

MAKALAH PERSI AWARD
YUK KITA CARI TAU BERSAMA RS HERMINA DEPOK



KATEGORI 9
CUSTOMER SERVICE, MARKETING AND PUBLIC RELATION

Disusun oleh :
dr. Hernita S. Satryana, MARS

RUMAH SAKIT HERMINA DEPOK
TAHUN 2024

RINGKASAN

Rumah Sakit Hermina Depok mampu bersaing di era globalisasi memberikan pelayanan berkualitas dan berfokus pada keselamatan pasien. Salah satu upaya untuk memperkenalkan layanan kesehatan kepada masyarakat adalah melalui media sosial seperti instagram. Promosi sebagai strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi mengenai produk jasa pelayanan yang tersedia di rumah sakit, dengan memanfaatkan *platform online* sehingga memudahkan calon pasien untuk mencari informasi tersebut. Program inovatif "Yuk Kita Cari Tau" di Instagram sebagai sarana promosi yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses informasi kesehatan dan produk layanan RS Hermina Depok. Implementasi program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif pada kinerja RS.

Kata kunci: Promosi, inovatif

YUK KITA CARI TAU BERSAMA RS HERMINA DEPOK

A. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi kemajuan teknologi banyak berpengaruh kepada komunikasi maupun informasi yang semula konvensional menjadi modern dan serba digital, membuat semakin pesatnya perkembangan teknologi. Dengan adanya fasilitas internet yang sudah ada disetiap telepon seluler membuat manusia lebih mudah untuk mengetahui informasi dimanapun dan kapan pun.

Visi RS Hermina Depok adalah menjadi rumah sakit terkemuka di wilayah cakupannya dan mampu bersaing di era globalisasi, dan Misi menyelenggarakan pelayanan, pendidikan, penelitian kesehatan yang bermutu dan berorientasi pada keselamatan pasien, dengan menyelenggarakan proses bisnis rumah sakit yang sehat dan produktif. Hal ini diselenggarakan dengan pengembangan digitalisasi pelayanan RS. Sejalan dengan visi dan misi tersebut, beberapa layanan unggulan telah dikembangkan diantaranya: pelayanan jantung terpadu, cerebrovascular, ortopedi, dan lain sebagainya.

Produk layanan kesehatan yang dimiliki rumah sakit supaya tepat guna, manfaat dan sasaran perlu diketahui dan dikenalkan lebih baik kepada masyarakat. Untuk itu dikembangkan agar pasien dapat mengakses informasi layanan kesehatan di rumah sakit. Usaha promosi dan pemasaran telah dilaksanakan, baik secara langsung seperti melalui media promosi yang berada di rumah sakit, seminar, forum komunikasi pelanggan, media audiovisual, maupun melalui media sosial resmi rumah sakit seperti website, instagram, tiktok, dan youtube. Saat ini media pemasaran yang banyak digunakan selain facebook adalah instagram atau reels. Kemasan pemasaran yang menarik, yang akan dipilih pelanggan, untuk itu didalam aplikasi Instagram kami memunculkan channel TV agar calon pasien atau pelanggan dapat mengakses setiap saat informasi yang ada dengan program inovasi “ Yuk Kita Cari Tau “.

Ide inovasi ini adalah untuk mendapatkan kunjungan pasien dengan menawarkan informasi kesehatan, informasi produk layanan rumah sakit. Hal tersebut langsung dapat diakses melalui handphone masing-masing, dengan mendownload Instagram dan masuk ke pencarian RS Hermina Depok. Informasi yang diinginkan harus dapat diakses dengan mudah, sehingga implementasi program ini akan memberikan dampak positif pada kinerja target rumah sakit.

B. TUJUAN

Adanya program “Yuk Kita Cari Tau” untuk mempromosikan layanan RS dengan strategi pemasaran digital, diantaranya untuk :

1) Meningkatkan Branding Rumah Sakit

Memberikan informasi lengkap mengenai rumah sakit. Ketika pasien mencari informasi untuk melakukan pengobatan di RS, pasien membutuhkan informasi yang dapat mendukung keputusannya. Penyajian informasi yang lengkap dapat memudahkan pasien dalam mencari informasi tentang RS, serta meningkatkan kredibilitas dari RS.

2) Upaya Penerapan Misi Preventif

Pemasaran digital rumah sakit memberikan edukasi terkait kesehatan, sehingga kita tidak hanya memasarkan tentang pelayanan apa saja yang ditawarkan. Tetapi juga dapat mengedukasi masyarakat sekitar untuk menjaga kesehatannya. Selain dari segi pasien dan dokter, dengan penerapan strategi pemasaran, komunikasi antar dokter akan dipermudah, khususnya dokter umum dan dokter spesialis yang menangani kasus secara bersama.

3) Sarana Penyampaian Informasi

Promosi RS untuk menyampaikan informasi mengenai produk jasa pelayanan yang tersedia, sehingga memudahkan calon pasien untuk mencari informasi tentang RS kita.

C. TAHAPAN PELAKSANAAN

Dalam penerapan strategi pemasaran faskes secara digital, harus sesuai dengan peraturan dari kementerian kesehatan. Ada beberapa peraturan yang harus diperhatikan, diantaranya :

1). Menyampaikan informasi mengenai Pelayanan Kesehatan

Sesuai dengan fungsi dan tugas utama rumah sakit, yaitu memberikan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna, maka peraturan dalam penerapan strategi pemasaran faskes secara digital yang pertama ialah menyampaikan berbagai informasi pelayanan kesehatan. Penyampaian dan pemberian informasi yang dimaksudkan ialah mengenai pelayanan yang sesuai dengan standar, baik dalam pengobatan, pemeliharaan, maupun peningkatan kesehatan.

2). Menyampaikan informasi yang sesuai

Target adalah masyarakat yang diperkirakan sebagai pasien atau pengguna layanan kesehatan yang ditawarkan. Informasi harus disesuaikan dengan target harus dapat menjawab kebutuhan dari masyarakat dalam bidang kesehatan.

Dalam penerapan strategi pemasaran rumah sakit secara digital, ada beberapa langkah yang harus dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

1. Mengubah *Mindset* Masyarakat

Mindset masyarakat mengenai pentingnya kesehatan adalah kunci wajib dalam strategi pemasaran digital untuk rumah sakit. Membuat masyarakat lebih peduli kesehatan adalah tujuan utamanya.

2. Menentukan Target

Target sangat penting ditentukan, agar kita tidak salah dalam menyusun strategi khusus untuk menerapkan pemasaran digital.

3. Membuat Laman Channel

Dalam langkah ini, kami membuat channel TV. Channel TV dalam Instagram adalah aplikasi yang dapat digunakan sebagai solusi dalam menerapkan strategi pemasaran fasilitas kesehatan secara digital. Kita dapat menyebarkan informasi dengan lebih efektif. Begitu pula dalam segi pelayanan, sehingga dengan program channel TV “ Yuk Kita Cari Tau” akan memberikan dampak untuk bertambahnya kunjungan rawat jalan.

4. Memanfaatkan Media Sosial

Selain laman dan aplikasi resmi, kita juga dapat memasifkan pemasaran fasilitas kesehatan dari media sosial. Baik akun media sosial rumah sakit maupun akun dari para karyawan dan pasien yang pernah dirawat atau bahkan masih sedang dalam perawatan.

Pemasaran secara digital marketing melalui penayangan video berkala dengan menggunakan menggunakan fasilitas-fasilitas yang ada, yang sebelumnya sudah dibuat konsep idenya dengan tokoh yang dipilih sesuai pelayanan yang akan dipasarkan, tentunya diharapkan pemenuhan mendekati harapan pelanggan.

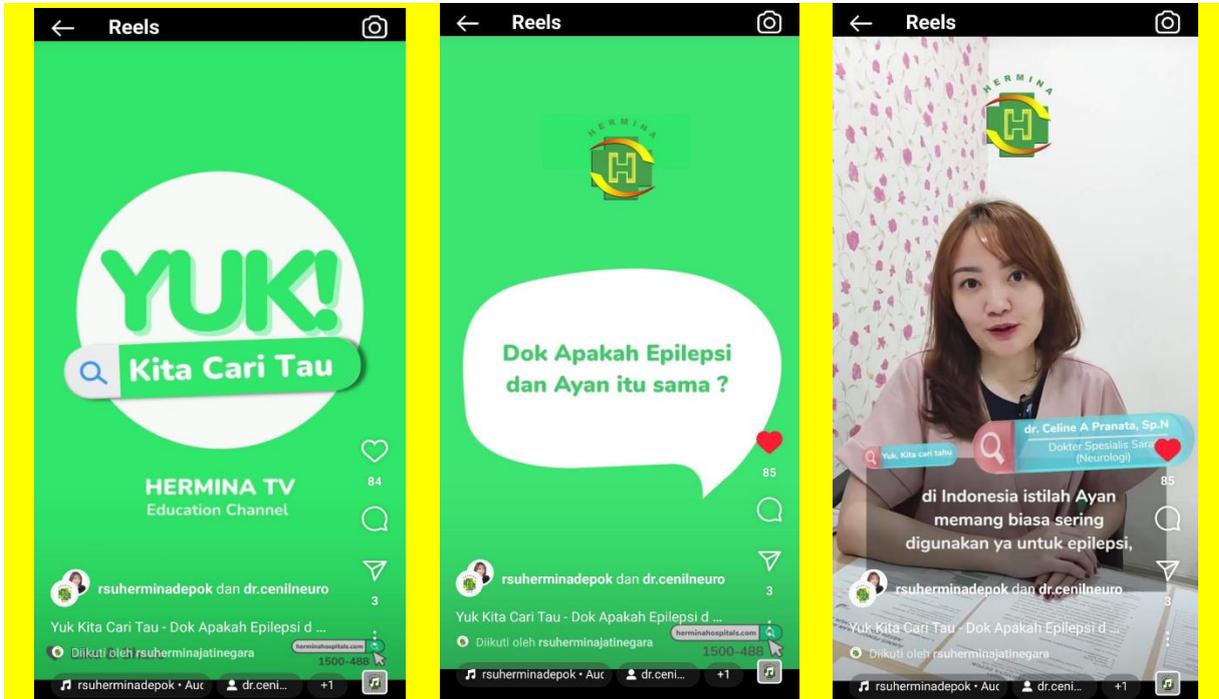
D. HASIL INOVASI Program Yuk Kita Cari Tau

Program “ Yuk Kita Cari Tau” memberikan dampak antara lain :

- a. Potensi pemasaran didominasi oleh pemasaran melalui media sosial yang diakses melalui perangkat pribadi, sehingga calon pasien datang ke RS Hermina Depok.
- b. Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, diantaranya Instagram, reels, dll.
- c. Menggunakan digital marketing dapat menjangkau promosi secara luas.
- d. Penerapan digital marketing sangat cocok diterapkan untuk meningkatkan citra merek (*Brand Image*) secara efektif dan meningkatkan *Brand Awareness* konsumen terhadap RS Hermina Depok.

Gambar 1

**Informasi Perbedaan Epilepsi dan Ayan oleh Dokter Spesialis Neurologi
Video diunggah dalam Channel “ Yuk Kita Cari Tau “ di Instagram RS**



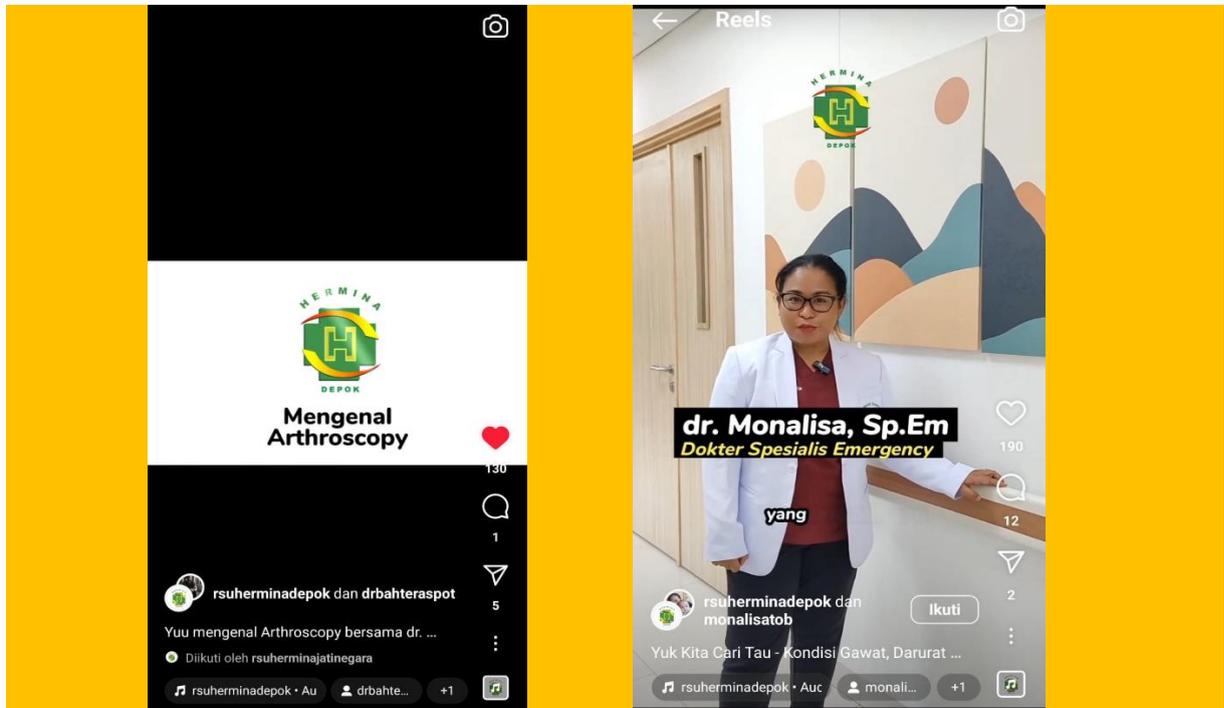
Gambar 2

**Informasi Manfaat Pemasangan Ring Jantung oleh Dokter Tim Jantung
Video diunggah dalam Channel “ Yuk Kita Cari Tau “ di Instagram RS**



Gambar 3

Informasi Mengenai Istilah Arthroscopy dan Gawat Darurat dijelaskan secara singkat oleh Dokter Orthopedi dan Dokter Spesialis *Emergency* Video diunggah dalam Channel “ Yuk Kita Cari Tau “ di Instagram RS



Gambar 4

Informasi dalam Channel “ Yuk Kita Cari Tau “ di Instagram RS
Narasumber : Dokter Bedah Onkologi, Neurologi, dan Neurologi Intervensi



LEMBAR PENGESAHAN
MAKALAH PERSI AWARDS
KATEGORI 9 : *CUSTOMER SERVICE, MARKETING AND*
PUBLIC RELATION

YUK KITA CARI TAU BERSAMA RS HERMINA DEPOK

Disusun oleh:

dr. Hernita S. Satryana, MARS

Depok, 05 September 2024

Direktur RS Hermina Depok



dr. Lies Nugrohowati, MARS, FISQua