

---

## Strategi Promosi Kesehatan Digital melalui Instagram @rsmhpromkes di RSUP Dr. Mohammad Hoesin Palembang

Naurah Lisnarini<sup>1\*</sup>, Yanti Setianti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

\*Email korespondensi: [naurah@unpad.ac.id](mailto:naurah@unpad.ac.id)

---

### INFO ARTIKEL

#### Article History

Received : 15 April 2025

Revised : 5 Mei 2025

Accepted : 23 Juni 2025

#### Kata Kunci:

Media Sosial, Instagram,  
Promosi Kesehatan, Rumah  
Sakit

#### Keywords:

*Health Promotion, Hospital,  
Instagram, Social Media*

*Copyright@author*

*Licensed by CC BY-SA 4.0*

---

### ABSTRAK

Pandemi covid membatasi kegiatan tatap muka secara langsung termasuk pelaksanaan promosi kesehatan di rumah sakit. Maka dari itu, Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Mohammad Hoesin (RSMH) Palembang memanfaatkan media sosial Instagram @rsmhpromkes agar tetap menjangkau masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi promosi kesehatan RSMH melalui Instagram sehingga dapat menyampaikan informasi kepada pasien, keluarga pasien hingga masyarakat luas. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan Instalasi Promosi Kesehatan RSMH dan followers @rsmhpromkes dilengkapi dengan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram digunakan untuk menyampaikan informasi layanan kesehatan, perubahan jadwal dokter, seminar daring serta edukasi kesehatan yang menjangkau pasien di luar kota. RSMH rutin mengunggah informasi tentang layanan rumah sakit yang terhubung ke *website* resmi dan menyelenggarakan penyuluhan kesehatan secara *hybrid* dan online. Selain itu, aktivitas media sosial juga melibatkan pembuatan konten video informatif, konten *dance* yang berisi informasi layanan serta kolaborasi dengan media TV dan radio. Namun, peneliti menemukan bahwa konten edukasi seperti infografik, poster dan video kesehatan masih jarang diunggah. Sehingga konten tersebut perlu diperbanyak lagi agar informasi kesehatan dapat diakses di media sosial tanpa bergantung pada acara tertentu. Selain itu, minimnya sumber daya manusia menjadi tantangan utama dalam pengelolaan konten secara konsisten. Peneliti merekomendasikan optimalisasi konten edukatif di Instagram dan penguatan kapasitas tim promosi kesehatan. Riset selanjutnya dapat membandingkan efektivitas promosi kesehatan antara rumah sakit pemerintah dan swasta di Palembang dan mengevaluasi media sosial mana yang paling efektif digunakan dalam promosi kesehatan.

---

### ABSTRACT

*The COVID-19 pandemic restricted face-to-face activities, including implementing health promotion programs in hospitals. Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Mohammad Hoesin(RSMH) Palembang adopted Instagram (@rsmhpromkes) to preserve the dissemination of information to society. This study seeks to describe RSMH's health promotion strategy through Instagram in delivering information to*

---

*patients, their families, and the public. A qualitative method was used with data collected through observation, interviews with the RSMH Health Promotion Unit and followers of @rsmhpromkes also the literature review. The findings show that Instagram is used to disseminate information about healthcare services, changes in doctors' schedules, online seminars, and health education that reaches patients even outside the city. RSMH regularly uploads service-related content linked to the official hospital website and organizes health education sessions in hybrid and online. Social media activities also include informative video content, dance-based service announcements, and collaborations with local television and radio. However, the study found that educational content such as infographics, posters, and health-related videos is still rarely uploaded. These materials need to be enhanced to ensure that health information can be accessed at any time via social media, without relying on scheduled events. Additionally, the limited number of staff is one of the key challenges in consistently managing content. The study recommends optimizing educational content on Instagram and strengthening the capacity of the health promotion team. Future research could compare the effectiveness of health promotion strategies between public and private hospitals in Palembang and evaluate which social media platforms are most effective for health promotion efforts.*

---

## PENDAHULUAN

Rumah sakit memiliki peran penting dalam melakukan promosi kesehatan kepada masyarakat. Perkembangan teknologi dan informasi memengaruhi bagaimana strategi rumah sakit dalam menyampaikan informasi melalui *platform* digital. Maraknya penggunaan media sosial, terutama Instagram, Facebook, dan YouTube menuntut rumah sakit pemerintah untuk lebih adaptif dalam meningkatkan kualitas layanan komunikasi kesehatan. Pemanfaatan berbagai media sosial tersebut memungkinkan akses informasi, edukasi serta promosi kesehatan dilakukan secara lebih mudah, cepat, dan merata di seluruh lapisan masyarakat.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan, rumah sakit wajib melaksanakan promosi kesehatan rumah sakit atau PKRS. Promosi kesehatan adalah proses pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membantu masyarakat untuk turut aktif melakukan perubahan perilaku guna meningkatkan taraf kesehatannya.<sup>1</sup>Promosi kesehatan diselenggarakan dengan paradigma

sehat, setara, mandiri, terpadu dan berkesinambungan. Rumah sakit melaksanakan promosi kesehatan kepada publik meliputi pasien dan non pasien seperti keluarga pasien, karyawan rumah sakit, pengunjung rumah sakit, dan masyarakat.<sup>3</sup> Menurut WHO, promosi kesehatan adalah *"the process of enabling individuals and communities to increase control over the determinants of Health and thereby improve their health"*.<sup>6</sup>

Ketika pandemi COVID-19 sejak 2020, beberapa fasilitas kesehatan seperti rumah sakit mengurangi layanan rawat jalan.<sup>3</sup> Hal ini membuat berbagai promosi kesehatan sulit untuk dilakukan dan menjangkau masyarakat luas. Media komunikasi seperti poster, brosur, banner, leaflet, dan spanduk yang biasanya terpasang di setiap sudut rumah sakit tidak dapat dibaca oleh masyarakat, terutama ketika ada kebijakan untuk melakukan aktivitas dari rumah. Terkadang, terdapat pula perubahan jadwal praktik maupun jadwal konsultasi dengan beberapa dokter yang tidak dapat tersampaikan secara langsung. Aktivitas penyuluhan kesehatan yang biasanya dilakukan secara langsung di rumah sakit juga tidak dapat dilakukan karena penerapan social distancing. Maka dari itu, pihak rumah sakit menerapkan

strategi baru dengan melaksanakan promosi kesehatan melalui media sosial.<sup>15</sup>

Berdasarkan laporan We Are Social yang dikutip oleh Katadata<sup>2</sup>, terdapat sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil. Media sosial instagram juga tercatat sebagai aplikasi media sosial terpopuler keempat di dunia berada setelah Facebook, YouTube, dan WhatsApp. Maka dari itu, Instagram memiliki daya jangkau luas dan potensial sebagai media komunikasi strategistermasuk dalam promosi kesehatan. Pemanfaatan Instagram oleh institusi kesehatan seperti rumah sakit menjadi salah satu langkah untuk menyampaikan informasi layanan, edukasi kesehatan, serta menjangkau masyarakat secara visual, cepat dan interaktif.<sup>14</sup>

Media sosial terutama instagram dapat menjadi *platform* komunikasi yang dapat digunakan sebagai upaya strategi promosi kesehatan. Media sosial berpeluang dalam bidang promosi kesehatan, yaitu menggerakkan banyak promosi kesehatan ke lebih banyak masyarakat secara bersamaan dan menjangkau orang secara *realtime* dimanapun mereka berada.<sup>4</sup> Pada masa pandemi, menurut penelitian *Measuring Instagram activity and engagement rate of hospital*, menunjukkan bahwa 75% dari rumah sakit meningkatkan aktivitas *online* mereka selama pandemi.<sup>7</sup> Media sosial rumah sakit, terutama instagram digunakan sebagai alat untuk menginformasikan dan mempromosikan tentang kesehatan dan layanan kesehatan rumah sakit. Pemanfaatan media sosial membantu masyarakat untuk mengakses informasi jarak jauh, sehingga membantu juga dalam melaksanakan protokol kesehatan.<sup>5</sup> Didukung pula dengan penelitian bahwa media sosial yang dinilai cukup efektif untuk promosi kesehatan adalah facebook dan instagram.<sup>12</sup> Pada media sosial komunikasi berlangsung dua arah, dimana pasien atau keluarga pasien dapat menyampaikan berbagai pertanyaan seputar kesehatan dan pelayanan rumah sakit.

Dalam penelitian ini, peneliti menulis tentang promosi kesehatan Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Mohammad Hoesin Palembang (RSMH) yang merupakan rumah sakit yang sudah beroperasi sejak 1957 dan telah meraih

akreditasi paripurna KARS dan akreditasi Internasional JCI di Tahun 2016 dan 2020. Pada 2014, RSMH juga ditunjuk sebagai tempat pelayanan rujukan tertinggi (*top referral hospital*) atau disebut juga rumah sakit pusat sesuai dengan visinya yaitu “Menjadi Rumah Sakit Pendidikan dan Rujukan Nasional Yang Mandiri dan Terpercaya”. Dalam pelayanannya, RSMH termasuk rumah sakit kelas A yaitu rumah sakit pemerintah yang telah menyediakan pelayanan kedokteran spesialis maupun subspecialis.

RSMH menggunakan salah satu media sosial sebagai media promosi kesehatan berupa Instagram dengan nama @rsmhpromkes. Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas tentang promosi kesehatan yang dilakukan RSMH di instagram. Instagram @rsmhpromkes sudah dibuat sejak 2020, sekarang sudah mencapai 1298 post dan 4968 followers. Dalam pelaksanaannya, Instagram merupakan media untuk pelaksanaan promosi kesehatan, terutama Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS). Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti berusaha menjelaskan bagaimana promosi kesehatan RSMH Palembang melalui Instagram @rsmhpromkes.

## BAHAN DAN METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk mengeksplorasi strategi promosi kesehatan digital yang dilakukan oleh Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Mohammad Hoesin (RSMH) Palembang melalui platform media sosial Instagram. Pendekatan kualitatif dinilai relevan untuk memahami konteks sosial dan makna komunikasi digital yang dibangun oleh institusi kesehatan serta bagaimana publik meresponsnya.<sup>9</sup> Teknik pengumpulan data meliputi observasi non-partisipatif terhadap akun Instagram @rsmhpromkes selama tiga pekan, wawancara mendalam, serta studi pustaka terhadap dokumen kebijakan dan literatur akademik. Fokus observasi mencakup jenis dan frekuensi unggahan, pemanfaatan fitur Instagram (seperti *story* dan *reels*), serta interaksi akun dengan audiens.

Wawancara mendalam dilakukan dengan lima informan (n = 5) yang terdiri atas tiga anggota tim Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS), satu tenaga kesehatan yang terlibat

dalam produksi konten edukatif, serta satu pengikut aktif akun Instagram tersebut. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman yang disusun berdasarkan indikator komunikasi digital dalam promosi kesehatan, mengacu pada Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan di Rumah Sakit. Untuk memperkuat landasan teori dan konteks, studi pustaka dilakukan terhadap literatur yang relevan mengenai komunikasi kesehatan digital dan penggunaan media sosial dalam pelayanan publik.<sup>3</sup>

Data dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik dengan tahapan mulai dari transkripsi data wawancara, proses koding terbuka untuk mengidentifikasi pola-pola makna, pengelompokan data ke dalam tema-tema utama (misalnya jenis konten, strategi penyampaian pesan, dan respons pengguna), hingga penarikan kesimpulan berdasarkan hubungan antar tema. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber (observasi, wawancara, dan studi pustaka) serta *member check* kepada informan untuk memastikan akurasi interpretasi peneliti. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu mengungkap secara mendalam efektivitas media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana komunikasi promosi kesehatan digital oleh rumah sakit rujukan nasional di Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi kesehatan di rumah sakit sangat penting, dikarenakan untuk suatu pengobatan bukan hanya dipengaruhi oleh bagaimana pola pelayanan kesehatan. Tapi juga sikap maupun keterampilan dari Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS), keluarga pasien serta tingkat kerja sama positif antara tenaga kesehatan (*nakes*) dengan pasien beserta keluarganya. Peningkatan mutu kesehatan diarahkan guna meningkatkan kesadaran, kemauan serta kemampuan hidup sehat seseorang agar peningkatan derajat kesehatannya dapat meningkat. Tujuan dari Promosi Kesehatan di Rumah Sakit adalah agar masyarakat mampu menerapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) dengan peningkatan pengetahuan, sikap serta perilaku pasien di rumah sakit dan pemeliharaan lingkungan rumah sakit sehingga masyarakat mendapatkan manfaat semua pelayanan yang disediakan rumah sakit.<sup>7</sup>

Penelitian Chen (2023) menunjukkan bahwa promosi kesehatan di rumah sakit tidak hanya bermanfaat bagi pasien, tetapi juga berdampak positif terhadap perilaku hidup sehat staf keperawatan. Rumah sakit disarankan untuk bergabung dalam jaringan *Health Promoting Hospitals* (HPH) serta menciptakan kebijakan dan lingkungan kerja yang mendukung gaya hidup sehat. Untuk meningkatkan partisipasi, dapat disediakan program seperti edukasi kesehatan, fasilitas olahraga, dan komunitas sehat.<sup>8</sup> Perawat laki-laki, yang lebih tua, dan yang memiliki penyakit kronis cenderung lebih sadar kesehatan, sementara perawat muda dan perempuan membutuhkan dukungan dan insentif lebih agar terlibat aktif dalam perilaku hidup sehat.

Penelitian ini dilakukan di RSMH karena rumah sakit ini merupakan rumah sakit rujukan utama di Provinsi Sumatera Selatan dan termasuk rumah sakit tipe A pendidikan yang memiliki tanggung jawab besar dalam pelaksanaan edukasi kesehatan masyarakat. Sebagai institusi pelayanan kesehatan tingkat tersier, RSMH memiliki potensi dan sumber daya yang besar dalam mengembangkan promosi kesehatan berbasis digital yang inovatif dan berdaya jangkauan luas. Namun demikian, belum adanya evaluasi komprehensif terhadap efektivitas media sosial sebagai saluran promkes menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana tujuan dari Program PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit) tercapai melalui platform digital ini. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk mengisi kekosongan literatur dan memberikan rekomendasi berbasis data yang dapat meningkatkan performa komunikasi kesehatan di era digital.

Dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan bagaimana jalannya promosi kesehatan @rsmhpromkes melalui media sosial Instagram selama kurang lebih dua tahun berjalan.

### Struktur Promosi Kesehatan RSMH

Peraturan Kementerian Kesehatan no 44 tahun 2018 telah menetapkan bagaimana standar promosi kesehatan rumah sakit. Terdapat perbedaan bentuk organisasi dalam penanggung jawab promosi kesehatan, di Rumah Sakit Kelas A dan B minimal berupa instalasi. Sedangkan pada rumah sakit kelas C dan D minimal berupa unit, dan untuk rumah sakit kelas D Pratama minimal berupa tim.<sup>3</sup>

Struktur Promosi Kesehatan RSMH meliputi Kepala Instalasi, Penanggungjawab Promosi Kesehatan serta Penanggungjawab Promosi Pemasaran beserta Staf. Penanggungjawab promosi kesehatan menjalankan kegiatan yang bersifat edukasi untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat sehingga meningkatkan taraf kesehatannya. Seperti pemberian materi kesehatan dengan dialog bersama dokter, pemberian materi kesehatan di sosial media maupun media lain seperti radio, TV dan media lokal lainnya. Sedangkan penanggungjawab promosi pemasaran menjalankan kegiatan yang bersifat informasi untuk memberitahu masyarakat tentang informasi layanan kesehatan berupa kesediaan dokter, kesediaan kamar, biaya layanan dan alur untuk berobat.

Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi kesehatan sudah lama dilaksanakan oleh RSMH, awalnya, media sosial yang digunakan hanya Facebook, namun ketika pandemi instalasi promkes memiliki inisiatif untuk membuat Instagram. Karena pada saat itu sulit untuk menjangkau kegiatan promosi kesehatan secara langsung karena ada kebijakan social distancing. Media sosial Instagram juga dianggap sebagai media sosial yang paling banyak digunakan dan diminati pada saat ini, sehingga diharapkan kegiatan promosi kesehatan akan lebih efektif jika menggunakan Instagram.<sup>10</sup> Maka dari itu, pada tahun 2020 dibentuklah Instagram @rsmhpromkes untuk menjangkau pula kegiatan promosi kesehatan yang bersifat daring.

“Instagram digunakan oleh instalasi Promosi Kesehatan, penanggungjawab Promosi Kesehatan fokus pada edukasi kesehatan sedangkan penanggungjawab promosi pemasaran fokus pada pemberian informasi layanan kesehatan yang tersedia di rumah sakit. Seluruh komponen dalam instalasi promkes RSMH aktif mengupload konten masing-masing di instagram” (Wawancara 22 November 2022)

Dalam pelaksanaan promosi kesehatan di instagram, menurut informan Instagram @rsmhpromkes sudah aktif menggunakan berbagai fitur termasuk *Live* Instagram, *reels* maupun penggunaan video untuk menyampaikan edukasi dan informasi kesehatan. Hanya saja, sumber daya manusia (SDM) di instalasi promkes hanya sedikit yaitu sekitar lima orang staf, sehingga terkadang

kesulitan untuk menjalankan kegiatan yang padat.

### Kegiatan Promosi Kesehatan di Instagram @rsmhpromkes Informasi Layanan Kesehatan

Sejak awal masa pandemi, program promosi kesehatan jauh lebih efektif melalui media sosial, termasuk instagram. Selama pelaksanaan aktivitas komunikasi di instagram, admin Instagram RSMH selalu menyapa *followers* Instagram dengan sebutan “*Hoesiners*”. Komunikasi dilakukan dengan masyarakat meliputi pengaduan, jadwal praktik dokter, tata cara pendaftaran online, permintaan masyarakat dan pelayanan masyarakat.<sup>13</sup> Dalam akun Instagram @rsmhpromkes, setiap harinya selalu diunggah informasi tentang jadwal praktik dokter pada setiap polinya setiap pukul 07.00 WIB untuk memberi tahu masyarakat.



sumber: Instagram @rsmhpromkes

**Gambar 1. Jadwal Praktek Dokter 21 November 2022**

Telah menjadi rutinitas admin Instagram mengunggah informasi tersebut di pagi hari, agar masyarakat mengetahui siapa saja dokter yang dapat melayani sesuai bidang masing-masing. Dilengkapi juga dengan jam praktik dokter tersebut, sehingga masyarakat dapat memperkirakan waktunya kapan akan ke rumah sakit. Pada Instagram @rsmhpromkes juga diberitahukan cara untuk registrasi secara online yang langsung terhubung pada website <https://www.rsmh.co.id/>. Sehingga masyarakat dapat melakukan pendaftaran pasien secara online dan mengecek nomor antrian. Selain itu, informasi jadwal praktik dokter dan layanan online melalui *website* akan terus diinformasikan melalui Instagram @rsmhpromkes, bertujuan untuk memudahkan masyarakat diharapkan juga dapat

mengenalkan fitur-fitur yang ada pada *website* RSMH.

“Instagram sangat berguna untuk memberitahu masyarakat tentang jadwal praktik dokter pada setiap harinya. Selain itu untuk mengenalkan ke masyarakat tentang pelayanan kesehatan yang bisa dilakukan secara daring melalui website. Sehingga memudahkan informasi ke masyarakat, terutama tentang kesediaan kamar, jadwal dokter dan pasien bisa memperkirakan biaya untuk berobat dan bisa melakukan konsultasi online sebelum ke rumah sakit” (Wawancara 21 November 2022)

Salah satu informan mengatakan, dalam *website* RSMH <https://www.rsmh.co.id/> terdapat banyak fitur layanan yang memudahkan masyarakat mengakses layanan kesehatan seperti pendaftaran berobat secara *online*, layanan *telemedicine* yaitu konsultasi online bersama dokter spesialis, informasi kesediaan kamar, informasi biaya berobat dan lain-lain. Selain itu, pemanfaatan Instagram sebagai media informasi layanan kesehatan sangat membantu masyarakat yang berdomisili di luar kota Palembang. Karena RSMH merupakan rumah sakit rujukan nasional untuk wilayah kabupaten dan kota di Sumatera Selatan serta pada empat provinsi terdekat yaitu Jambi, Lampung, Bengkulu dan Bangka Belitung. Karena ada beberapa pertimbangan yang harus dilakukan sebelum berobat ke RSMH, termasuk konsultasi pra-pengobatan, kesediaan waktu, kesediaan dokter, kesediaan kamar jika rawat inap kemudian perhitungan biaya kesehatan di luar asuransi.

“Ketika membuka Instagram RSMH, langsung terhubung ke link website official rumah sakit. Sehingga bisa mendapatkan informasi mengenai layanan kesehatan. Tentunya, ini bermanfaat bukan cuma untuk pasien yang berdomisili di Palembang tapi juga yang berada di luar kota bahkan diluar provinsi yang terdekat. (Wawancara 21 November 2022)

### **Pelaksanaan Seminar Kesehatan**

Media sosial dapat memperluas jangkauan promosi kesehatan pada strategi kesehatan masyarakat. Promosi dalam konteks digital, serta membawa manfaat langsung berupa peningkatan akses kesehatan informasi, selain memungkinkan terbentuknya jaringan pendukung antara individu dan masyarakat, memperluas bentuk komunikasi antara pasien dan profesional kesehatan, memperluas edukasi dan pembelajaran meningkatkan keterlibatan dalam kampanye kesehatan melalui jangkauan yang luas.<sup>11</sup> RSMH melaksanakan berbagai

seminar kesehatan dan dialog interaktif secara *online* maupun *hybrid*.

Promosi kesehatan yang dilakukan secara *hybrid* (kombinasi *offline* dan *online*) adalah dialog interaktif dan penyuluhan kesehatan yang berlokasi di taman edukasi RSMH, ruang rawat inap maupun di lobby graha eksekutif atau di poli tertentu. Kegiatan tersebut rutin dilakukan setiap minggunya antara Selasa, Rabu atau Kamis. Instalasi promosi kesehatan bersama para nakes melakukan dialog interaktif dan penyuluhan kesehatan secara langsung bersama pasien dan keluarga pasien, pengunjung RSMH kemudian kegiatan tersebut direkam melalui siaran langsung (*live*) di Instagram agar masyarakat di rumah juga dapat menonton.

“Promosi kesehatan dilakukan melalui dialog interaktif dan penyuluhan kesehatan *hybrid*, setiap harinya seminar dibawakan dengan tema yang berbeda. Tema promkes dapat berupa 10 penyakit terbesar di Indonesia atau masalah yang menjadi fokus pemerintah seperti masalah *stunting*.” (Wawancara 22 November 2022)

Kegiatan Promosi Kesehatan diadakan secara langsung didukung dengan daring di Instagram dengan tema khusus. Dalam hal ini fitur Instagram dimanfaatkan untuk pra acara untuk mengunggah informasi acara melalui *instastory* dan *reels* serta pada hari pelaksanaan acara dengan fitur *live*, sehingga masyarakat juga bisa menyaksikan acara secara *realtime* walaupun tidak bisa hadir di tempat. Tema prioritas adalah 10 penyakit paling banyak di Indonesia dan program kesehatan yang menjadi fokus pemerintah. Kegiatan ini merupakan kegiatan wajib yang menjadi rutinitas program Promosi Kesehatan RSMH. Partisipasi pasien, keluarga pasien dan pengunjung rumah sakit juga cukup baik dalam kegiatan promosi kesehatan yang dilakukan oleh RSMH.



sumber: Instagram @rsmhpromkes

**Gambar 2. Poster Dialog Interaktif dan Penyuluhan Kesehatan RSMH**

“Ketika mengikuti kegiatan promosi kesehatan RSMH secara langsung maupun live Instagram mampu menambah pengetahuan masyarakat mengenai penyakit tertentu. Apalagi jika yang menonton adalah penderita penyakit tersebut atau keluarganya jadi menambah ilmu baru dan bisa bertanya langsung ke dokter spesialis bersangkutan.” (Wawancara 22 November 2022)

Selain itu, terdapat juga seminar daring (hanya dilaksanakan secara virtual melalui media *zoom meeting*). Namun kegiatan ini bukan program wajib yang dilakukan setiap minggunya, melainkan *occasional* atau ketika ada momen tertentu. Berbeda dengan program sebelumnya, kegiatan seminar melalui *meeting* tidak hanya mengundang satu pembicara melainkan dua hingga tiga dokter dalam satu acara. Seperti ketika hari Diabetes se Dunia, tema yang diangkat adalah “Akses Untuk Pengobatan Diabetes”. Acara tersebut terdiri dari 3 orang dokter sebagai narasumber yang memang ahli membahas diabetes dan dipandu oleh satu orang moderator.

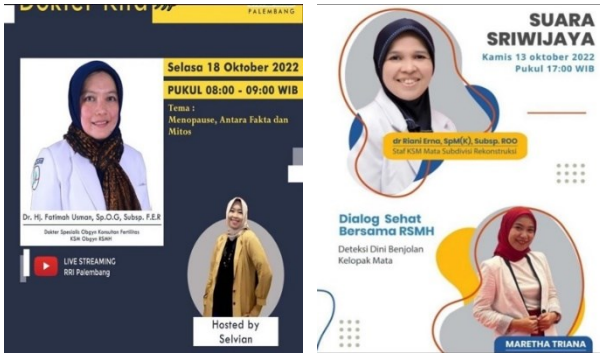
Dalam hal ini, Instagram hanya digunakan sebagai media promosi untuk mengajak masyarakat mengikuti Seminar Virtual melalui *zoom meeting*. Sehingga, yang dapat dijangkau tidak hanya pasien, keluarga pasien dan pengunjung rumah sakit saja. Tapi masyarakat dari mana saja dapat mengikuti acara tersebut, karena terbuka untuk umum. Tidak ada jadwal khusus untuk acara seminar virtual, hanya saja diperkirakan setidaknya dilaksanakan satu kali dalam sebulan.



sumber: Instagram @rsmhpromkes

**Gambar 3. Poster Seminar Virtual RSMH**

Selain itu, instalasi promosi kesehatan turut berkejasama dengan media lokal seperti TV dan radio untuk memfasilitasi kegiatan promosi kesehatan. Promosi kesehatan memiliki fungsi promosi rumah sakit dengan menyampaikan informasi kepada masyarakat dan promosi pelayanan kesehatan untuk merubah perilaku Masyarakat.<sup>12</sup> Selain kerjasama dengan pihak internal rumah sakit, perlu juga kerja sama dengan pihak eksternal rumah sakit. Seperti yang dilakukan oleh RSMH yaitu bekerjasama dengan media lokal yaitu radio dan TV untuk melaksanakan kegiatan promosi kesehatan.



sumber: Instagram @rsmhpromkes

#### Gambar 4. Kerjasama Promosi Kesehatan Dengan Media dan TV di Palembang

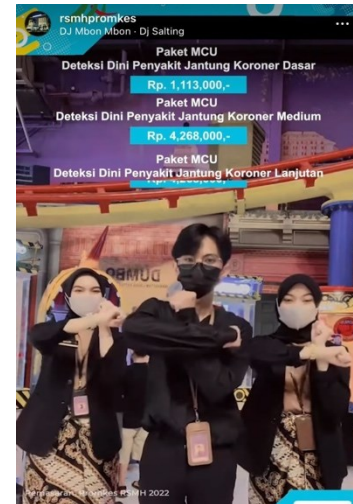
Semua aktivitas promosi kesehatan RSMH selalu dipublikasikan dalam Instagram @rsmhpromkes mulai dari kegiatan yang melibatkan kerjasama internal maupun eksternal rumah sakit. Kegiatan kerjasama dengan pihak luar (media) disebut media partner, artinya media memfasilitasi rumah sakit untuk berinteraksi dan menjangkau masyarakat luas. Dalam hal ini, Instagram @rsmhpromkes membantu masyarakat mengetahui berbagai acara promosi kesehatan RSMH meliputi lokasi, media yang digunakan (langsung, online atau melalui TV dan radio) serta waktu berlangsungnya acara. Jika dilihat dari postingan yang diunggah @rsmhpromkes, setidaknya terdapat satu kali program setiap minggunya yaitu Dokter Kita di RRI Palembang, Suara Sriwijaya di Sriwijaya TV terkadang diundang dalam Dialog Interaktif di TVRI Sumsel. Maka dari itu, melalui informasi yang diunggah di Instagram diharapkan masyarakat bukan hanya terlibat dalam kegiatan promosi kesehatan RSMH yang dilakukan secara langsung dan live Instagram saja, tapi juga berpartisipasi dalam kegiatan promosi kesehatan di media TV dan Radio.

“Kalau tidak diupload di media sosial, banyak orang yang tidak tahu bahwa kita ada talkshow di rri, tvri dan sriwijaya tv. Maka dari itu, pemanfaatan media sosial sangat membantu dalam mempromosikan kegiatan-kegiatan promosi kesehatan.” (Wawancara 22 November 2022)

#### Konten Informasi dan Edukasi Kesehatan di Instagram @rsmhpromkes

Selain melaksanakan berbagai seminar kesehatan, Instagram @rsmhpromkes turut membuat berbagai konten yang berkaitan

dengan kesehatan. Jika diobservasi melalui konten yang sering diunggah, Instagram @rsmhpromkes selalu membuat konten dalam bentuk video atau reels dilengkapi dengan suara musik pengiring. Video tersebut berisikan 3 orang staf promosi kesehatan yang menari ditambah dengan tulisan informasi di atasnya. Seperti pada gambar di bawah ini:



sumber: Instagram @rsmhpromkes

#### Gambar 5. Konten Video di Instagram @rsmhpromkes

Menurut salah satu informan, video tersebut dibuat oleh staf promosi pemasaran dari Instalasi Promosi Kesehatan RSMH. Sehingga tujuannya memang untuk memperkenalkan layanan kesehatan yang disediakan oleh RSMH, terkadang dilengkapi juga dengan perkiraan biaya yang harus dipersiapkan. Seperti gambar di atas memberitahukan bahwa di RSMH melayani MCU dengan berbagai paket dan harga yang berbeda.

“Metode pembuatan konten dengan video disertai teks merupakan ide untuk penyesuaian terhadap tren sekarang. Masyarakat sekarang cenderung menyukai konten-konten yang dibuat melalui video. (Wawancara 22 November 2022)

Menurut salah satu informan yang merupakan followers @rsmhpromkes, akun Instagram rumah sakit RSMH sudah sangat aktif dalam mengunggah foto/video setiap harinya, mengadakan seminar kesehatan serta video untuk memberikan informasi kesehatan. Hanya saja, perlu ditambah konten-konten yang memberikan edukasi kesehatan seperti pembuatan infografis, poster edukasi, video edukasi, dll yang merangkum informasi tentang kesehatan termasuk isu terkini. Strategi dalam

pembuatan konten tersebut dapat diadopsi dari Instagram promkes rumah sakit lainnya.

“Acara promosi kesehatan sudah banyak, hampir tiap hari dilakukan, jadwal juga selalu diunggah setiap pagi, hanya saja setelah diperhatikan pada akun ini jarang memposting tentang edukasi kesehatan yang sudah dirangkum. (Wawancara 21 November 2022)

sumber: Instagram @rsmhpromkes



**Gambar 6. Poster Edukasi Kesehatan di Instagram @rsmhpromkes**

Seperti gambar di atas, sebenarnya poster edukasi kesehatan pernah diunggah di Instagram @rsmhpromkes. Hanya saja, bukan kegiatan yang rutin, terakhir diunggah bulan September. Masyarakat memiliki tujuan tertentu saat membuka Instagram rumah sakit salah satunya mengetahui jadwal dokter, mengetahui kegiatan-kegiatan promosi kesehatan serta mengetahui informasi terkini terkait isu kesehatan. Isu kesehatan adalah isu yang cukup banyak dicari masyarakat karena kesehatan merupakan aset yang penting bagi seorang individu, tidak heran jika mereka melakukan berbagai cara untuk menjaga kesehatan dengan mengumpulkan berbagai informasi kesehatan.<sup>13</sup>

Penyediaan konten edukasi kesehatan melalui Instagram terbukti berkontribusi dalam meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu kesehatan, sehingga berpotensi mendukung perbaikan taraf kesehatan masyarakat secara luas. Tetapi, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) pada Instalasi Promosi Kesehatan RSMH dapat memengaruhi konsistensi serta kualitas pengelolaan konten digital sehingga membatasi jangkauan dan keberlanjutan promosi

kesehatan berbasis media sosial. RSMH memiliki keunggulan dibandingkan rumah sakit lain di wilayah Palembang terutama dalam hal integrasi strategi promosi kesehatan digital yang dilakukan secara berkelanjutan dan didukung oleh kolaborasi lintas media, termasuk televisi dan radio.

Promosi kesehatan digital tidak semata-mata diukur melalui kuantitas pengikut akun media sosial, melainkan melalui indikator keterlibatan audiens (*engagement*), seperti jumlah interaksi (*likes*, komentar, dan berbagi konten), serta indikator kualitatif seperti peningkatan literasi kesehatan masyarakat, partisipasi dalam kegiatan penyuluhan daring dan umpan balik positif dari pengguna layanan kesehatan.

## KESIMPULAN

Saat pandemi COVID-19 melanda pembatasan sosial atau *social distancing* menjadikan kegiatan tatap muka seperti promosi kesehatan sulit dilakukan. Maka dari itu Rumah Sakit Mohammad Hoesin (RSMH) Palembang yang merupakan rumah sakit rujukan nasional tipe A melakukan inisiatif untuk memanfaatkan media sosial dengan Instagram @rsmhpromkes. Sejak tahun 2020, RSMH secara aktif menggunakan Instagram untuk kegiatan promosi kesehatan, seperti memberikan informasi layanan kesehatan yang terhubung langsung dengan website RSMH serta menyelenggarakan penyuluhan kesehatan secara *hybrid* maupun online melalui fitur Instagram.

Media sosial Instagram sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi contohnya perubahan jadwal dokter, registrasi online, hingga konsultasi daring. Selain itu bisa memperluas wawasan pasien, keluarga, dan pengunjung rumah sakit melalui dialog interaktif dan penyuluhan kesehatan. Pemanfaatan Instagram memungkinkan jangkauan promosi kesehatan menjadi lebih luas, bahkan bagi masyarakat yang tidak dapat hadir secara langsung di rumah sakit. Instagram juga digunakan sebagai media promosi kegiatan promkes RSMH melalui kerja sama dengan media TV dan radio.

Melalui aktivitasnya, akun Instagram @rsmhpromkes cukup aktif membuat konten informatif, seperti informasi layanan rumah sakit yang dikemas secara menarik dan

dilengkapi dengan teks. Namun, konten edukasi seperti poster kesehatan, video edukatif, infografik, dan ringkasan isu-isu kesehatan terkini masih jarang diunggah. Ini menjadi rekomendasi penting bagi pengelola akun untuk memperbarui dan memperkaya konten, sehingga akun tersebut tidak hanya menjadi sarana komunikasi kegiatan, tetapi juga menjadi sumber informasi kesehatan yang dapat diakses kapan saja. Hal ini penting mengingat banyaknya hoaks kesehatan yang beredar di media sosial.

Pada pelaksanaannya, tidak terdapat kendala dalam kegiatan promosi kesehatan di RSMH. Namun, tantangan internal berupa keterbatasan sumber daya manusia di Instalasi Promosi Kesehatan membuat staf harus bekerja ekstra untuk menjalankan berbagai program promkes.

Studi ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan media sosial rumah sakit mampu

mendekatkan akses informasi kesehatan pada masyarakat secara luas, namun memerlukan manajemen konten dan SDM yang memadai. Kesimpulan juga menegaskan peran penting Instagram dalam mendukung kegiatan promosi kesehatan RSMH secara lebih efektif, terutama di masa pandemi. Meski demikian, tantangan internal seperti keterbatasan staf masih menjadi hambatan yang perlu diatasi.

## SARAN

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan membandingkan strategi promosi kesehatan antar rumah sakit di Palembang, baik pemerintah maupun swasta serta mengevaluasi berbagai media digital yang digunakan. Kajian semacam ini penting untuk memberikan rekomendasi strategis dalam optimalisasi promosi kesehatan berbasis media digital di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Lina MR, Oedojo S, Rika T. The Implementation of Health Promotion in the Hospital in Ra. Basoeni Hospital in Mojokerto District. *Indian J Public Health Res Dev.* 2019;10(8).
2. Annur CM. Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia. *Databoks Katadata.* 2023 Nov 28. Tersedia dari: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/16d2a8a4aaa0bc1/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>
3. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI; 2018.
4. Acha-Anyi A, Acha-Anyi PN, Asongu SA, Tchamyu VS. Social media for health promotion: A visual analysis of "TB Proof" South Africa's Facebook page. *Technol Soc.* 2020.
5. al Aufa B, Sulistiadi W, Djawas FA. Measuring Instagram Activity and Engagement Rate of Hospital: A Comparison before and during COVID-19 Pandemic. Dalam: 2020 3rd International Seminar on Research of Information Technology and Intelligent Systems, ISRITI 2020. 2020. hlm. 562-6. doi:10.1109/ISRITI51436.2020.9315490
6. Susilowati D. Promosi Kesehatan. Vol 1. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia; 2016.
7. Nurdianna F. Pelaksanaan Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal Promkes.* 2017;5(2):217-31.
8. Chen HH, Lai JCY, Chiou ST, Huang N, Chien LY. The effect of hospital-based health promotion on the health practices of full-time hospital nurses: a cross-sectional study. *Sci Rep.* 2023;13(1):9763.
9. Creswell JW, Creswell JD. *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches.* Edisi ke-5. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.; 2018.
10. Rizaty MA. Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia. *DataIndonesia.Id.* 2022 Agu 3. Tersedia dari: <https://DataIndonesia.Id/Digital/Detail/Pengguna-Instagram-Indonesia-Terbesar-Keempat-Di-Dunia>.
11. Pinto PA, Antunes MJL, Almeida AMP. Public health on instagram: An analysis of health promotion strategies of Portugal and Brazil. Dalam: *Procedia Computer*

- Science. 2021. hlm. 231–8.  
doi:10.1016/j.procs.2021.01.142
12. Anisa R, Yustikasari, Dewi R. Media Promosi Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah Lembang. J Ilm Multidisiplin. 2022;1(7).
  13. Anisa R, Yustikasari Y, Dewi R. MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT UMUM DAERAH. J Inovasi Penelit. 2022;2.  
doi:10.47492/jip.v2i8.1248
  14. Dewi R, Janitra PA, Aristi N. Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat. Media Karya Kesehatan Univ Padjajaran. 2018;1.  
doi:10.24198/mkk.v1i2.18721.g9098
  15. Yustikasari Y, Anissa R, Dewi R. Pelatihan Promosi Kesehatan pada Tenaga Kesehatan di Jawa Barat. J Servite. 2021;3(2):57.  
doi:10.37535/102003220211