

Nomor : KM.04.03/D.XXIV/14785/2024  
2024

6 September

Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : Pengesahan Makalah Lomba  
PERSI Awards Kategori 9

Yth. Ketua Panitia Kongres PERSI XVI,  
Seminar Nasional PERSI XX,  
Seminar Tahunan Patient Safety XVIII  
di –  
tempat

Sehubungan dengan keikutsertaan PMN RS Mata Cicendo pada PERSI Awards Tahun 2024 untuk Kategori 9, Customer Service, Marketing, dan Public Relations, maka bersama ini kami sampaikan bahwa makalah berjudul **Optimalisasi Pemasaran Digital sebagai Upaya Lebih Dekat dengan Masyarakat** yang ditulis oleh Ria Darmasari dan Agus Suhendar dari Tim Kerja Hukum dan Humas merupakan makalah original dan bukan merupakan hak paten.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Direktur Utama,



**Dr. dr. Antonia Kartika I, SpM(K), M.Kes.**  
NIP 197401282008122001

*"Melihat Lebih Baik"*



# Optimalisasi Pemasaran Digital sebagai Upaya Lebih Dekat dengan Masyarakat

Ria Darmasari, Agus Suhendar

Tim Kerja Hukum dan Humas, Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung

## Ringkasan

Perumahsakit di Indonesia saat ini memasuki era baru, ditandai dengan fenomena serangan pemasaran. Salah satu tujuan dari pemasaran rumah sakit adalah meningkatkan citra. Rumah sakit plat merah dengan image kurang baik dalam pandangan masyarakat, berupaya menjadikan rumah sakit lebih positif. Oleh karena itu, media sosial menjadi *content marketing* yang tepat.

PMN RS Mata Cicendo Bandung terus melakukan pemasaran digital melalui berbagai kanal media sosial karena dinilai efektif dan efisien. Inovasi terus dilakukan, konten singkat, menarik dan dikemas dalam edukasi kesehatan.

Jumlah pengunjung dan pengikut media sosial terus bertambah sehingga diharapkan dapat menjadi media utama pemasaran digital yang efektif dan efisien.

Kata Kunci : pemasaran digital, media sosial

## Latar Belakang

Pengelolaan konten media sosial saat ini dikelola oleh Tim Kerja Hukum dan Humas PMN RS Mata Cicendo. Konten media sosial pada awalnya belum dikelola secara khusus. Hal tersebut disebabkan belum adanya sumber daya manusia (SDM) yang khusus menangani konten, mulai dari pembuatan sampai postingan di berbagai kanal media sosial, dan pengelolaan konten saat itu belum menjadi prioritas. Pengaturan informasi yang dipublikasikan pun masih belum dikelola dengan baik. Hal tersebut bisa dilihat dari penempatan berita-berita dalam *feeds* masih bercampur antara berita kegiatan rumah sakit, berita layanan, berita ucapan terima kasih sampai berita duka cita.

Selain itu, konten media sosial juga belum memiliki identitas, baik dari warna, jenis huruf, dan kategori yang dipublikasi pada *feeds*, *reels*, dan *story*. Konten dengan durasi panjang meskipun syarat pengetahuan dinilai membosankan dan menjadi kurang diminati padahal konten tersebut dibuat dengan kolaborasi yang apik antara narasumber dan tim konten. Begitu juga interaksi

dengan pengikut, dirasakan masih kurang dirasakan, baik melalui komentar maupun pesan langsung.

Gambaran tersebut menjadi salah satu penyebab rendahnya tingkat kunjungan dan pengikut kanal media sosial RS Mata Cicendo. Padahal saat ini sebagian besar masyarakat memiliki gadget dan media sosial, baik Instagram, facebook, X, Youtube, dan Tiktok.

Berdasarkan hal tersebut, maka dipandang perlu dan harus segera dilakukan pembaharuan dalam pengelolaan dan penampilan media sosial sehingga dapat lebih mendekatkan kepada masyarakat, khususnya dalam menyampaikan layanan-layanan yang dimiliki.

## **Tujuan**

Optimalisasi Pemasaran Digital PMN RS Mata Cicendo dilakukan dengan tujuan agar berbagai kanal media sosial yang dimiliki, baik Instagram (@rs.matacicendo), Facebook (@rs\_matacicendo), X (@rs\_matacicendo), Youtube (@rsmatacicendo), dan Tiktok (@rs.matacicendo) menjadi lebih dekat dengan masyarakat yang dapat dilihat dari meningkatnya kunjungan dan pengikut berbagai kanal media sosial PMN RS Mata Cicendo.

## **Langkah-Langkah**

Berbagai langkah dalam upaya optimalisasi pemasaran digital PMN RS Mata Cicendo telah dilakukan. Langkah-langkah yang dilakukan bersifat eksternal (melibatkan Tim Kerja dan Unit Kerja lain di luar Tim Kerja Hukum dan Humas) dan internal (di dalam Tim Kerja Hukum dan Humas).

Adapun langkah-langkah yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Mengusulkan SDM yang khusus menangani konten berbagai kanal media sosial ke Direktorat SDM, Pendidikan, dan Penelitian;
2. Melakukan desain ulang tampilan media sosial dan memetakan kembali fitur dan konten dengan melakukan perbandingan (*benchmarking*) dengan kanal media sosial lainnya;
3. Melakukan pembaharuan konten secara berkala dengan liputan-liputan yang aktual dan menarik;
4. Melakukan monitoring dan evaluasi melalui *tools* analisa agar dapat dilakukan langkah-langkah yang tepat untuk peningkatan kunjungan dan pengikut kanal media sosial;
5. Melakukan penyegaran (*refreshment*) tampilan pada berbagai kanal media sosial;
6. Melakukan pembaharuan *story* secara berkala;

7. Pembinaan *link* di dalam berbagai kanal media sosial sehingga pasien dapat mengakses berbagai media sosial dari link tersebut, bahkan melakukan reservasi online;
8. Membuat interaksi lebih aktif dengan pengikut;
9. Melakukan kolaborasi antara Tim Kerja Hukum dan Humas sebagai penanggungjawab kegiatan pemasaran dengan Instalasi Promosi Kesehatan, dalam menyajikan konten pemasaran yang dikemas dalam edukasi kesehatan.

## Hasil Inovasi

Beberapa kegiatan yang telah dilakukan dalam upaya optimalisasi pemasaran digital di PMN RS Mata Cicendo adalah sebagai berikut:

1. Pembaharuan konten pada tahun 2024 yang dilakukan melalui penjadwalan berikut:

**JANUARI** #Kanker#Pendaftaran#DonorKornea#Gizi

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
31	1 Kacamata anti radiasi w/dr Joan	2 Ucapan HUT Cicendo	3 Jelajah Negeri Katarak di Garut	4 Video: Lensa Kontak	5 CVS & Rules 20-20-20	6
7	8 testimoni	9	10 115 tahun cicendo	11	12 Perawatan kelopak mata	13
14	15 SRK: Glaucoma, Si Pencuri Penglihatan	16	17	18 Protesa 3D	19 LASIK	20
21 POV: Kerja Bareng Bestie	22	23	24	25	26 Protesa Mata 3D	27 5 Kasus Mata Emergensi
28	29 CYBER TROOPS MCU Teh Syifa dkk	30 Cara menjaga kesehatan mata	31 ADE RAI	1	2	3

■ HUMAS/PROMIKES    ■ PROMIKES  
■ HUMAS    ■ HUMAS/PROMIKES



Gambar 1. Penjadwalan Konten Bulan Januari 2024

## FEBRUARI #Kanker#Reservasi#BankMata#Anak#Optik

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
28	29	30	31	1 Video CCND : HARI GIZI	2 Story	3
4	5 Pendaftaran Reguler	6	7 Video CCND : OPTIK - Jenis Lensa Kacamata	8 Ira Mirza	9 TESTIMONI BPJS, UMAR	10 Imlek Video CCND : CARA MERAWAT KACAMATA
11 Engaged: Kapan periksa mata?	12	13 Carousel: Tetes Mata Pada Anak	14	15 Kanker Anak Sedunia Video CCND : RETINOBLASTOMA	16	17
18	19 #dariMatakehati : dr. Feti	20 REELS: penghargaan cek mata Radio SRK	21 Video CCND : HARI KANKER ANAK	22 Testi Bupati Lampung	23	24 Asuransi dan Penjamin Biaya Pasien
25 PROFESI : ABO REELS: Ngebut mata burem tapi ga periksa	26	27 Carousel: Tips Menjaga Kesehatan Mata	28	29 REELS: OPTIK	1	2

HUMAS/PROMKES

PROMKES

HUMAS

HUMAS/PROMKES



Gambar 2. Penjadwalan Konten Bulan Februari 2024

## MARET #Puasa#GlaucomaWeek#TB#Perawat#PPI#LASIK

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
25	26	27	28	29	1 Testimoni Botax	2 Ucapan dr Sonie
3 ucapan	4 Ucapan	5 ucapan	6 Reels	7 Carousel: RETINOPATI DIABETIKA PART 1 Buku	8 Ucapan dr chan Dikejar-kejar pasien	9 Carousel: RETINOPATI DIABETIKA PART 2
10	11 Nyepi Carousel: GLAUCOMA WEEK	12 Video CCND: Glaucoma Awareness	13	14	15 Video CCND : GLAUCOMA WEEK	16
17 Happy banget setelah lasik: Defiana	18	19 Video CCND: ANESTESI	20 Tebak dimana kameranya	21	22 Video CCND : Pemilahan Sampah	23
24 Carousel: TB	25 Reels: Salah Rapat	26	27 Video CCND : K3RS - APAR	28	29 WAFAT ISA ALMASHI	30
31	1	2	3	4	5	6

HUMAS/PROMKES

PROMKES

HUMAS

HUMAS/PROMKES



Gambar 3. Penjadwalan Konten Bulan Maret 2024

## APRIL #Diabet#Retina#K3RS#DryEye

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
31	1 Testimoni kapolda	2	3	4 Testimoni situbondo Carousel: Tips Pencegahan Kebakaran	5	6
7	8	9	10 Idul Fitri	11	12	13 Carousel: Mata Merah
14	15	16	17 Jelajah negeri Katarak Video CCND : CVS (TERLAMBA LAMA MELIHAT GAWAJ)	18 Diabetes Nasional Carousel: HARI DIABETES NASIONAL Video CCND: RETINA (HARI DIABETES NASIONAL)	19 Video CCND : IPD (HARI DIABETES NASIONAL)	20
21 Kartini	22	23 Carousel: Katarak Carousel: Jaga Kesehatan Mata	24 DRY EYE	25 REELS: museum	26 VIDEO CCND: HELM KESELAMATAN	27
28 VIDEO: LOW VISION PART 1	29	30	1	2	3	4

■ HUMAS/PROMKES    ■ PROMKES  
■ HUMAS    ■ HUMAS/PROMKES



Gambar 4. Penjadwalan Konten Bulan April 2024

## MEI #Pendidikan#ROO#Protesa3D

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
28	29	30	1 Hari buruh Carousel: 20-20-20	2 Hari pendidikan nas	3	4
5	6 Video CCND: Pencegahan Infeksi	7	8 Hari PMI sedunia Poliklinik eksekutif	9 Kenalkan isa almasih	10	11
12	13	14 Poliklinik eksekutif	15 REELS: RUGI DONG	16 Mata jendela dunia	17 Lindungi anak dari kelainan refraksi dan	18
19	20 Hari kebangkitan nasional	21	22 Collabs SRK	23 Waisak	24 Carousel: Hari Tiroid Sedunia	25 Video CCND: Tiroid Pada Mata
26	27 Konten dari teh Nia	28 Video CCND: Low Vision Part2	29	30 Carousel: Stop Mengecek Mata Part 1	31 Carousel: Stop Mengecek Mata Part 2 & Hari Tembakau	1

■ HUMAS/PROMKES    ■ PROMKES  
■ HUMAS    ■ HUMAS/PROMKES



Gambar 5. Penjadwalan Konten Bulan Mei 2024

## JUNI #Pancasila#Narkoba#Keluarga#EED#Psikolog#MDVI

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
26	27	28	29	30	31	1 Pancasila ENGAGEMENT
2	3	4 INFOGRAFIS EDUKASI	5 VIDEO CCND	6	7 VIDEO CCND	8 VIDEO LAYANAN
9 ENGAGEMENT	10	11 VIDEO CCND	12	13 INFOGRAFIS EDUKASI	14	15
16	17 Isa Adha PROFESI : DOKTER SPM	18	19 MCUI	20	21 VIDEO CCND	22
23 ENGAGEMENT	24	25 VIDEO LAYANAN	26 INFOGRAFIS EDUKASI	27 INFOGRAFIS EDUKASI	28	29 ENGAGEMENT
30	1	2	3	4	5	6

■ HUMAS/PROMKES    ■ PROMKES  
■ HUMAS                ■ HUMAS/PROMKES



Gambar 6. Penjadwalan Konten Bulan Juni 2024

## JULI #Anak#

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
30	1	2 VIDEO CCND	3	4	5 INFOGRAFIS EDUKASI	6
7 ENGAGEMENT	8	9	10	11	12	13 LAYANAN
14	15 LAYANAN	16	17	18	19 ENGAGEMENT	20 INFOGRAFIS EDUKASI
21 INFOGRAFIS EDUKASI	22 VIDEO CCND	23 Hari anak nasional VIDEO CCND	24 VIDEO CCND	25 VIDEO CCND	26	27 LAYANAN
28 ENGAGEMENT	29	30	31	1	2	3

■ HUMAS/PROMKES    ■ PROMKES  
■ HUMAS                ■ HUMAS/PROMKES



Gambar 7. Penjadwalan Konten Bulan Juli 2024

## AGUSTUS #Kanker#PekanLensaKontak

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
28	29	30	31	1	2	3
4	5 LAYANAN	6	7	8 INFOGRAFIS EDUKASI	9 LAYANAN	10
11	12	13	14 VIDEO CCND	15	16	17
18 ENGAGEMENT	19 INFOGRAFIS EDUKASI & VIDEO CCND PEKAN LENSE KONTAK	20	21 LAYANAN	22 INFOGRAFIS EDUKASI	23 VIDEO CCND INFOGRAFIS EDUKASI	24
25	26 ENGAGEMENT	27 VIDEO CCND	28	29	30	31

■ HUMAS/PROMKES    ■ PROMKES  
■ HUMAS                    ■ HUMAS/PROMKES



Gambar 8. Penjadwalan Konten Bulan Agustus 2024

## SEPTEMBER #ButaWarna#MCU#PoliAnak

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
1	2	3	4 LAYANAN	5 INFOGRAFIS EDUKASI	6 INFOGRAFIS UCAPAN VIDEO CCND HARI BUTA WARNA	7
8 ENGAGEMENT	9	10 VIDEO CCND	11	12 INFOGRAFIS EDUKASI	13 LAYANAN	14
15	16 MAULID NABI	17 VIDEO CCND	18 ENGAGEMENT	19 INFOGRAFIS EDUKASI	20	21 LAYANAN
22 ENGAGEMENT	23	24 VIDEO CCND	25	26	27 LAYANAN	28
29	30 LAYANAN	1	2	3	4	5

■ HUMAS/PROMKES    ■ PROMKES  
■ HUMAS                    ■ HUMAS/PROMKES



Gambar 9. Penjadwalan Konten Bulan September 2024

## OKTOBER #WorldSightDay

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
29	30	1	2 VIDEO CCND	3 LAYANAN	4 INFOGRAFIS EDUKASI	5
6 ENGAGEMENT	7	8 VIDEO CCND	9	10 INFOGRAFIS EDUKASI	11 LAYANAN	12
13	14	15	16 ENGAGEMENT	17	18 INFOGRAFIS EDUKASI	19
20	21	22 VIDEO CCND	23	24	25 LAYANAN	26
27 ENGAGEMENT	28	29 INFOGRAFIS EDUKASI	30 VIDEO CCND	31	1	2

■ HUMAS/PROMKES    ■ PROMKES  
■ HUMAS    ■ HUMAS/PROMKES



Gambar 10. Penjadwalan Konten Bulan Oktober 2024

## NOVEMBER #HariKesehatanNasional#Diabetes

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
27	28	29	30	31	1 ENGAGEMENT	2
3 ENGAGEMENT	4	5 VIDEO CCND	6	7 INFOGRAFIS EDUKASI	8 LAYANAN	9
10	11 INFOGRAFIS EDUKASI	12	13 LAYANAN	14	15 VIDEO CCND	16
17	18	19 VIDEO CCND	20	21 INFOGRAFIS EDUKASI	22 LAYANAN	23
24 ENGAGEMENT	25	26 VIDEO CCND	27	28 INFOGRAFIS EDUKASI	29	30

■ HUMAS/PROMKES    ■ PROMKES  
■ HUMAS    ■ HUMAS/PROMKES



Gambar 11. Penjadwalan Konten Bulan November 2024

## DESEMBER #AIDS

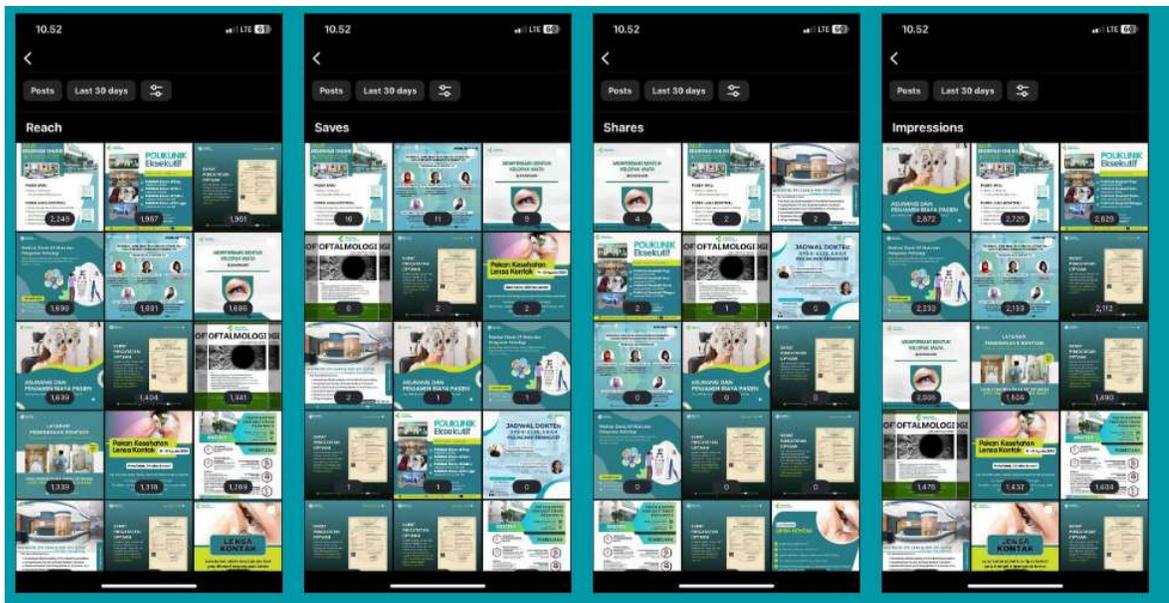
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
1	2	3 VIDEO CCND	4	5 ENGAGEMENT	6 INFOGRAFIS EDUKASI	7
8 ENGAGEMENT	9	10 VIDEO CCND	11	12 INFOGRAFIS EDUKASI	13 LAYANAN	14
15	16 INFOGRAFIS EDUKASI	17	18 LAYANAN	19	20 VIDEO CCND	21
22	23 VIDEO CCND	24	25 HARI NATAL	26 CUTI BERSAMA	27 LAYANAN	28
29 ENGAGEMENT	30 INFOGRAFIS EDUKASI	31	1	2	3	4

■ HUMAS/PROMKES    ■ PROMKES  
■ HUMAS    ■ HUMAS/PROMKES



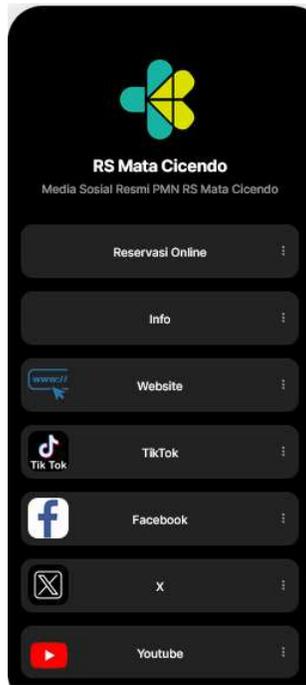
Gambar 12. Penjadwalan Konten Bulan Desember 2024

2. Penyesuaian nuansa desain sebagai berikut:



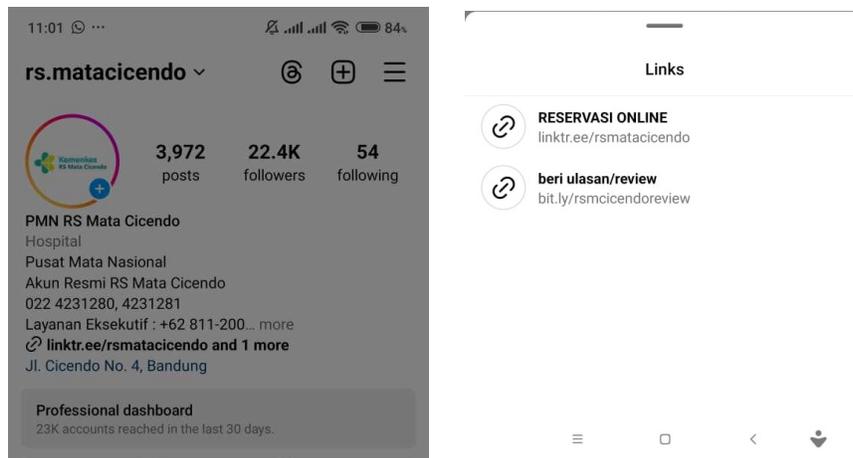
Gambar 13. Penyesuaian Desain pada Feeds, Reels, dan Story

3. Melengkapi link media sosial lainnya dan reservasi online



Gambar 14. Penempatan *Link* dan Reservasi Online pada IG

4. Melengkapi interaksi dengan pengikut dengan menautkan dengan link *google review*



Gambar 15. Penempatan Link *Google Review* pada IG

5. Kolaborasi dengan Instalasi Promosi Kesehatan untuk melakukan pemasaran melalui edukasi kesehatan

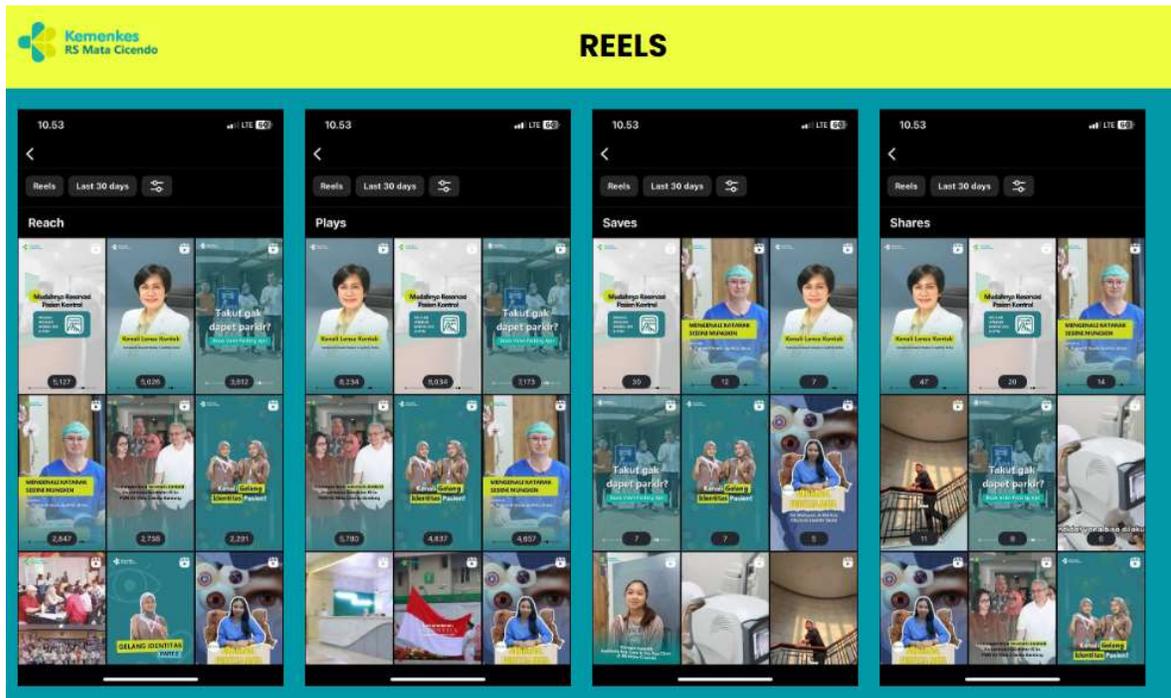


Gambar 16. Postingan Feeds, Reels, dan Story

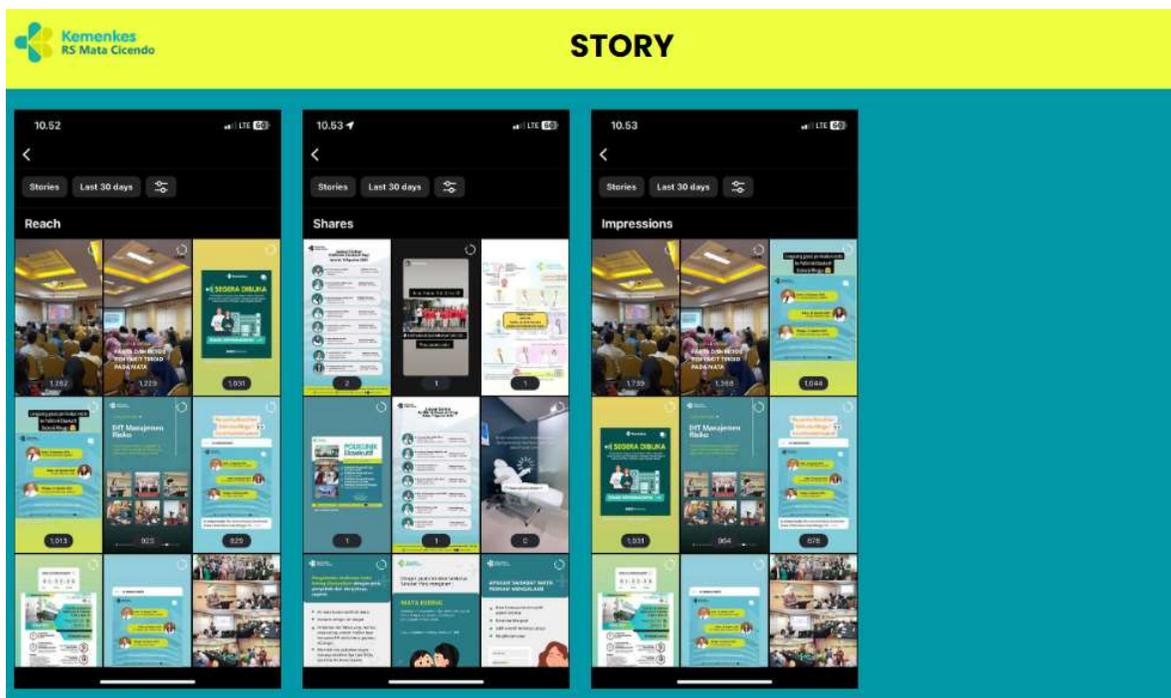
Hasil pembaharuan Media Sosial (Instagram) dalam tingkat kunjungan dan pengikut:



Gambar 17. Kunjungan dan Pengikut IG Bulan Januari – Agustus 2024



Gambar 18. Capaian Reels



Gambar 19. Capaian Story

Berbagai langkah yang dilakukan sebagai optimalisasi pemasaran digital berbagai kanal media sosial PMN RS Mata Cicendo membuahkan hasil yang positif. Hal tersebut dapat dilihat dari

peningkatan kunjungan dan pengikut berbagai kanal media sosial PMN RS Mata Cicendo dari mulai bulan Januari sampai dengan bulan Agustus 2024 seperti tergambar dalam Gambar 17.

Hasil positif tersebut tentunya tidak lepas dari adanya SDM yang fokus dalam mengelola konten dan didukung oleh manajemen, para klinisi dan pihak terkait lainnya. Peran aktif dari manajemen, klinisi dan semua pihak dalam penyebaran konten media sosial PMN RS Mata Cicendo juga menjadi salah satu faktor pendukung untuk lebih mendekatkan masyarakat ke berbagai kanal media sosial. Faktor penting lainnya dalam kegiatan pemasaran di PMN RS Mata Cicendo adalah adanya tim pemasaran yang solid dalam menjaga kesinambungan dan kualitas berbagai kanal media sosial.

Upaya optimalisasi pemasaran tersebut akan terus membutuhkan monitoring dan evaluasi agar dapat terus melakukan perencanaan pemasaran digital secara lebih komprehensif sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai, menjadi lebih dekat dengan masyarakat dan mengubah citra rumah sakit plat merah menjadi lebih positif.

## **Daftar Pustaka**

1. *Hospital Strategic Marketing*, Jakarta, 2023
2. Standar Promosi Kesehatan Rumah Sakit, Jakarta: Kementerian Kesehatan RI, 2011
3. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 004/Menkes/SK/II/2012 tentang Petunjuk Teknis Promosi Kesehatan Rumah Sakit