

Pengaruh Promosi Dokter Spesialis Obstetri dan Ginekologi Melalui Media Sosial terhadap Kunjungan Pasien di RSIA Bunda Citra Ananda Ciputat Tahun 2016-2019

Marliani, Lili

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=134238&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin bertambahnya rumah sakit di Indonesia menyebabkan perlunya strategi marketing dari pihak manajemen rumah sakit, termasuk promosi dokter. Pada era Milenial sekarang ini, dimana terjadi pergeseran dari marketing tradisional ke digital, promosi melalui media sosial menjadi pilihan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dokter spesialis obstetri dan ginekologi melalui media sosial terhadap kunjungan pasien di RSIA Bunda Citra Ananda Ciputat periode 2016- 2019. Metode penelitian adalah observasi data SIRS terhadap perbedaan kunjungan dokter yang mendapat promosi media sosial dan yang tidak mendapatkan, serta trend kunjungan dokter-dokter yang mendapatkan promosi. Juga dilakukan survei pendapat pasien dengan pendekatan kuantitatif tentang promosi media sosial RSIA Bunda Citra Ananda yang dilanjutkan dengan survei terhadap dokter obsgin dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian didapatkan perbedaan jumlah kunjungan dokter yang mendapatkan promosi melalui media sosial dan yang tidak, dimana dokter yang mendapat promosi memperoleh kunjungan pasien yang meningkat sebesar 385,2 % sedangkan dokter yang tidak mendapatkan promosi mempunyai kunjungan pasien yang menurun sebesar 2,8 %. Terdapat perbedaan trend kunjungan pasien pada keempat dokter yang mendapatkan promosi melalui media sosial. Respon yang tertinggi dari survei terhadap pasien terdapat pada variabel ask dan advocate yang menandakan tingginya rasa keingintahuan dari follower terhadap informasi yang didapatkan dalam akun Instagram RSIA Bunda Citra Ananda dan tingginya kesetiaan atau penganjuran dari pelanggan atau pasien RSIA Bunda Citra Ananda. Terdapat faktor lain yang mempengaruhi kunjungan pasien di RSIA Bunda Citra Ananda selain promosi melalui media sosial. Kesimpulan dari penelitian adalah terdapat pengaruh positif antara promosi dokter melalui media sosial terhadap kunjungan pasien di RSIA Bunda Citra Ananda yang juga dipengaruhi oleh faktor dari dokter dan dari rumah sakit. Promosi di RSIA Bunda Citra Ananda menurut persepsi pasien sudah efektif yang ditandai dengan nilai Aware, Appeal, Ask, Act dan Advocate (5A) yang cukup tinggi

The increasing number of hospitals in Indonesia has led to the need for marketing strategies on the part of hospital management, including the promotion of doctors. In this Millennial era, where there is a shift from traditional marketing to digital, promotion through social media is a choice. The purpose of this study was to determine the effect of the promotion of obstetric and gynecology specialists through social media on patient visits at RSIA Bunda Citra Ananda Ciputat for the period of 2016-2019. The research method was observing SIRS data on differences in doctor visits that received social media promotions and those who did not get them, as well as trends in doctor visits that received promotions. A survey of patients' opinions was also carried out with a quantitative approach to the promotion of RSIA Bunda Citra Ananda's social media, followed by a

survey of obstetricians with a qualitative approach.

The results showed differences in the number of visits to doctors who get promotions through social media and those who don't, where doctors who get promotions get patient visits which increases by 385.2% while doctors who don't get promotions have patient visits decrease by 2.8%. There is a difference in the trend of patient visits among the four doctors who get promotions through social media. The highest response from the survey of patients lies in the ask and advocate variable which indicates the high curiosity of followers towards the information obtained in the Instagram account of RSIA Bunda Citra Ananda and the high loyalty or encouragement from customers or patients of RSIA Bunda Citra Ananda. There are other factors that influence patient visits at RSIA Bunda Citra Ananda besides promotion through social media.

The conclusion of the study is that there is a positive influence between the promotion of doctors through social media on patient visits at RSIA Bunda Citra Ananda which is also influenced by factors from Universitas Indonesia and from hospitals. Promotion in RSIA Bunda Citra Ananda according to the patient's perception has been effective which is marked by the high Aware, Appeal, Ask, Act and Advocate (5A) values.