

STRATEGI OPTIMALISASI PUBLIKASI LAYANAN MAPS (MOBIL ANTAR PULANG SEHAT) MELALUI PROMOSI TERPADU DI MEDIA SOSIAL DAN MEDIA CETAK PADA RSUD JENDERAL AHMAD YANI METRO

Maya Aprilianingsih¹, Windi Pertiwi², Muhammad Fuadul Irfan³,

^{1,2,3} Program Studi Administrasi Rumah Sakit, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Metro, Metro Lampung

mayaaprilianingsih2@gmail.com¹

windzchelsea90@gmail.com²

fuadulirfan6@gmail.com³

ABSTRAK

Pendahuluan: RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro memiliki inovasi layanan publik berupa MAPS (Mobil Antar Pulang Sehat) yang ditujukan untuk mengantar pasien pulang pasca rawat inap secara gratis khusus untuk warga Kota Metro. Namun, layanan ini belum dikenal luas oleh masyarakat. **Metode:** Penelitian ini merupakan studi deskriptif dengan pendekatan observasi lapangan dan wawancara mendalam terhadap staf rumah sakit. Analisis dilakukan menggunakan metode USG untuk menentukan prioritas masalah, serta analisis fishbone untuk menemukan akar penyebab. **Hasil:** Ditemukan bahwa kurangnya publikasi merupakan penyebab utama rendahnya pemanfaatan layanan MAPS. Intervensi dilakukan melalui promosi terpadu menggunakan media sosial (Instagram, Facebook) dan media cetak (banner, pamflet, poster). **Simpulan:** Strategi promosi terpadu terbukti meningkatkan visibilitas layanan MAPS, kesadaran masyarakat, dan partisipasi pasien dalam memanfaatkan layanan tersebut.

Kata Kunci: promosi rumah sakit, layanan MAPS, media sosial, media cetak, inovasi pelayanan kesehatan

PUBLICATION OPTIMIZATION STRATEGY FOR MAPS (MOBIL ANTAR PULANG SEHAT) SERVICES THROUGH INTEGRATED PROMOTION ON SOCIAL MEDIA AND PRINT MEDIA AT AHMAD YANI GENERAL HOSPITAL, METRO

ABSTRACT

Introduction: RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro launched an innovative public health service called MAPS (Mobil Antar Pulang Sehat), a free transport service for post-inpatient patients residing in Metro City. Despite its benefits, the service remains underutilized due to limited public awareness. **Method:** This descriptive study used observational methods and in-depth interviews with hospital staff. The USG method was employed to prioritize problems, and fishbone analysis was used to identify root causes. **Result:** The primary issue identified was lack of promotion. Interventions included integrated promotion strategies via social media platforms (Instagram, Facebook) and printed media (banners, posters, pamphlets). **Conclusion:** Integrated promotion significantly improved awareness and utilization of the MAPS service, highlighting the importance of structured communication in public health service delivery.

Keyword: hospital promotion, MAPS service, social media, printed media, health innovation

PENDAHULUAN

Inovasi pelayanan kesehatan menjadi kunci penting dalam menjawab kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro sebagai rumah sakit tipe B milik pemerintah daerah telah menghadirkan layanan **MAPS (Mobil Antar Pulang Sehat)**, sebuah program antar jemput gratis bagi pasien rawat inap yang telah dinyatakan sembuh dan berdomisili di Kota Metro. Layanan ini bertujuan untuk memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan kepada pasien dalam proses kepulangan pasca perawatan.

Namun, berdasarkan hasil observasi dan evaluasi lapangan, ditemukan bahwa pemanfaatan layanan MAPS masih tergolong rendah. Minimnya publikasi dan promosi menjadi faktor utama yang menghambat keberhasilan program ini. Survei internal menunjukkan bahwa sebagian besar pasien dan keluarga mereka tidak mengetahui adanya layanan MAPS atau tidak memahami prosedur penggunaannya. Hambatan ini semakin nyata di kalangan masyarakat yang memiliki keterbatasan akses digital dan informasi.

Beberapa studi menyatakan bahwa promosi layanan kesehatan yang terstruktur dan terpadu dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan penggunaan layanan kesehatan (Wahidmurni, 2017; Fansuri et al., 2024). Oleh karena itu, RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro perlu mengimplementasikan strategi promosi yang lebih komprehensif, dengan memanfaatkan media sosial dan media cetak sebagai alat komunikasi utama kepada masyarakat.

Upaya promosi ini bukan sekadar menyebarkan informasi, namun juga membentuk citra positif rumah sakit sebagai institusi pelayanan publik yang inovatif, peduli, dan responsif terhadap kebutuhan pasien. Promosi yang tepat juga mendukung peningkatan branding dan reputasi rumah sakit dalam jangka panjang.

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi penyebab belum optimalnya publikasi layanan MAPS di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro.
2. Menyusun dan melaksanakan strategi promosi terpadu melalui media sosial dan media cetak.
3. Mengevaluasi efektivitas promosi dalam meningkatkan pemanfaatan layanan MAPS oleh masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode studi kasus di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro pada periode Juni–Juli 2025. Untuk mengidentifikasi masalah utama, Penulis menggunakan metode USG, lalu menganalisis akar penyebabnya dengan Diagram Tulang Ikan (Fishbone Diagram). Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Strategi yang diterapkan adalah promosi terpadu menggunakan media cetak dan digital, dengan evaluasi yang didasarkan pada insight media sosial dan peningkatan jumlah pengguna layanan. Seluruh proses ini merupakan bagian dari Pengalaman Belajar Lapangan (PBL) mahasiswa Administrasi Rumah Sakit yang telah disetujui pihak rumah sakit, dan karena sifatnya non-eksperimental, penelitian ini tidak memerlukan ethical clearance.

HASIL

Berdasarkan identifikasi situasi dan analisis kondisi lapangan, ditemukan bahwa layanan MAPS sudah berjalan sejak beberapa tahun terakhir namun belum mencapai tingkat pemanfaatan yang optimal. Skor prioritas masalah berdasarkan metode USG menunjukkan bahwa masalah publikasi MAPS mendapatkan total skor 27 (urgency = 3, seriousness = 3, growth = 3) dan menempati peringkat keempat dalam daftar prioritas.

Tabel 1. Ranking Prioritas Masalah Menggunakan USG

No	Masalah	U	S	G	Total UxSxG
4	Belum Optimalnya Layanan MAPS(Mobil Antar Pulang Sehat) Karena Kurangnya dalam Media Promosi	3	3	3	27

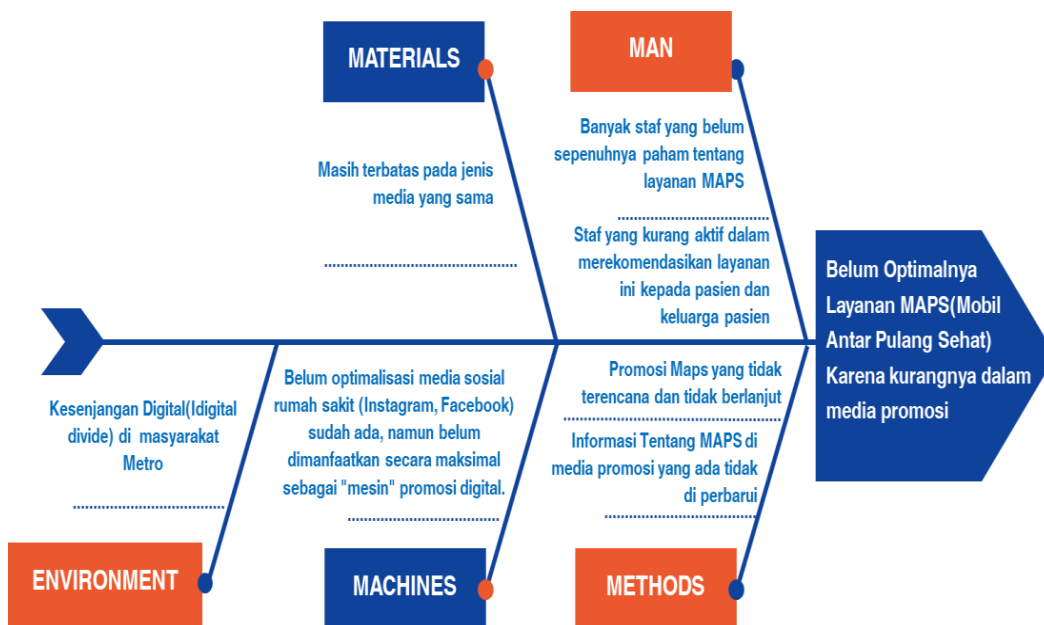
setelah berdiskusi dan mendapatkan persetujuan dari pihak terkait di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro, Penulis diizinkan untuk mengalihkan fokus pada prioritas masalah berikutnya, yaitu prioritas masalah keempat: Belum Optimalnya Layanan MAPS (Mobil Antar Pulang Sehat) karena Kurangnya Media Promosi. Meskipun bukan yang tertinggi secara skor, masalah ini tetap memiliki urgensi signifikan dan relevansi langsung dengan tujuan peningkatan pelayanan pasien. Layanan MAPS, yang bertujuan untuk memfasilitasi kepulauan pasien dengan aman dan nyaman pasca- rawat inap, adalah inisiatif yang sangat humanis. Namun, potensinya belum tergalai penuh karena kurangnya upaya yang memadai.



Gambar 1. Kuisoner Tentang Layanan MAPS(Mobil Antar Pulang Sehat)

Dalam upaya sistematis untuk memahami tingkat pengetahuan masyarakat Kota Metro dan sekitarnya mengenai layanan MAPS, Penulis telah menyebarkan kuisoner kepada sejumlah responden. Hasil yang diperoleh dari survei ini secara konsisten dan jelas menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat di area tersebut belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai keberadaan, fungsi, maupun manfaat esensial dari layanan MAPS. Temuan ini

tidak hanya mengonfirmasi, tetapi juga memperkuat hipotesis awal Penulis mengenai salah satu akar permasalahan utama, yaitu kurangnya pengetahuan dan informasi masyarakat awam tentang program MAPS. Data ini menjadi bukti kuat bahwa upaya promosi yang ada selama ini belum efektif dalam menciptakan kesadaran publik yang merata. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi baru yang lebih terpadu, variatif, dan proaktif agar informasi penting ini dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan di Kota Metro dan sekitarnya.



Gambar 2. Diagram Fishbone

Berdasarkan diagram Fishbone yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa akar penyebab dari masalah "Belum Optimalnya Layanan MAPS karena Kurangnya Media Promosi" adalah multifaktorial. Dari sisi Manusia (Man), permasalahan utama terletak pada kurangnya pemahaman staf terhadap layanan ini, yang berujung pada ketidakaktifan mereka dalam merekomendasikannya kepada pasien dan keluarga. Sementara itu, dari sisi Metode (Methods), terlihat bahwa promosi MAPS tidak direncanakan secara terpadu dan berkelanjutan, ditambah lagi dengan informasi yang jarang diperbarui, membuatnya kurang efektif. Faktor Media (Materials) juga berperan, di mana promosi masih terbatas pada jenis media yang sama, tanpa adanya variasi yang menarik. Lebih lanjut, dari aspek Mesin (Machines), meskipun media sosial sudah ada, platform tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai "mesin" promosi digital. Terakhir, faktor Lingkungan (Environment) juga menjadi tantangan, yaitu adanya kesenjangan digital (digital divide) di masyarakat Kota Metro, yang membuat promosi berbasis digital saja tidak cukup untuk menjangkau semua lapisan. Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa solusi untuk mengoptimalkan layanan MAPS harus mencakup perbaikan di seluruh aspek tersebut secara terpadu.

DISKUSI

Strategi promosi yang tepat memiliki peran sentral dalam meningkatkan pemanfaatan layanan kesehatan. Layanan MAPS di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro merupakan inovasi yang sangat membantu pasien pasca-rawat inap, namun kurangnya pemanfaatan menunjukkan adanya gap informasi antara rumah sakit dan masyarakat. Melalui analisis USG dan fishbone, ditemukan bahwa promosi yang tidak terstruktur, kurangnya pelibatan staf, dan media yang terbatas merupakan akar masalah dari rendahnya pemahaman masyarakat. Strategi promosi terpadu yang diterapkan terbukti dapat meningkatkan visibilitas layanan dan partisipasi masyarakat. Pemasangan banner di titik strategis serta konten media sosial yang edukatif mampu menarik perhatian pasien dan keluarga.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Wahidmurni (2017) dan Fansuri et al. (2024) yang menyebutkan bahwa integrasi media promosi secara offline dan online mampu meningkatkan kesadaran publik terhadap layanan kesehatan. Selain itu, penyampaian informasi oleh petugas saat pasien hendak pulang juga terbukti efektif dalam meningkatkan trust dan penerimaan terhadap layanan rumah sakit.

Strategi promosi yang berkelanjutan dengan melibatkan semua lini, dari manajemen hingga petugas lapangan, sangat penting untuk menjaga eksistensi layanan inovatif seperti MAPS. Selain itu, feedback masyarakat juga perlu diintegrasikan dalam penyempurnaan konten dan metode penyampaian informasi. Kolaborasi antar unit rumah sakit seperti PKRS dan Humas perlu diperkuat untuk membangun komunikasi yang lebih strategis dan berdampak.

Sub Judul

Subjudul yang di buat merupakan pembahasan dari masing-masing tujuan penelitian. Penulisan naskah dituntut untuk menggunakan semua sarana pelengkap (seperti ilustrasi, gambar, tabel dan grafik). Pada hasil dan pembahasan, tidak memuat tulisan dengan bentuk pembaban (baca: pem-bab-ban) seperti penulisan skripsi atau laporan teknis.

SIMPULAN

Dalam laporan ini, Penulis secara khusus mengangkat isu penting terkait kurangnya promosi Layanan MAPS (Mobil Antar Pulang Sehat) kepada masyarakat di sekitar Kota Metro. Dari pengamatan dan interaksi yang Penulis lakukan, terlihat jelas bahwa masih banyak warga awam yang belum mengetahui keberadaan layanan ini. Akibatnya, sebagian besar masyarakat belum menyadari bahwa RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro memiliki program MAPS yang dirancang khusus untuk membantu pasien pulang dengan aman dan nyaman setelah rawat inap atau perawatan lainnya. Padahal, layanan MAPS ini sangat berarti, terutama bagi pasien yang mungkin masih lemah, memiliki keterbatasan gerak, atau kesulitan mencari transportasi yang layak setelah berobat.

Kesenjangan informasi ini menjadi fokus utama Penulis, karena layanan sebagus MAPS seharusnya bisa diakses dan diketahui oleh seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan. Jika masyarakat tidak tahu, bagaimana mereka bisa memanfaatkannya? Oleh karena itu, kegiatan PBL ini sekaligus menjadi upaya awal untuk mengkaji dan menyarankan strategi promosi yang lebih efektif agar informasi tentang MAPS bisa sampai ke telinga dan pemahaman lebih banyak orang di Kota Metro. Ini adalah langkah penting untuk memastikan bahwa setiap inovasi layanan di rumah sakit tidak hanya ada, tetapi juga benar-benar memberikan manfaat nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH ATAU INFORMASI LAINNYA

Dalam kesempatan yang berharga ini, Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh jajaran manajemen dan staf di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro. Institusi yang terhormat ini telah dengan tangan terbuka memberikan izin dan kesempatan yang luar biasa untuk melaksanakan kegiatan ini. Bagi Penulis, ini bukan sekadar kewajiban akademis, melainkan sebuah pengalaman nyata yang tak ternilai untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah ke dalam praktik pelayanan kesehatan sesungguhnya.

Penelitian ini merupakan bagian integral dari kegiatan PBL II Mahasiswa Program Studi S1 Administrasi Rumah Sakit, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Metro, Tahun 2025. Penulis merasa sangat beruntung dapat menjadi bagian dari program ini dan berkesempatan untuk secara langsung mengamati, menganalisis, serta memberikan kontribusi kecil dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro. Dukungan penuh yang diberikan, mulai dari bimbingan, akses data, hingga interaksi yang hangat dengan para staf, telah membuat proses penelitian ini berjalan dengan lancar dan penuh makna. Pengalaman ini telah memperkaya pemahaman Penulis tidak hanya tentang seluk-beluk administrasi rumah sakit, tetapi juga tentang pentingnya kolaborasi dan inovasi dalam mewujudkan pelayanan kesehatan yang lebih baik bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, R., Dewi, R., & Yustikasari, Y. (2025). Informasi dan promosi kesehatan rumah sakit dalam meningkatkan kesehatan masyarakat. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 5(1), 35–48. <https://doi.org/10.24198/inf.v5i1.59650>
- Detriana Imeriet Nenobais. (2025). Kajian Promosi Kesehatan di Lingkungan Rumah Sakit. *Corona: Jurnal Ilmu Kesehatan Umum, Psikolog, Keperawatan Dan Kebidanan*, 3(1), 259–269. <https://doi.org/10.61132/corona.v3i1.1154>
- Eva Rolia, Aila Karyus, Yudhinanto Cahyo Nugroho, Muhaimin Fansuri, Monica Werin Sky, & Hengki Irawan. (2024). Health Promotion of Inclusive WASH Facilities on Outpatient Satisfaction. *Community Research of Epidemiology (CORE)*, 4(2), 105–118. <https://doi.org/10.24252/corejournal.vi.47817>
- Fansuri, M., Setiaji, B., Karyus, A., Budiati, E., Rolia, E., & Irawan, H. (2024). Evaluation of Health Promotion

Implementation at General Ahmad Yani Hospital, Metro City. *Miracle Journal of Public Health*, 7(2), 86–96.
<https://doi.org/10.36566/mjph.v7i2.367>

Febby Ficha Shekina, & Tranggono. (2024). Analisis Urgency, Seriousness, Growth (Usg) Untuk Minimalisasi Jam Berhenti Giling Pada Stasiun Gilingan Di Pt. Pg Xyz. *Jupiter: Publikasi Ilmu Keteknikan Industri, Teknik Elektro Dan Informatika*, 2(1), 91–102. <https://doi.org/10.61132/jupiter.v2i1.57>

Lase, O. L., Hulu, P. F., Mendrofa, S. D., & Telaumbanua, E. (2024). Pengaruh Inovasi Pelayanan Kesehatan Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan di Rumah Sakit Pratama Nias Utara. *INNOVATIVE: Journal Of ...*, 4, 7685–7691.
<http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/10759%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/10759/7749>