang terdapat beberapa kategori yakni literasi, berita, agenda, dan

publikasi. Pada halaman literasi, terdapat modul dalam bentuk video yang dapat digunakan siswa SMP pada mata pelajaran bahasa inggris, pendidikan jasmani, olahraga, dan kesehatan. Selanjutnya, pada kategori berita dan agenda tidak ditemukan informasi. Pada kategori publikasi terdapat *virtual tour* yang menggambarkan rumah sakit, informasi struktur organisasi, rencana strategis, dan kontak rumah sakit.



**Gambar 2. Media Sosial Instagram RSUD Kabupaten Sumedang**

Berdasarkan pengamatan peneliti, media instagram adalah media aktif yang digunakan RSUD Kabupaten Sumedang dengan jumlah unggahan 104 dan jumlah *followers* 1,646. Informasi terdiri dari kategori *event* atau kegiatan rumah sakit, berita pasien, dan informasi rumah sakit. *Event* rumah sakit terdiri dari sosialisasi, akreditasi rumah sakit, penanganan bencana di rumah sakit, serta kegiatan pembinaan dan akseleras. Kategori berita pasien terdiri dari berita kesembuhan pasien dan penanganan pasien di rumah sakit. Informasi rumah sakit terdiri dari jadwal pelayanan poliklinik, jadwal unit dan instalasi, survey kepuasan pasien, jadwal vaksinasi. Selanjutnya, berdasarkan pengamatan peneliti media facebook RSUD Kabupaten Sumedang, media tersebut tidak aktif dan tidak terdapat unggahan maupun informasi. RSUD Kabupaten Sumedang bekerjasama pula dengan media cetak Koran Sumedang untuk memberikan edukasi kesehatan kepada masyarakat serta menyelenggarakan *talk show* dengan tema-tema kesehatan. Tema yang

diangkat berdasarkan pada isu kesehatan yang berkembang di masyarakat maupun penyakit tertingggi yang ada di rumah sakit.

Pada media radio, dilakukan konsultasi secara *online*, dimana pendengar dapat mengajukan berbagai pertanyaan seputar kesehatan dan mendapatkan penjelasan dari tim rumah sakit. Berdasarkan wawancara penulis dengan tim promosi kesehatan rumah sakit (PKRS), tantangan yang dihadapi tim promosi kesehatan saat pandemi adalah edukasi kesehatan diharapkan dapat berlangsung dua arah, tidak hanya penyampaian informasi dari rumah sakit, namun mendapatkan *feedback* dari publik.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Media informasi dan promosi kesehatan yang digunakan rumah sakit umum daerah dapat dikategorikan menjadi sebagai berikut : (1) Media Cetak yang terdiri dari brosur, leaflet, *banner*, spanduk, poster, dan baligo, (2) Media internal rumah sakit yang terdiri dari media audio dan video, (3) Media elektronik yang terdiri dari radio dan televisi, dan (4) Media Digital yang terdiri dari website, facebook, instagram, dan youtube.

Pada masa pandemi Covid 19 rumah sakit pemerintah berupaya mengoptimalkan penggunaan media digital untuk menyampaikan berbagai informasi dan promosi kesehatan kepada publik. Promosi kesehatan yang disampaikan melalui media digital tersebut adalah edukasi kesehatan seperti mencuci tangan, PHBS, tata cara isolasi mandiri, informasi penyakit, penggunaan masker, dan edukasi vaksin. Selanjutnya kegiatan rumah sakit seperti penyuluhan dan sosialisasi, serta informasi pelayanan rumah sakit seperti jadwal instalasi, unit, pelayanan vaksin dan MRI.

Media komunikasi yang dinilai efektif oleh tim promosi kesehatan rumah sakit adalah media internal cetak seperti poster atau baligo yang disimpan di depan rumah sakit, dimana

informasi tersebut dapat dilihat dan dijangkau seluruh pasien, keluarga, dan sdm rumah sakit. Selanjutnya media sosial yang dinilai cukup efektif adalah facebook dan instagram. Pada media sosial komunikasi berlangsung dua arah, dimana pasien atau keluarga pasien dapat menyampaikan berbagai pertanyaan seputar kesehatan dan pelayanan rumah sakit.

### Saran

Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan identifikasi media informasi dan promosi tidak hanya pada rumah sakit umum daerah namun juga pada rumah sakit pemerintah lainnya dan rumah sakit swasta, sehingga dapat diidentifikasi media yang tepat dan efektif untuk media promosi rumah sakit.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kerpen, D. (2011). *Likeable Social Media: How to Delight Your Customers, Create an Irresistible*. New York: McGraw-Hill.
- [2] Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, California, United States: SAGE Publications, Inc.
- [3] 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.
- [4] Preeti. (2014). Education and Role of Media in Education System. *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)*, 1.
- [5] Kotler, P. a. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1 . Jakarta: Erlangga.
- [6] Kotler, P. a. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga .
- [7] Kemenkes. (2018). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit*. Jakarta : Kemenkes.