

Implementasi Promosi Kesehatan dalam Meningkatkan Kesehatan Masyarakat pada Rumah Sakit di Jawa Barat

Renata Anisa¹, Retasari Dewi², Yustikasari³

^{1,2,3} Universitas Padjadjaran

E-mail: renata@unpad.ac.id, retasari.dewi@unpad.ac.id, yustikasari@unpad.ac.id

Article History:

Received: 20 Juli 2024

Revised: 04 Agustus 2024

Accepted: 07 Agustus 2024

Keywords: Promosi, Kesehatan, Rumah Sakit.

Abstrak: Promosi kesehatan merupakan proses menyampaikan informasi, edukasi, dan merubah perilaku masyarakat sehingga dapat meningkatkan kesehatan menuju derajat kesehatan yang optimal. Rumah sakit wajib menyelenggarakan promosi kesehatan sesuai peraturan Menteri Kesehatan kepada pasien, keluarga pasien, tenaga kesehatan, dan masyarakat sesuai dengan prinsip paradigma sehat. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui implementasi promosi kesehatan Rumah Sakit Kebonjati Bandung dalam meningkatkan kesehatan masyarakat serta media komunikasi yang digunakan dalam mempublikasikan promosi kesehatan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi deskriptif dengan teknik pengumpulan data studi pustaka, observasi, dan wawancara mendalam dengan penanggung jawab promosi kesehatan rumah sakit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi kesehatan di RS Kebon Jati dilaksanakan sejak tahun 2017 yang terintegrasi dengan program pemerintah. Program promosi kesehatan yang dilaksanakan rumah sakit adalah penyuluhan kesehatan, sosialisasi, bakti sosial, senam diabetes, dan talkshow. Informasi yang disampaikan adalah layanan rumah sakit, edukasi pencegahan penyakit dan pengobatan penyakit. Media komunikasi yang digunakan dalam mempublikasikan promosi kesehatan adalah media cetak, audiovisual, dan digital serta media massa. Media internal rumah sakit yang dimanfaatkan adalah adalah brosur, leaflet, banner, sticker, televisi rumah sakit, dan media digital website, facebook, Instagram, dan youtube, sementara media massa yang bekerjasama dalam melaksanakan promosi kesehatan adalah radio dan televisi.

PENDAHULUAN

Promosi kesehatan merupakan salah satu fungsi rumah sakit untuk meningkatkan

pengetahuan, kesadaran, dan perubahan perilaku sehingga dapat meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Humas dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) melaksanakan program promosi kesehatan di rumah sakit yang ditujukan untuk tenaga kesehatan, pasien dan keluarga, serta masyarakat sekitar. Kerjasama dan penggunaan media komunikasi dapat dimanfaatkan oleh PKRS rumah sakit untuk mempublikasikan program promkes dan menjangkau publik yang lebih luas.

Menurut Permenkes RI Nomor 44 Tahun 2018 tentang penyelenggaraan promosi kesehatan, 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).

Pada penelitian penerapan promosi kesehatan pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi, hasil penelitian menunjukkan rumah sakit telah memenuhi ketentuan pemerintah, mulai kebijakan sampai dengan pelaksanaan promkes tersusun dengan baik dan terarah. Pembagian petugas PKRS terdiri dari berbagai bidang yang mempermudah diseminasi informasi promosi kesehatan. Pada sebagian besar pelayanan terdapat pemberian informasi secara visual seperti leaflet, poster, maupun papan informasi. Rumah sakit secara aktif memberikan penyuluhan kepada pasien, keluarga pasien dan petugas kesehatan lain dalam upaya peningkatan pengetahuan terhadap masalah kesehatan tertentu, serta bimbingan rohani kepada pasien rawat inap. Pemenuhan kebutuhan promosi kesehatan secara umum telah dilaksanakan dengan baik, akan tetapi pada poin pemberian informasi kepada masyarakat sekitar belum dilaksanakan secara intens dan belum membentuk kelompok kesehatan tertentu guna pemberdayaan masyarakat (Devi et al., 2018)

Implementasi promosi kesehatan di rumah sakit melibatkan tenaga kesehatan, humas, pkrs, marketing, komunitas, puskesmas, masyarakat, dan media massa. Adapun media yang dapat digunakan adalah media internal seperti *flyer*, *banner*, baligo, tv commercial, radio, serta media digital rumah sakit seperti website, Instagram, facebook, twitter, tiktik, dan youtube. Sementara, media external digunakan untuk menjangkau publik yang lebih luas seperti koran atau majalah, radio, dan televisi. Rumah sakit dapat bekerjasama dengan komunitas, puskesmas, dan masyarakat sekitar untuk menyelenggarakan *special event* seperti jalan sehat dan penyuluhan kesehatan. Untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat Indonesia dibutuhkan kolaborasi berbagai pihak yakni internal dan external rumah sakit. Terdapat beberapa penelitian mengenai implementasi dan program promosi kesehatan rumah sakit di Indonesia.

Penelitian implementasi standar promosi kesehatan rumah sakit (PKRS) di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi PKRS belum optimal sesuai standar PKRS diantaranya bentuk organisasi masih berupa unit dimana seharusnya sudah dalam bentuk instalasi, belum dilaksanakannya assesmen terhadap SDM Rumah Sakit dan belum adanya penelitian tentang PKRS. Rumah Sakit diharapkan mendukung faktor-faktor yang berkaitan dengan peningkatan bentuk organisasi Unit Pemasaran dan PKRS menjadi instalasi, membentuk tim khusus untuk pelaksanaan assesmen terhadap SDM Rumah Sakit dan mendorong SDM Rumah Sakit untuk melakukan penelitian tentang PKRS (Fairuz, 2022).

Selanjutnya, pada penelitian 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, flippcart, 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 lainnya mengenai Implementasi Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit di Era Jaminan Kesehatan Nasional hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi penyelenggaraan PKRS masih belum optimal pelaksanaannya. Meskipun telah adanya dukungan dan komitmen pelaksana yang baik, namun ada faktor lain yang bisa mempengaruhi implementasi konsep tersebut seperti masih belum lengkapnya sumber daya yang dimiliki, komunikasi yang terjalin antar petugas masih kurang terkait aktivitas PKRS. Rumah sakit diharapkan dapat merealisasikan dukungan dan komitmen menjadi suatu kebutuhan untuk mengimplementasikan PKRS dengan optimal (Rae Febrian et al., 2020).

Edukasi kesehatan dapat disampaikan melalui informasi layanan dan fasilitas rumah sakit, pola hidup sehat, pencegahan penyakit, serta metode pengobatan kepada pasien, keluarga pasien, tenaga medis, dan masyarakat. Implementasi promosi kesehatan di rumah sakit belum seluruhnya dilaksanakan dengan optimal, berdasarkan hasil wawancara dan observasi beberapa rumah sakit di Jawa Barat, tidak semua rumah sakit memiliki unit/instalasi promosi kesehatan rumah sakit (PKRS) dan menjalankan fungsi promosi kesehatan dengan optimal.

Pada penelitian pelaksanaan promosi kesehatan rumah sakit dalam upaya menjaga keselamatan, hasil riset menunjukkan bahwa berdasarkan 10 jurnal yang ditinjau, setiap artikel menyatakan bahwa menjaga keselamatan pasien adalah hal yang fundamental di setiap rumah sakit sehingga setiap rumah sakit memiliki program keselamatan pasien yang membutuhkan peran promosi kesehatan untuk mengkomunikasikan budaya keselamatan pasien, peran promosi kesehatan sangat penting untuk komunikasi antar tenaga medis untuk menerapkan budaya keselamatan pasien di rumah sakit sehingga dapat mencegah insiden keselamatan pasien (Putri, 2023).

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 & Keller, 2016). Sementara, Promosi kesehatan merupakan suatu bentuk pendidikan yang berupaya agar masyarakat berperilaku kesehatan yang baik (Soekidjo, 2007). Dapat disimpulkan bahwa promosi kesehatan adalah aktivitas komunikasi yang dilaksanakan oleh perusahaan atau institusi dalam memberikan informasi dan edukasi kesehatan dengan menggunakan berbagai media untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi promosi kesehatan Rumah Sakit Kebonjati Bandung dalam meningkatkan kesehatan masyarakat serta media komunikasi yang dimanfaatkan dalam mempublikasikan promosi kesehatan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi deskriptif. Peneliti menggambarkan implementasi promosi kesehatan pada Rumah Sakit Kebon Jati di Kota Bandung dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

Pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif yang berkaitan dengan pernyataan

lisan dan nonlisan serta perilaku orang-orang yang diteliti (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).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, observasi, dan wawancara mendalam dengan penanggung jawab/koordinator promosi kesehatan rumah sakit yang menjalankan peran dan fungsi promosi kesehatan. Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan terkait peran dan fungsi PKRS, implementasi promosi kesehatan, unit yang terlibat, media promosi kesehatan yang digunakan, dan kerjasama dengan media. Observasi dilakukan dengan mengamati program dan media promosi kesehatan yang digunakan di rumah sakit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah Sakit Kebon Jati Bandung didirikan pada tahun 1943 yang merupakan rumah sakit Tipe C dengan visi “mewujudkan rumah sakit menjadi pilihan utama masyarakat Kota Bandung dengan pelayanan prima dan kenyamanan bagai di rumah sendiri”. Rumah sakit Kebon Jati memiliki 17 fasilitas ruang rawat jalan, 9 ruang rawat inap, dan 8 fasilitas penunjang medis. Promosi kesehatan di RS Kebon Jati dilaksanakan sejak tahun 2017 dengan program yang terintegrasi dengan program promosi kesehatan yang dilaksanakan pemerintah.

Rumah sakit Kebon Jati memiliki unit humas dan promosi kesehatan, dimana kedua unit ini berkerjasama dengan unit IT dalam pengelolaan media digital. Unit promosi kesehatan dilaksanakan oleh tim perawat yang berfokus pada pelaksanaan program promosi kesehatan. Sementara, unit Humas berdiri sejak tahun 2022 dengan fokus membangun komunikasi dengan pihak eksternal seperti dinas kesehatan, mengelola media internal, serta pengelolaan media sosial. Adapun media internal rumah sakit adalah media cetak seperti leaflet, brosur, banner, media audiovisual seperti tvc, serta media digital seperti website, facebook, Instagram, dan youtube. Media cetak seperti *leaflet* dan brosur disediakan oleh unit humas, namun programnya dilaksanakan oleh unit pkrs. Adapun konten pada media internal cetak dan digital terdiri dari informasi pelayanan rumah sakit, edukasi kesehatan, serta informasi penyakit dan pengobatan.

Tabel 1. Program Promosi Kesehatan Rumah Sakit Kebon Jati

No.	Program Promosi Kesehatan	Media	Informasi	Kerjasama
1.	Penyuluhan Kesehatan	Tatap Muka	Edukasi Kesehatan	Puskesmas
2.	Sosialisasi	Tatap Muka dan Media	Edukasi Penyakit	Pasien dan Masyarakat
3.	Bakti Sosial	Tatap Muka	Edukasi cuci tangan	Masyarakat, Puskesmas, dan Perusahaan
4.	Senam diabetes	Tatap Muka	Edukasi diabetes	Komunitas diabetes
5.	Talk Show	Media Elektronik	Edukasi Hipertensi Computer vision syndrome Nyeri pinggang	Radio RRI TVRI Jabar Dinas Kesehatan

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Implementasi promosi kesehatan dilaksanakan secara tatap muka dan bermedia. Penyuluhan kesehatan dan sosialisasi tatap muka dilakukan kepada pasien, keluarga pasien, masyarakat dan puskesmas. Edukasi di dalam rumah sakit dilakukan di poliklinik dan ruang rawat. Adapun informasi yang disampaikan adalah edukasi kesehatan seperti cara memusnahkan masker, penyakit jantung, diabetes, hipertensi, edukasi gizi makanan dan edukasi lainnya. Program promosi kesehatan ini dilengkapi dengan fasilitas media cetak seperti leaflet atau brosur. Promosi kesehatan dilakukan dengan tatap muka dengan tujuan pasien dan keluarga pasien memahami informasi yang disampaikan sehingga dapat merubah perilaku untuk meningkatkan derajat kesehatan. Edukasi dilakukan pada hari-hari dimana tingkat kunjungan rumah sakit tinggi. Sementara, kerjasama dilakukan dengan puskesmas, komunitas, masyarakat, media massa dan perusahaan.

Kegiatan tatap muka lainnya yang dilaksanakan adalah bakti sosial yang berkerjasama dengan masyarakat, puskesmas, dan perusahaan. Adapun informasi yang disampaikan diantaranya adalah edukasi cuci tangan dan pencegahan penyakit. Selanjutnya, rumah sakit bekerjasama dengan komunitas diabetes dalam menyelenggarakan senam diabetes, dengan edukasi yang disampaikan adalah informasi mengenai pengobatan diabetes dan cara menyuntik yang benar bagi penderita diabetes.



Gambar 1. Program Talkshow di TVRI Jawa Barat

Sumber : Instagram @rskebonjati

Program selanjutnya yang dilaksanakan rumah sakit adalah *talk show* yang bekerjasama dengan media elektronik yakni radio RRI dan TVRI Jawa Barat serta dinas kesehatan untuk menjangkau publik yang lebih luas. Edukasi yang disampaikan diantaranya *Computer vision syndrome* dengan narasumber dokter RS Kebonjati dr. Mayarani Sp.M. Audiens dapat menyampaikan pertanyaan secara langsung melalui saluran telepon saat Live. Informasi yang disampaikan diantaranya adalah gejala yang dirasakan pasien karena penggunaan gadget atau

komputer yang berlebihan seperti mata lelah, buram, tegang, pusing, hingga nyeri kepala. Dilanjutkan dengan informasi aturan penggunaan gadget atau komputer, dimana setelah 20 menit melihat dekat, mata perlu diistirahatkan selama 20 detik melihat jauh (6 meter). Selanjutnya, setelah 3 x 20 menit, mata perlu diistirahatkan selama 30 menit dengan melihat jauh (6 meter). Jika mata tidak diistirahatkan dapat berdampak pada kelelahan otot mata yang mengakibatkan penglihatan menjadi blur, silau, serta tidak fokus dan pada masa mendatang mengakibatkan kelainan refraksi. Adapun jarak mata dengan gadget atau komputer adalah 30-50 cm dengan pencahayaan yang baik dan posisi duduk yang tegak.

Dokter mata juga menyampaikan bahwa pemeriksaan mata perlu dilakukan sejak lahir dilanjutkan pada usia 5 tahun untuk melihat kondisi mata sejak dini. Edukasi selanjutnya, anak-anak sebaiknya baru menggunakan *handphone* diatas usia 3 tahun dengan durasi yang dibatasi. Hal ini dikarenakan cahaya dan radiasi dari *handphone* dapat merusak pusat penglihatan mata. Untuk pasien yang telah memiliki kelainan pada mata, sebaiknya dilakukan kontrol mata dapat dilakukan setiap 6 bulan untuk menilai, mengevaluasi, dan melihat potensi kelainan lainnya pada mata. Kesimpulan pada talk show *Computer vision syndrome* adalah tidak menggunakan gadget atau komputer secara berlebihan, aktivitas mata harus disesuaikan dengan aturan yakni 20:20, dimana setelah melihat dekat 20 menit mata diistirahatkan selama 20 detik (melihat jauh) serta menyesuaikan jarak mata dengan gadget atau komputer serta posisi duduk yang baik.

Perbedaan yang cukup signifikan pada implementasi promosi kesehatan adalah saat pandemi covid 19, rumah sakit mengurangi interaksi secara langsung dengan masyarakat dan memfokuskan promosi kesehatan pada media cetak seperti leaflet. Sementara, penggunaan media sosial belum dioptimalkan pada masa pandemi. Konten informasi dan edukasi kesehatan berdasarkan pada penyakit yang sedang tinggi seperti covid dan cacar monyet. Adapun materi edukasi diperoleh dari tenaga kesehatan seperti dokter dan perawat melalui wawancara. Konten informasi juga berdasarkan permintaan manajemen. Rumah sakit melakukan evaluasi program promosi kesehatan secara berkala setiap triwulan.

Tim promosi kesehatan rumah sakit telah tersertifikasi dengan mengikuti pelatihan dari Dinas Kesehatan dan Kementrian Kesehatan, untuk selanjutnya informasi disampaikan kepada tim promosi kesehatan lainnya. Rumah sakit berharap masyarakat dan rumah sakit dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dengan merubah perilaku hidup sehat. Masyarakat, pemerintah, perusahaan, dan media massa dapat turut berperan aktif menyampaikan informasi dan edukasi kesehatan dengan melaksanakan peran nya masing-masing. Masyarakat dapat secara aktif mencari dan mengadopsi edukasi kesehatan dari berbagai media, pemerintah dapat mendorong puskesmas, rumah sakit, dan lembaga kesehatan untuk mengoptimalkan program promosi kesehatan. Perusahaan dapat mengedukasi konsumen untuk berperilaku hidup sehat. Sementara, media massa dapat menyebarluaskan informasi dan edukasi kesehatan kepada publik yang lebih luas dengan bekerjasama dengan tenaga kesehatan rumah sakit.

Tabel 2. Media Promosi Kesehatan Rumah Sakit

No.	Media	Akun	Jumlah Konten	Followers/ Subscribers
1.	Cetak dan Audiovisual	Brosur, Leaflet, Banner, Sticker, tv commercial	-	
2.	Website	https://www.rskebonjati.com/	-	

3.	Instagram	@rskebonjati	191	1,599
4.	Facebook	Rumah Sakit Kebonjati	82	1
5.	Youtube	RS Kebonjati	1	7

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Media internal yang digunakan rumah sakit untuk promosi kesehatan adalah media cetak brosur, *leaflet*, *banner*, dan *sticker*. Sementara, media audio visual yang digunakan adalah video edukasi kesehatan pada tvc yang berada di poliklinik yang dikelola oleh tim promosi kesehatan. Selanjutnya, media digital website, Instagram, facebook, dan youtube dikelola oleh unit humas dan unit IT rumah sakit.

Pada website resmi rumah sakit dengan halaman <https://www.rskebonjati.com/> informasi yang disampaikan adalah profil rumah sakit, jadwal dokter, fasilitas, informasi *customer service*, dan berita. Terdapat promosi paket medical *checkup* pada halaman utama. Adapun edukasi kesehatan yang disampaikan adalah artikel mengenai penyakit demam berdarah, penyakit paru, dan tuberculosis.



Gambar 2. Edukasi Kesehatan Pneumonia

Sumber : Instagram @rskebonjati

Media sosial Instagram @rskebonjati memiliki jumlah konten dan *followers* tertinggi dibandingkan media lainnya dengan 191 konten dan 1,599 *followers*. Pada media Instagram, informasi disajikan dengan cukup lengkap dengan audiovisual yang menarik. Konten *highlights* pada media Instagram terdiri dari *recruitment*, jadwal dokter, *medical checkup*, *event*, testimoni, *customer service*, dan daftar *online*. Secara umum, konten pada media Instagram dapat dikategorikan menjadi empat yakni informasi pelayanan, edukasi kesehatan, kegiatan/*event* rumah sakit serta hari besar nasional dan internasional. Informasi pelayanan diantaranya

pendaftaran *online* dan paket pemeriksaan. Konten pada media Instagram sebagian besar adalah edukasi kesehatan seperti *stunting*, dehidrasi, penyakit mata, karies gigi, lutut, gagal jantung, vertigo, gagal ginjal, flu singapur, maag, gangguan pendengaran, nyeri perut, epilepsi dan penyakit lainnya yang disajikan dalam bentuk poster dan video dan disajikan dengan menarik. Kegiatan rumah sakit yang dipublikasikan seperti vaksinasi, *gathering* dokter, simulasi kebakaran, dan kegiatan lainnya. Konten terakhir adalah hari besar yang terkait dengan kesehatan seperti hari kebersihan tangan sedunia, hari tuberculosis sedunia, dan hari kanker sedunia. Tidak terdapat komentar atau *feedback* dari audiens, sehingga komunikasi yang terjalin hanya satu arah.

Pada media Facebook informasi yang disampaikan adalah edukasi kesehatan seperti penyakit vertigo sentral, gagal jantung, flu Singapura, sakit maag, gangguan pendengaran, paru-paru basah, dampak merokok, pola hidup sehat, penyakit epilepsi, asam urat, sakit kepala, katarak, serta edukasi lainnya. Terdapat pula promosi rumah sakit seperti paket *medical check up* dan peringatan hari besar nasional dan internasional. Sebagian besar informasi yang disampaikan adalah edukasi kesehatan. Komunikasi pada media facebook terjalin satu arah, dimana tidak terdapat *feedback* dari audiens dan hanya terdapat 82 konten dan 1 *followers*.

Media youtube digunakan sejak 5 Juli 2023, terdapat 1 konten dan 7 *subscribers*. Konten yang disampaikan adalah informasi layanan yakni tutorial pendaftaran rumah sakit kebonjati dengan jumlah *viewers* 1,289. Media youtube saat ini belum dioptimalkan untuk menyampaikan edukasi kesehatan.

Rumah sakit menggunakan media internal cetak dan digital sebagai alat promosi kesehatan. Media sosial belum dimanfaatkan secara optimal untuk memberikan informasi dan edukasi kesehatan. Pada media sosial Instagram dan Facebook terdapat cukup banyak konten edukasi kesehatan dengan visual yang menarik, setiap konten yang diunggah mampu menjangkau lebih dari 1500 audiens. Penggunaan media lainnya seperti youtube dapat dimanfaatkan dengan maksimal, dimana konten audiovisual dengan durasi yang cukup panjang dapat memberikan edukasi kesehatan yang komprehensif.

Evaluasi program promosi kesehatan dilakukan dengan riset kepada target audiens mengenai informasi kesehatan yang disampaikan. Apakah audiens mengkonsumsi obat dengan baik serta mendapatkan pengetahuan dan pemahaman terkait materi yang disampaikan. Keberhasilan sebuah program promosi kesehatan adalah berdasarkan hasil evaluasi yang dilaksanakan. Menurut tim promosi kesehatan, humas rumah sakit pemerintah dan rumah sakit swasta memiliki citra yang sama, karena secara umum memiliki tujuan sama yakni memberikan pelayanan dengan hati. Tim Promosi kesehatan harus memiliki sertifikasi promosi kesehatan. Tantangan yang dihadapi tim promosi kesehatan rumah sakit adalah terkait dengan sumber daya, hal ini dikarenakan anggota tim promosi kesehatan merupakan perawat rumah sakit yang memiliki jam kerja cukup padat.

KESIMPULAN

Rumah Sakit Kebonjati memiliki unit PKRS yang bekerjasama dengan unit humas dan unit IT dalam melaksanakan program promosi kesehatan. Promosi kesehatan di RS Kebon Jati dilaksanakan sejak tahun 2017 yang terintegrasi dengan program promosi kesehatan pemerintah. Unit promosi kesehatan dilaksanakan oleh tim perawat yang berfokus pada pelaksanaan program promosi kesehatan dan unit humas yang berfokus membangun komunikasi dengan pihak

eksternal seperti dinas kesehatan, mengelola media internal, serta pengelolaan media sosial.

Program promosi kesehatan yang dilaksanakan rumah sakit adalah penyuluhan kesehatan, sosialisasi, bakti sosial, senam diabetes, dan talkshow. Rumah sakit berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam melaksanakan program promosi kesehatan seperti puskesmas, masyarakat, komunitas, perusahaan, dan media massa. Sebagian besar program dilaksanakan secara tatap muka untuk memberikan pemahaman langsung kepada masyarakat sehingga dapat merubah perilaku hidup untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

Media yang digunakan untuk publikasi promosi kesehatan adalah media internal cetak, audiovisual, dan digital serta media massa. Media cetak yang dimanfaatkan adalah brosur, leaflet, banner, serta sticker dan media audiovisual yang digunakan adalah tvc rumah sakit. Media digital juga telah dimanfaatkan dalam menyampaikan edukasi kesehatan. Website memuat informasi perusahaan seperti visi misi, informasi layanan, jadwal dokter, dan beberapa edukasi kesehatan. Media sosial seperti facebook dan Instagram menyajikan edukasi kesehatan yang lengkap dan ditampilkan dengan audio dan visual yang menarik. Namun, interaksi dengan audiens belum terlihat pada media sosial sehingga komunikasi dilakukan cenderung satu arah. Rumah sakit bekerjasama dengan media elektronik radio dan televisi untuk menjangkau publik yang lebih luas, pada program talk show di televisi audiens dapat berinteraksi secara langsung melalui telepon interaktif dengan narasumber yakni dokter rumah sakit.

DAFTAR REFERENSI

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Devi, C., Bimatara, R., Fitri Lestari, A., & Dian Eka Sari, J. (2018). PENERAPAN PROMOSI KESEHATAN (PKRS) DI RUMAH SAKIT ISLAM FATIMAH BANYUWANGI. *Jurnal IKESMA*, 14(2), 102–112.
- Fairuz, D. (2022). Implementasi Standar Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik (Vol. 3, Issue 2). <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/ijheco>
- Kemenkes. (2018). PERATURAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 44 TAHUN 2018 (Vol. 1297). www.peraturan.go.id
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.
- Nurdianna, F. (2017). PELAKSANAAN PROMOSI KESEHATAN DI RUMAH SAKIT UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA. *Jurnal Promkes*, 5(2), 217–231.
- Putri, A. H. R. (2023). Pelaksanaan Promosi Kesehatan Rumah Sakit dalam Rangka Upaya Menjaga Keselamatan Pasien : Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(9), 1721–1727. <https://doi.org/10.56338/mppki.v6i9.3621>
- Rae Febrian, M., Permatasari, P., Hida Nurrizka, R., & Ranggauni Hardy. (2020). Analisis Implementasi Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit di Era Jaminan Kesehatan Nasional Analysis of Implementation of Hospital Health Promotion Implementation in the Era of National Health Insurance. In *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* (Vol. 12).
- Soekidjo, N. (2007). *Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni*. Rineka Cipta.
- Taylor, J. Steven. , B. Robert. , & D. L. M. (2016). *Introduction To Qualitative Research Methods*. John Wiley and Sons, Inc.