

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL

JUDUL : PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
KOMUNIKASI DALAM MEMASARKAN INDUSTRI
PELAYANAN KESEHATAN (STUDI KASUS PADA
RS KHUSUS BEDAH HASTA HUSADA KEPANJEN)

NAMA : ALDA TRIFERAWATI

NRP : 22024476

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS

JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)

PERGURUAN TINGGI : SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
MALANG

Malang, 20 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



Drs. Soekarto, M.Si

NIDK. 9900002389

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI KOMUNIKASI DALAM MEMASARKAN INDUSTRI PELAYANAN KESEHATAN (STUDI KASUS PADA RUMAH SAKIT KHUSUS BEDAH HASTA HUSADA KEPANJEN)

Alda Triferawati¹, Soekarto²

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (Stia) Malang

Administrasi Bisnis

Alda Triferawati

Email: Alferary.1788@gmail.com

Abstract

Social media can be used as a source of educational and entertainment information in addition to being a long-distance communication tool and a product/service marketing tool. This study aims to investigate the optimal communication strategy for social media platforms to promote the healthcare industry. In this study, case study methodology and qualitative descriptive methods using observation, interviews, and documentation were used. According to the study's findings, Hasta Husada Specialist Surgery Hospital offers a number of social media platforms that can be used to improve hospital branding, according to the results of the study. However, this cannot be done because the public relations team is still focused on only one social media platform, namely Instagram. Although there are other social media platforms available, their usage has not been optimal. It is expected that the results of this study will optimize the use of existing social media, consider the addition of employees, and develop programs that support Hasta Husada Specialist Surgery Hospital Kepanjen's vision and mission.

Keywords: *Social Media, Social Media Marketing, Marketing Communication*

Abstrak

Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi edukasi dan hiburan selain sebagai alat komunikasi jarak jauh dan alat pemasaran produk/jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi komunikasi yang optimal untuk platform media sosial guna mempromosikan industri perawatan kesehatan. Dalam penelitian ini, metodologi studi kasus dan metode deskriptif kualitatif menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan. Rumah Sakit Bedah Spesialis Hasta Husada menawarkan sejumlah platform media sosial yang dapat digunakan untuk meningkatkan branding rumah sakit, menurut hasil penelitian. Namun hal tersebut tidak dapat dilakukan karena tim humas masih fokus terhadap satu media sosial saja yaitu *instagram*. Walaupun adanya media sosial lain yang tersedia, namun penggunaannya masih belum dilakukan secara optimal. Diharapkan dari hasil penelitian ini adalah mengoptimalkan dalam penggunaan media sosial yang ada, mempertimbangkan terkait penambahan karyawan serta mengembangkan program yang mendukung visi dan misi dari Rumah Sakit Khusus Bedah Hasta Husada Kepanjen.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemasaran Media Sosial, Komunikasi Pemasaran

1. PENDAHULUAN

Di dunia digital saat ini, hampir semua orang mulai dari anak-anak hingga orang dewasa pasti pernah mendengar tentang media sosial. Media sosial menyediakan sarana untuk membangun interaksi virtual dengan individu di seluruh dunia. Media sosial dapat digunakan untuk sejumlah tujuan, seperti komunikasi, pendidikan, hiburan, dan bahkan iklan komersial atau layanan. Media sosial, secara keseluruhan, adalah perangkat lunak yang menghubungkan individu di seluruh dunia dengan memfasilitasi keterlibatan sosial di dalam suatu jaringan.

Memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang sudah ada merupakan perkembangan industri modern. Pelaku bisnis mulai memanfaatkan media sosial untuk menawarkan barang dan jasa mereka kepada masyarakat umum. Platform media sosial yang dimiliki dapat digunakan untuk mendapatkan jangkauan yang sangat luas yang ditawarkan. Media sosial memungkinkan pelanggan dan pemasok barang atau jasa untuk berkomunikasi satu sama lain.

Penggunaan media sosial memudahkan bisnis untuk berkomunikasi dengan pelanggan dari kedua arah, jadi meskipun mereka berjauhan konsumen dan pemasok barang atau jasa tetap dapat

berhubungan dekat tanpa harus bertemu langsung. Selain menyebarkan informasi yang akurat, informasi palsu dapat dengan cepat dan mudah dibuat menggunakan media sosial.

Jumlah pengguna media sosial terus meningkat setiap tahunnya. Menurut data Hootsuite (We Are Social) (2024), per 1 Januari 2024, terdapat 167 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia atau 60,4% dari total 276,4 juta penduduk Indonesia. Dengan menggunakan berbagai perangkat, rata-rata orang menghabiskan waktu tiga jam sebelas menit sehari di media sosial. Sebanyak 99 persen menggunakan WhatsApp, diikuti oleh Instagram (85,3%), Facebook (81,6%), TikTok (73,5%), dan Facebook (81,6%). Namun, pengguna WhatsApp adalah yang terbanyak.

Menurut proyeksi, taktik penjualan fisik pada akhirnya akan kalah bersaing dengan pendekatan penjualan daring. Media sosial dapat digunakan sebagai alat promosi oleh perusahaan yang terlambat dalam mempromosikan barang atau jasa mereka. Perusahaan tertentu bahkan menyediakan layanan tambahan seperti pesan langsung, yang memfasilitasi komunikasi dengan klien.

Khususnya di bidang kesehatan, pemanfaatan media sosial sangat penting untuk memudahkan klien. Informasi mengenai jadwal dan layanan rumah sakit

dapat disebarakan melalui situs media sosial. Platform media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana promosi layanan. Saat ini, terdapat beberapa platform media sosial yang tersedia. Sebagai media yang mudah diakses, media sosial belum digunakan secara maksimal di Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada.

Tujuan penelitian ini adalah menemukan dan menganalisis kegunaan media sosial sebagai alat komunikasi bagi industri perawatan kesehatan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

MEDIA SOSIAL

Media sosial, menurut Nasrullah (2023:13), adalah komunitas daring yang memfasilitasi komunikasi, berbagi, dan kolaborasi. Menurut Fabian (2021:15), media sosial adalah platform yang memungkinkan Anda membuat situs web pribadi dan terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia untuk berinteraksi dan bertukar informasi. Menurut bukunya "Social Media Marketing", hal ini memang benar.

MEDIA SOSIAL SEBAGAI KOMUNIKASI

Menurut Kotler dan Keller, yang mengutip buku Fabian (2021:19), media

sosial berfungsi sebagai media komunikasi pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan merek, meningkatkan kesadaran pasien terhadap produk, dan meningkatkan penjualan. Karena ketersediaan peluang baru yang konstan, industri media sosial terus berubah.

MEDIA SOSIAL SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN

Kotler dan Keller mendefinisikan komunikasi pemasaran sebagai strategi atau media yang digunakan oleh pelaku korporasi untuk mengingatkan, mengedukasi, dan meyakinkan pasien tentang merek atau barang yang ditawarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Buku Indrawati (2023:2) menyebutkan simpulan kedua penulis tersebut. Tentunya, agar pemasar dapat membuat strategi yang efektif dalam mengomunikasikan dan sejalan dengan tujuan komunikasi yang diinginkan, mereka harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang proses komunikasi secara keseluruhan.

PELAYANAN KESEHATAN

Menurut Nurul & Rully (2020:1) dalam bukunya "Konsep Dasar Mutu Pelayanan Kesehatan", "pelayanan

kesehatan” adalah segala bentuk upaya yang dilakukan secara mandiri atau bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit, serta memulihkan kesehatan individu, keluarga, kelompok, dan masyarakat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dan kualitatif. Menurut Sugiono (2019), penelitian deskriptif menggunakan pendekatan yang saksama, menyeluruh, dan mendalam untuk menganalisis atau mencatat lingkungan sosial yang diteliti. Menurut Sugiono (2019), suatu situasi dalam suatu item ilmiah yang menekankan signifikansi diteliti melalui penelitian kualitatif.

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada Kepanjen yang beralamat di Jalan Bromo Nomor 98-100, Desa Sukun, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Selama tiga bulan masa kerja, para intern tersebut melakukan observasi.

Fokus pada penelitian ini ialah terkait dengan penggunaan media sosial yang digunakan oleh rumah sakit dan Isi pesan yang disampaikan. Tiga pendekatan digunakan untuk memperoleh data:

dokumentasi, observasi, dan wawancara. Penelitian menggunakan standar wawancara sebagai alat. Pengumpulan data di dapat dari wawancara dengan salah satu karyawan Kehumasan pada Rumah Sakit Khusus Bedah Hasta Husada. Penggunaan uji kredibilitas dengan memperdalam informasi melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dianalisis berdasarkan Patton (2002) dengan mengurutkan makna yang ada pada penelitian tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial Sebagai Komunikasi

Media sosial kini hadir dalam berbagai format, dan media sosial sangat efektif untuk promosi produk atau layanan. Dalam hal ini, Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada memasarkan dirinya melalui tiga saluran media yang berbeda. Yang pertama adalah dengan menggunakan media luar, seperti konferensi dan pameran pendidikan (edu expo). Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada memiliki berbagai materi cetak, termasuk poster, roll banner, dan pamflet. Sudut instalasi yang berinteraksi langsung dengan publik, seperti apotek, poliklinik, dan Layanan Administrasi Terpadu (PAT), adalah tempat media cetak digunakan.

Media sosial merupakan media ketiga yang digunakan rumah sakit untuk menjual layanannya. Media sosial merupakan alat pemasaran elektronik. Memanfaatkan berbagai platform media sosial dapat membantu memperkuat merek rumah sakit. Instagram merupakan platform jejaring sosial untuk berbagi pesan singkat disertai gambar dan video.

Media sosial memiliki banyak sekali jenis dan macamnya, namun penggunaan *instagram* menjadi pilihan bagi rumah sakit dalam menunjang *branding* Rumah Sakit. Media sosial yang dipilih sebagai fokus media yang digunakan oleh Rumah Sakit Khusus Bedah Hasta Husada adalah *Instagram*. Penggunaan *Instagram* dianggap memiliki sejumlah fitur yang dapat mendorong promosi layanan yang dimiliki oleh Rumah Sakit. *Instagram* memiliki kemampuan untuk melakukan streaming langsung, berbagi video, berbagi foto dan juga sebagai media dalam berkomunikasi melalui pesan langsung. Terjalannya komunikasi dua arah sangat membantu pasien dalam menyampaikan keluhan yang sedang di derita atau layanan yang ada pada Rumah Sakit.

Live Streaming merupakan bentuk dari fitur yang ada pada *Instagram* yang memudahkan pasien untuk berkomunikasi secara dua arah. Streaming langsung adalah jenis materi yang langsung

disediakan di waktu dan lokasi yang sama dalam bentuk audio, visual, atau video. Mengirim pesan menggunakan Direct Message (DM) adalah cara lain untuk memfasilitasi komunikasi. Pasien dapat menyuarakan kekhawatiran mereka dan segera mendapatkan perhatian medis dari ahli. Tidak hanya mengirimkan pesan tetapi juga dapat memberikan sejumlah foto atau video untuk pemberian informasi yang lebih detail.

Aplikasi WhatsApp digunakan oleh Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada untuk berkomunikasi dengan pasien. Melalui pembagian informasi mengenai biaya rumah sakit, komunikasi yang terjalin melalui WhatsApp memudahkan proses pencarian perawatan bagi pasien. Rumah sakit ini menyediakan pilihan bagi pasien umum untuk mendaftar secara daring menggunakan WhatsApp.

Pembahasan

Salah satu platform terbaik untuk pemasaran produk atau layanan adalah media sosial. Selain itu, media sosial memfasilitasi interaksi lintas sosial. Fabian (2021) mengatakan bahwa media sosial berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran, mengedukasi pasien tentang produk, meningkatkan persepsi mereka terhadap produk, dan mendorong

penjualan. Untuk itu, Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan reputasinya.

1. Kekurangan Dan Kelebihan Penggunaan Media Sosial

Ada keuntungan dan kerugian dari penggunaan media sosial. Ada keuntungan dan kerugian dari masing-masing dari tiga platform media yang digunakan. Pertama, penggunaan seminar dan acara edukasi memiliki kerugian menurut media luar.

Salah satunya adalah perlu memakan banyak waktu sehingga kurang efisien. Disisi lain seminar dan pameran pendidikan memerlukan keterampilan dalam menyampaikan informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Salah satu manfaat media eksternal, seperti seminar dan tayangan edukasi, adalah dapat memancing pemikiran rasional terhadap materi yang disajikan. Ketika membahas fakta yang masih belum jelas, mereka dapat berbicara satu sama lain secara langsung.

Media yang kedua ialah media cetak. Media cetak juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Kekurangan dari media cetak adalah informasi yang diberikan tidak tersampaikan secara langsung. Media

cetak juga berisikan informasi yang isinya belum semua informasi tersampaikan. media cetak hanya menyampaikan informasi satu arah dengan menampilkan teks dan juga gambar. Biaya produksi yang dikeluarkan juga mahal dalam penyampaian media yang terbatas sehingga media cetak kurang efektif. Kelebihan dari media cetak ialah terletak pada jangkauan penyebarannya. Media cetak juga dapat dijadikan referensi, dan dapat dibaca berulang-ulang.

Jenis media berikutnya adalah media elektronik, dan Instagram merupakan platform media sosial yang digunakan. Sering kali, orang-orang yang tidak jujur menggunakan media sosial secara tidak benar untuk melakukan tindakan ilegal seperti penipuan. Penggunaan media sosial terkadang dapat berdampak pada perangkat elektronik yang digunakan. Misalnya, penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan virus pada ponsel.

Manfaat yang ditawarkan media sosial lebih banyak daripada kekurangannya. Misalnya, informasi diperoleh lebih cepat, terutama informasi terkini. Media sosial juga dapat digunakan sebagai alat promosi pemasaran. Beragamnya pengguna media sosial dapat membantu pencitraan merek bisnis. Orang-orang dari seluruh dunia dapat berkomunikasi melalui media sosial,

yang merupakan saluran komunikasi lainnya. Jika dibandingkan dengan media sosial lainnya, ada manfaat dan kekurangan dalam menggunakannya sebagai platform utama untuk pemasaran layanan di rumah sakit.

Instagram memiliki keterbatasan kapasitas untuk menyebarluaskan informasi terkait edukasi publik. Dengan demikian, pemeringkatan informasi yang dapat diterima publik menjadi tugas tambahan bagi staf humas. Meskipun memiliki kekurangan, Instagram juga menawarkan keuntungan. Pengguna Instagram kini dapat memanfaatkan Instagram Ads, sebuah alat komersial, dengan menawarkan elemen untuk iklan berbayar yang sesuai untuk pemasaran perusahaan yang efisien. Pengenalan merek juga dapat dicapai dengan menggunakan media sosial Instagram. memiliki kemampuan untuk mengunggah cita-cita dan estetika citra rumah sakit kepada publik.

Penggunaan media sosial yang berfokus pada satu media sosial saja dirasa kurang optimal. Bentuk media sosial banyak sekali dari *tiktok*, *facebook*, *youtube* dan masih banyak lagi. Berikut table mengenai perbedaan dalam penggunaan media sosial. Isi pada tabel tersebut terdapat beberapa keunggulan dari media sosial lain yang memiliki

keuntungan lebih banyak dari *instagram*, namun belum dimanfaatkan dengan optimal oleh Rumah Sakit. Dari ketiga media sosial tersebut memiliki jenis konten yang hampir sama, namun dalam fitur yang tersedia berbeda-beda.

No	kategori	Media Sosial		
		<i>instagram</i>	<i>facebook</i>	<i>tiktok</i>
1.	audiens	Generasi muda	Kalangan dewasa	Generasi muda
2.	Jenis konten	Teks, Foto, video, tautan dan dapat terhubung ke <i>facebook</i> namun tidak pada <i>tiktok</i> .	Teks, Foto, video, tautan, tidak dapat terhubung pada <i>instagram</i> maupun <i>tiktok</i> .	Foto, video, dan dapat di unggah ke <i>facebook</i> namun tidak pada <i>instagram</i> .
3.	Fitur	<i>Instagram stories, instagram live, instagram reels.</i>	<i>Facebook Ads, facebook Pages.</i>	<i>Tiktok shop.</i>

Tabel Penggunaan Media

2. Faktor Penggunaan Media Sosial yang Belum Optimal

Karena tidak adanya pembagian tugas yang jelas dari pihak rumah sakit, penggunaan media sosial menjadi terbatas.

Perencanaan sumber daya manusia bertujuan untuk memaksimalkan kinerja dan potensi setiap orang. Prosedur manajemen organisasi ini sangat penting. Sumber daya manusia Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada saat ini tidak terorganisir karena fasilitasnya terus berkembang. Beberapa hal yang mungkin menghambat pemanfaatan media sosial adalah sebagai berikut:

a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Pengelolaan media sosial berada di luar kemampuan tim Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada. Oleh karena itu, pihak rumah sakit merasa kesulitan untuk menyediakan materi edukasi dan menarik secara berkala serta menjawab pertanyaan dan komentar dari pasien lama maupun baru dengan cepat dan tepat.

b. Keterbatasan Teknologi

Staf di Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang perangkat lunak dan alat media sosial untuk mengelola akun media sosial, memeriksa data media sosial, dan membuat konten yang menarik.

c. Keterbatasan Anggaran

Dana yang dialokasikan untuk RS Bedah Khusus Hasta Husada Kepanjen untuk pemasaran media sosial dibatasi. Akibatnya, pihak rumah sakit kesulitan

menggunakan iklan bersponsor untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Sumber daya manusia dalam tim telah dirancang dengan cermat, dan ke depannya, mereka akan dibagi ke dalam departemen terpisah. Misalnya, ada tim yang bertugas untuk hubungan masyarakat internal, penjualan, dan branding. Tim pemasaran yang bertemu dengan publik untuk mempromosikan layanan dan poliklinik baru di rumah sakit merupakan proyek potensial lain dari tim hubungan masyarakat. Untuk sementara, poliklinik kulit baru di RS tersebut telah dikembangkan dan dipromosikan oleh staf hubungan masyarakat.

3. Upaya yang Dilakukan Sebagai Bentuk Pengoptimalisasi Penggunaan Media Sosial

Komunikasi didefinisikan sebagai tindakan komunikasi atau pertukaran (stimulus, sinyal, simbol, informasi) antara pengirim dan penerima pesan dengan maksud untuk saling bertukar pesan, menurut Mundakir (2016) dalam bukunya "Health Service Communication". Kualitas layanan dipengaruhi secara positif oleh penggunaan komunikasi yang efisien. Reputasi rumah sakit akan meningkat jika kualitas layanan yang diberikan tinggi. Ketika bertindak sebagai komunikator, anggota staf rumah sakit harus mempertimbangkan hal-hal berikut:

a. Penampilan

Standar penampilan petugas meliputi kerapian, sopan santun, dan daya tarik. Pengunjung akan memperhatikan penampilan Anda terlebih dahulu. Jadi, penampilan yang sopan akan memberikan kesan positif dan memudahkan komunikasi yang efektif.

b. Penguasaan Masalah

Sebelum memberikan informasi kepada pengunjung rumah sakit, termasuk pasien dan keluarga mereka, petugas harus memahaminya sepenuhnya. Menguasai masalah ini akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan memengaruhi kepercayaan pengunjung.

c. Penguasaan Bahasa

Saat berbicara dengan pasien, petugas yang bertugas harus menggunakan bahasa sehari-hari yang sederhana. Misalnya, komunikasi akan terhambat jika dokter menggunakan istilah medis untuk memberi tahu keluarga pasien tentang penyakitnya karena tidak semua orang mengenalnya.

d. Penyampaian Informasi

Petugas harus mengetahui teknik komunikasi yang efektif, seperti menyesuaikan pesan mereka dengan kebutuhan audiens, menggunakan bahasa yang tepat dan sopan saat menyampaikan fakta, dan menahan diri dari berbicara dengan suara keras.

Saat ini, RS Bedah Khusus Hasta Husada tengah fokus pada masalah internal, seperti masalah komunikasi. Masih banyak contoh layanan komunikasi yang belum maksimal. Komunikasi memiliki berbagai fungsi dalam ranah layanan kesehatan masyarakat, seperti berbagi informasi, sosialisasi, pemberian insentif, dan lain sebagainya. Untuk meningkatkan komunikasi yang efektif dan efisien dalam memberikan layanan kesehatan, pihak rumah sakit menyediakan layanan konseling dan dukungan.

Rumah sakit telah mengambil tanggung jawab dan menanggapi dengan berupaya meningkatkan komunikasi. Sebagai bagian dari upayanya untuk meningkatkan kontak dengan polisi, rumah sakit telah memberikan saran komunikasi kepada petugas dan tamu. Sesi pelatihan untuk polisi merupakan upaya lain. Pelatihan wajib bagi semua unit yang terlibat aktif dalam layanan. Dengan menekankan kualitas 5S (salam, senyum, sapa, kesopanan, dan kesopanan), program ini bertujuan untuk meningkatkan layanan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berikut ini merupakan simpulan dari hasil penelitian tentang pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi di Rumah Sakit Bedah Khusus Hasta Husada:

1. Penggunaan media sosial dianggap cocok dan paling efektif dalam menyampaikan informasi terkait pelayanan yang ada. Namun penggunaan media sosial tersebut masih belum dioptimalkan sehingga belum mencapai hasil yang diharapkan.
2. Belum adanya program yang dapat mendorong visi dan misi rumah sakit sehingga membuat adanya hambatan dalam proses pencapaian visi rumah sakit.
3. Faktor lain dari terhambatnya proses pengoptimalan penggunaan media sosial ialah tingkat pelayanan internal yang belum diperbaiki. Pelayanan internal yang kurang memenuhi harapan masyarakat menjadikan fokus utama dari tim kehumasan. Alasannya rumah sakit mengutamakan dalam memecahkan masalah yang ada pada internal dari pada pada permasalahan pemasaran.

Saran

Tanpa mengurangi penghargaan terhadap kebijakan yang sudah dijalankan oleh pemimpin. Mungkin beberapa pokok pikiran yang ini penulis sampaikan dapat menjadi bahan pertimbangan, sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial alangkah baiknya apabila dapat diaktifkan

seluruhnya. Mungkin dari pengaktifan media sosial tersebut dapat mendongkrak pemasaran rumah sakit. Sebagai contohnya mungkin dapat memanfaatkan tiktok sebagai video edukasi yang mana dapat dilihat oleh semua generasi.

2. Sebagai bentuk mendorong visi dan misi rumah sakit, ada baiknya apabila memiliki program yang jelas dan terstruktur. Contoh dari pembuatan program yang mendukung misi rumah sakit ialah pembuatan video terkait komunikasi yang baik dengan menampilkan layanan kesehatan yang ada pada rumah sakit.
3. Meningkatkan pelatihan mengenai pelayanan dengan menambah masa pelatihan mungkin dapat membantu rumah sakit dalam menciptakan pelayanan yang baik dan ramah. Penggunaan penilaian pada petugas dengan memberi poin atau sanksi mungkin akan lebih dapat memingkatkan layanan rumah sakit. Selain itu, memberikan motivasi pada karyawan juga dapat meningkatkan pelayanan pada karyawan rumah sakit.

6. DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad,Z. 2021. *Metode Penulisan Kualitatif*. Makassar, Indonesia: CV. Syakir Media Press.

- Alfarizi,M.2023.Persaingan Industri Pelayanan Kesehatan Indonesia: Tantangan dan “Perisai” Pengawasan KPPU.*Jurnal Persaingan Usaha*,Vol. 3, No.1 Hal 5-18.
- BanoSeran,R.Sundari,E.Fadhila,M.2023.Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen.*Jurnal Mirai Management*,vol. 8 No.1 Hal 206-211.
- Eriyanto.2001.Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media.Yogyakarta:Lkis.
- Fitriani,Y.2021.Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital.*Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*,vol. 5, No.4 Hal 1006-1013.
- Herlyani Bota Korten,E.Setya Ningrum,B.Sri Hariyati,T. 2020.Implementasi Electronic Medical Record (Emr) Dalam Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit: Studi Literatur.*Carolus Journal of Nursing*,Vol. 2, No.2 Hal 95-110.
- Indrawati.2023.Komunikasi Pemasaran Digital:Konsep,Strategi,Kasus, dan Penulisan.Bandung:PT. Refika Aditama.
- Jensen,Klaus Bruhn.2002.A Handbook Of Media And Komunikation Research.
- Liedfray,T.J.Waani,F.J.Lasut,J.2022.Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.*Jurnal Ilmiah Society*,vol. 2 No.1 Hal 1-13.
- Nasrullah,R.2023.Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi:ed.Revisi.Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Patton,Michael Quinn.2002.Qualiiinforman Eve Research & Evaluation Methods.Third Edition.Thousand Oaks,CA:Sage Publications.
- Sugiyono.2019.Metode Penulisan Kuantitatif Kualitatif dan R&D:ed.2.Bandung:Alfabeta.
- Sukmayadi.2019.Kebijakan Penetapan Harga Pada Pt. Atrindo Asia Global Bandung.*Jurnal Ilmiah Manajemen*,Vol.10, No.2 Hal 103-110.
- Syarifuddin.Djaffar,R.2022.Pola Komunikasi Publik di Era Digital.*Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media*,Vol.III, No.2 Hal.172-182.