

ABSTRAK

“ANALISIS EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA MARKETING TERHADAP PENGETAHUAN PASIEN RAWAT JALAN RSUD “GAMBIRAN” KOTA KEDIRI”

Layla Defitria¹, Panca Radiono², AgustinWidyowati³, Laili Wulandari⁴
Mahasiswa S1 Administrasi Rumah Sakit¹, Dosen S1 Administrasi Rumah
Sakit^{2,3,4}

Universitas “STRADA” Indonesia
Email : layldefitriaaak@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya media sosial dalam penyebaran informasi kesehatan dan edukasi pasien di era digital. Dua Platform media sosial utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah youtube dan instagram, mengingat tingginya tingkat aksesibilitas dan popularitasnya di kalangan masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dalam meningkatkan pengetahuan pasien tentang pelayanan di RSUD Gambiran Kota Kediri.

Metode penelitian yang digunakan adalah desain kuantitatif dengan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pasien sebelum dan sesudah mereka menerima informasi melalui postingan media sosial RSUD Gambiran. Analisis data dilakukan untuk mengidentifikasi perubahan pengetahuan pasien mengenai pelayanan rumah sakit setelah intervensi media sosial.

Hasil uji paired sample t-test menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan dengan perbedaan rata-rata sebesar -33,033 dan nilai signifikansi 0,000. Media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan pasien mengenai pelayanan rumah sakit.

Dengan demikian, penggunaan media sosial sebagai media marketing terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan pasien mengenai pelayanan rawat jalan di RSUD Gambiran, sehingga perlu mempertahankan dan selalu meningkatkan kualitas serta mengevaluasi program tersebut agar dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan pasien, serta memperkuat citra dan reputasi rumah sakit.

Kata Kunci: Efektivitas, Media Sosial, Marketing, Pengetahuan Pasien

ABSTRACT

“ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA AS A MARKETING TOOL ON PATIENT KNOWLEDGE ABOUT OUTPATIENT SERVICES AT GAMBIRAN REGIONAL HOSPITAL, KEDIRI CITY”

Layla Defitria¹, Panca Radiono², AgustinWidyowati³, Laili Wulandari⁴
Undergraduate Student in Hospital Administration¹, Lecturer in Hospital
Administration^{2,3,4}

Email : laylادefitriaaak@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the effectiveness of using social media as a marketing tool in enhancing patient knowledge about services at Gambiran Regional Hospital in Kediri City. The background of this study is based on the importance of social media in disseminating health information and patient education in the digital era. The two main social media platforms used in this research are YouTube and Instagram, considering their high accessibility and popularity among the Indonesian public.

The research method used is a quantitative design. Data were collected through questionnaires distributed to patients before and after they received education through social media posts from Gambiran Regional Hospital. Data analysis was conducted to identify changes in patient knowledge regarding hospital services following the social media intervention.

The results of the paired sample t-test showed a significant increase in knowledge with an average difference of -33.033 and a significance value of 0.000. Social media has been proven effective in increasing patient knowledge about hospital services.

Therefore, the use of social media as a marketing medium has proven to be effective in enhancing patient knowledge about outpatient services at Gambiran Regional Hospital. It is necessary to maintain and continuously improve the quality of this program, as well as evaluate it regularly to increase patient interaction and engagement, and strengthen the hospital's image and reputation.

Keywords: *Effectiveness, Social Media, Marketing, Patient Knowledge*