

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Rumah Sakit Universitas Indonesia (RSUI) sebagai salah satu institusi kesehatan terkemuka di Indonesia memiliki tugas kehumasan untuk memberikan informasi layanan kesehatan berkualitas serta berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang kedokteran. Dalam era digital saat ini, *website* RSUI (rs.ui.ac.id) menjadi salah satu platform utama untuk berkomunikasi dan memberikan informasi kesehatan dengan publik, baik pasien, calon pasien, keluarga pasien, maupun masyarakat umum.

Sebagai institusi kesehatan terkemuka, RSUI memahami pentingnya memiliki platform digital yang informatif dan mudah diakses. Website rs.ui.ac.id berfungsi sebagai sarana bagi RSUI dalam menyampaikan berbagai informasi mengenai layanan medis, fasilitas, tenaga kesehatan, penelitian, serta berita kesehatan terkini. Di era digital saat ini, sebuah website tidak hanya berperan sebagai etalase daring, tetapi juga menjadi elemen kunci dalam membangun reputasi serta kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, RSUI berkomitmen untuk terus konsisten dalam menghadirkan konten yang tidak hanya akurat dan relevan, tetapi juga menarik bagi berbagai kalangan.

Konten website yang tidak tepat dapat menyebabkan miskomunikasi, ketidakpuasan pasien, dan hilangnya peluang untuk membangun kepercayaan dan loyalitas publik. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana RSUI menggunakan konten websitenya sebagai alat komunikasi, serta bagaimana konten tersebut diterima dan dipahami oleh publiknya.

Mengelola konten website dengan baik sangat penting bagi kesuksesan rumah sakit di era digital. Website tidak hanya menjadi tampilan online, tetapi juga berperan utama dalam membangun reputasi, kepercayaan, dan kredibilitas di mata masyarakat. Dengan menyediakan konten yang berkualitas dan relevan, rumah sakit dapat lebih mudah ditemukan di mesin pencari, menjangkau lebih banyak orang, dan menarik calon pasien. Konten yang informatif dan akurat juga membantu masyarakat

memahami berbagai penyakit, pilihan pengobatan, serta pentingnya menjaga kesehatan. Selain itu, website menjadi sarana komunikasi yang efisien dengan pasien dan keluarga, memberikan informasi tentang layanan, jadwal dokter, fasilitas, serta prosedur pendaftaran. Dengan pengelolaan konten yang baik, rumah sakit dapat menjalin hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat citra sebagai penyedia layanan kesehatan yang profesional dan terpercaya.

Website RSUI berperan sebagai penghubung antara rumah sakit dengan pasien, keluarga pasien, calon pasien, serta masyarakat luas yang ingin mendapatkan informasi kesehatan. Melalui platform ini, RSUI memperkenalkan layanan unggulannya, memberikan panduan mengenai prosedur pendaftaran, menyajikan informasi terkait dokter spesialis, serta menampilkan fasilitas modern yang tersedia. Selain itu, website RSUI juga menjadi media untuk menyampaikan artikel kesehatan yang ditulis oleh para ahli, berita terbaru terkait perkembangan dunia medis, serta hasil penelitian yang dilakukan oleh para ilmuwan di lingkungan RSUI.

Target	Date	Content Pillar	Campaign	Topic	PIC	Headline	Platform	Concept	Reference	Notes
Minggu	10 Maret	Knowledge	Education	Spa B.I	MKT & P	Papan Dokter saat Berespace	IG Post, Facebook	Ada pesan sehat dari dokter RSUI untuk Sahabat RSUI		upload
Minggu	10 Maret	Knowledge	RSUI Update	RSUI	Humanis	Informasi publikasi baru dalam rangka IG Post, X, FB		RSUI Update		upload
Minggu	10 Maret	Entertain	Contest/hashtag	Hashtag	Humanis	Hari Hype 2024	IG Post, X, FB	Crage on design 1 Maret 2024 (gambar resmi) (tagarung Rukma Hype Hype Anyar Sahabat RSUI)		upload
Senin	11 Maret	Entertain	Contest/hashtag	Hashtag	Humanis	Selamat Menantikan Bakti Puspa	IG Post, X, FB	Selamat Menantikan Bakti Puspa (gambar resmi) (tagarung Rukma Hype Hype Anyar Sahabat RSUI)		upload
Selasa	12 Maret	Entertain	Contest/hashtag	Hashtag	Humanis	Selamat Menantikan Bakti Puspa	IG Post, X, FB	Selamat Menantikan Bakti Puspa (gambar resmi) (tagarung Rukma Hype Hype Anyar Sahabat RSUI)		upload
Rabu	13 Maret	Entertain	Contest/hashtag	Hashtag	Humanis	Selamat Menantikan Bakti Puspa	IG Post, X, FB	Selamat Menantikan Bakti Puspa (gambar resmi) (tagarung Rukma Hype Hype Anyar Sahabat RSUI)		upload

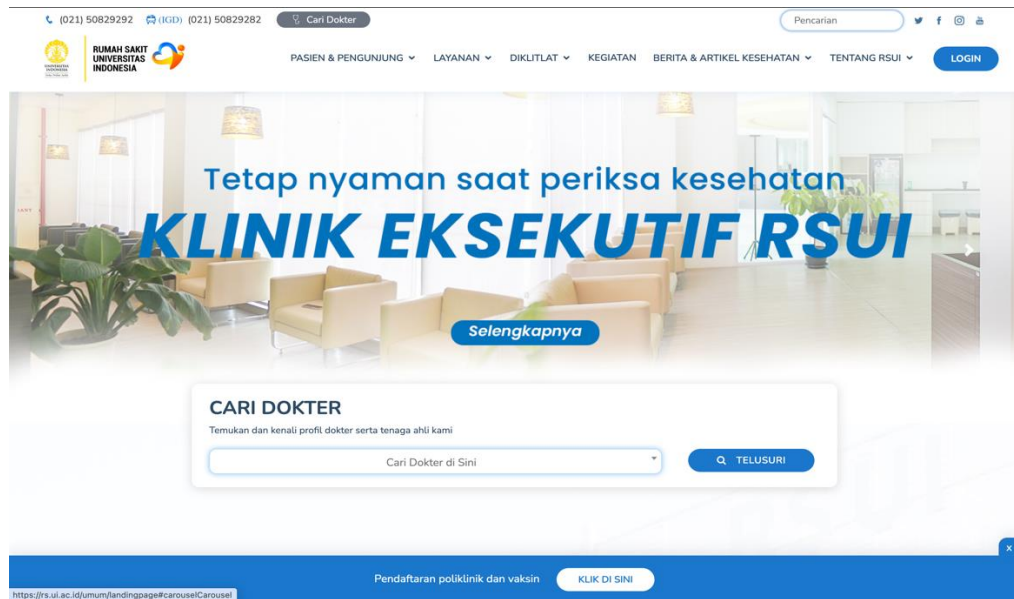
Gambar 1. 1 Content Planning Rumah Sakit Universitas Indonesia

Sumber: Informan Pendukung pihak RSUI

Gambar tersebut menunjukan bahwa RSUI tidak main main dalam menyebarkan konten yang edukatif dan bermanfaat untuk para audiens, itu di tunjukan pada gambar *content planning* RSUI, dalam sehari RSUI dapat menyebarkan 2-3 konten dalam sehari. Ini menunjukan konsistennya RSUI dalam pengelolaan konten.

Website RSUI menjadi salah satu platform utama dalam strategi pengelolaan konten kehumasan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, RSUI dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan informasi kesehatan. Konten website yang informatif, edukatif, dan menarik dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan. Minimnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan tetap menjadi tantangan besar di era digital ini. Meskipun informasi kesehatan semakin mudah diakses, banyak individu masih belum memahami sepenuhnya bagaimana menerapkan gaya hidup sehat, pentingnya pemeriksaan medis rutin, atau cara mengelola kondisi kesehatan yang ada. Kehadiran informasi yang salah atau kurang akurat di platform digital semakin memperumit situasi ini.

Informasi kesehatan yang jelas dan relevan sangat penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kesehatan. Dengan menyajikan informasi yang akurat dan mudah dicerna, konten tersebut dapat membantu masyarakat memahami betapa pentingnya pola hidup sehat, pencegahan penyakit, dan cara mengelola kondisi kesehatan yang ada. Sebagai langkah solusi, Rumah Sakit Universitas Indonesia menggunakan website sebagai salah satu strategi pengelolaan konten. Strategi pengelolaan konten kesehatan melalui website Rumah Sakit Universitas Indonesia dapat menjadi kunci dalam meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat. Menurut Dirjen Kesmas Kemenkes RI (2018), dalam buku yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Dalam Komunikasi Kesehatan” menyatakan bahwa strategi komunikasi kesehatan dirancang untuk mengubah pengetahuan dan perilaku terkait masalah kesehatan yang dihadapi. Hal ini dilakukan dengan cara menganalisis faktor-faktor penyebab baik yang langsung maupun tidak langsung di suatu daerah, guna menyusun rencana intervensi yang tepat. (Dirjen Kesmas Kemenkes RI, 2018)



Gambar 1. 2 Lampiran Website Rumah Sakit Universitas Indonesia

Sumber: Website rs.ui.ac.id

Dengan menyajikan artikel-artikel terbaru, tips, dan panduan gaya hidup sehat, website tersebut dapat berfungsi sebagai sumber informasi kesehatan yang andal dan mudah diakses. Fitur-fitur seperti video edukasi, webinar dengan ahli medis, artikel dan infografis menarik dapat membuat informasi kesehatan lebih mudah dipahami dan menarik. Selain itu, fitur tanya jawab langsung dengan tenaga medis atau konsultasi online dapat meningkatkan interaksi dan memberikan solusi yang sesuai kebutuhan individu. Dengan pembaruan konten rutin dan promosi aktif di media sosial, website Rumah Sakit Universitas Indonesia dapat menjangkau audiens yang lebih luas, mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam menjaga kesehatan mereka.



Gagal Napas Akibat Patah Tulang, Bagaimana bisa Terjadi?

Penyakit Paru

Tulang dan Otot

dr. Irandi Putra Pratomo, Sp.P(K), Ph.D., FAPSR 2024-01-04

Gambar 1. 3 Contoh konten kesehatan website Rumah Sakit Universitas Indonesia

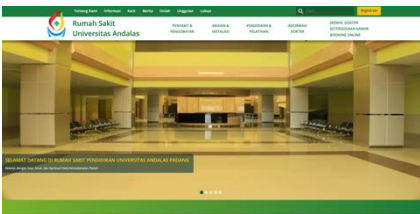
Sumber: Website rs.ui.ac.id

Gambar diatas yang menampilkan artikel berjudul "Gagal Napas Akibat Patah Tulang, Bagaimana bisa Terjadi?" merupakan contoh konten yang dipublikasikan oleh Rumah Sakit Universitas Indonesia di website mereka. Artikel ini menggambarkan bagaimana Rumah Sakit Universitas Indonesia memanfaatkan platform digital mereka untuk menyebarkan informasi kesehatan yang penting kepada masyarakat.

Konten semacam ini mencerminkan upaya Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam memberikan edukasi tentang isu-isu kesehatan yang mungkin jarang diketahui, sekaligus memperlihatkan keahlian dan kredibilitas mereka di bidang medis. Dengan menampilkan artikel yang ditulis oleh dokter spesialis, Rumah Sakit Universitas Indonesia tidak hanya membangun kepercayaan publik, tetapi juga memperkuat citra mereka sebagai institusi kesehatan yang berkomitmen pada edukasi masyarakat.

Selain itu, artikel ini menunjukkan bagaimana Rumah Sakit Universitas Indonesia menggunakan website mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan menyajikan informasi yang mudah diakses dan dipahami, Rumah Sakit Universitas Indonesia membantu masyarakat dalam membuat keputusan kesehatan yang lebih baik. Ini selaras dengan tujuan penelitian untuk memahami bagaimana RSUI menggunakan konten website guna mencapai tujuan komunikasi mereka.

Sebagai perbandingan, peneliti melampirkan data mengenai *website* dari Rumah Sakit Universitas di Indonesia sebagai berikut:

No.	Nama Rumah Sakit	Link Website	Lampiran Website
1	Rumah Sakit Universitas Indonesia (RSUI),	https://rs.ui.ac.id/	
2	Rumah Sakit Universitas Airlangga (RS Unair),	https://rumahsakit.unair.ac.id/	
3	Rumah Sakit Universitas Gadjah Mada (RS UGM),	https://rsa.ugm.ac.id/	
4	Rumah Sakit Universitas Andalas (RS Unand),	http://rsp.unand.ac.id/	
5	Rumah Sakit Universitas Sebelas Maret (RS UNS),	https://rs.uns.ac.id/	

Tabel 1. 1 Tampilan Website Beberapa Rumah Sakit

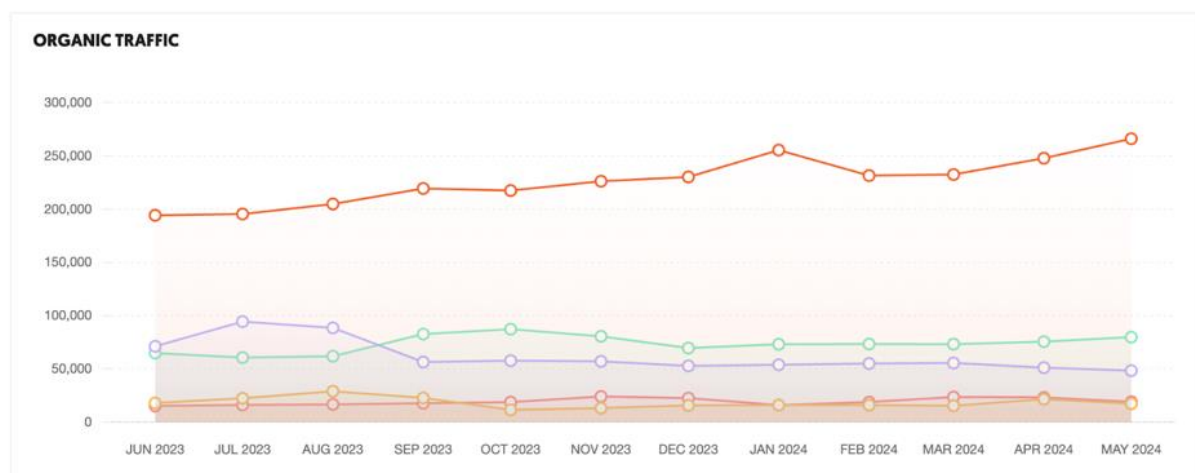
Sumber: Olahan Data Penulis, 2024.

Similar Websites : <https://rs.ui.ac.id/>

Here are the domains that rank for similar keywords



More Domains v



Gambar 1. 4 Perbandingan Website Traffic Rumah Sakit Pendidikan

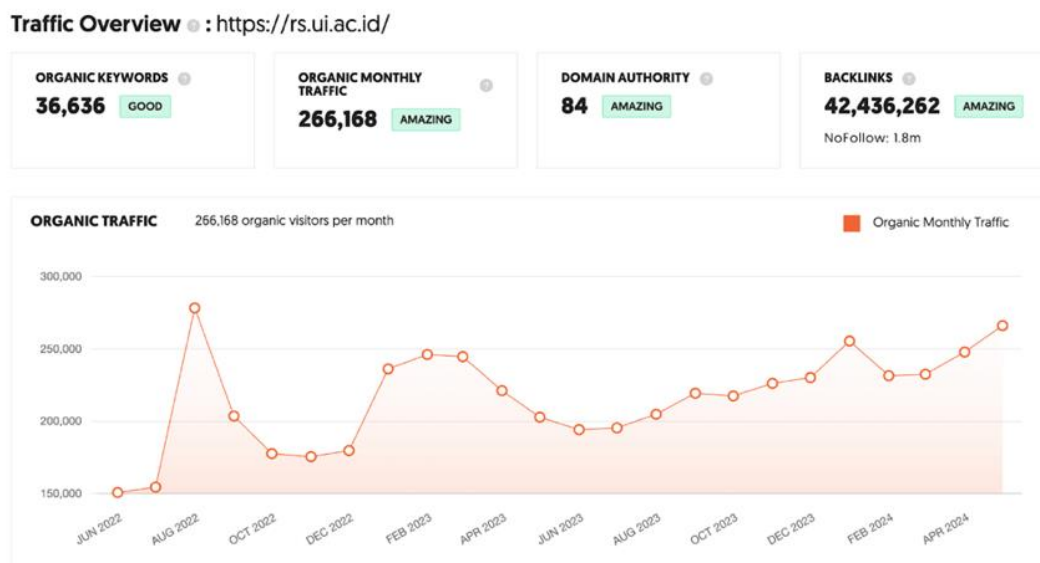
Sumber : Ubbertafic

Pemilihan Rumah Sakit Universitas Indonesia sebagai fokus dalam strategi pengelolaan konten kesehatan didorong oleh fakta bahwa rumah sakit ini memiliki tingkat kunjungan yang paling tinggi dibandingkan dengan fasilitas kesehatan lainnya. Tingginya angka kunjungan ini mencerminkan tingkat kepercayaan dan ketergantungan masyarakat terhadap layanan yang disediakan oleh Rumah Sakit Universitas Indonesia, menjadikannya sebagai platform yang tepat untuk menyebarkan informasi kesehatan. Dengan memanfaatkan jumlah pengunjung yang besar dan setia, Rumah Sakit Universitas Indonesia dapat dengan optimal menyampaikan pesan kesehatan yang bermanfaat dan meningkatkan kesadaran publik mengenai kesehatan. Strategi pengelolaan konten melalui website ini memungkinkan penyebaran edukasi kesehatan yang lebih luas dan berdampak serta memperluas jangkauan audiens untuk pencegahan dan perbaikan kesehatan.

Gambar tersebut menunjukkan perbandingan website *traffic* dari Juni 2023 hingga Mei 2024 dari beberapa website rumah sakit pendidikan di Indonesia. Data menunjukkan bahwa website Rumah Sakit Universitas Indonesia memiliki jumlah website *traffic* tertinggi dari beberapa website rumah sakit pendidikan yang berada di Indonesia. Meskipun mengalami perubahan selama beberapa bulan, *traffic* Rumah Sakit Universitas Indonesia terus meningkat dari sekitar 200.000 pada Juni 2023 menjadi hampir 250.000 pada Mei 2024. Hal ini menunjukkan bahwa Rumah Sakit

Universitas Indonesia memiliki daya tarik yang kuat untuk mempertahankan dan menarik pelanggan secara konsisten.

Website Rumah Sakit Universitas Gadjah Mada dan Rumah Sakit Universitas Andalas berada di posisi kedua dan ketiga, masing-masing dengan nilai website *traffic* yang relatif stabil, masing-masing di 50.000 hingga 70.000 dan 40.000 hingga 60.000. Sedangkan, Rumah Sakit Universitas Sebelas Maret berkisar antara 20.000 - 40.000 dan Rumah Sakit Universitas Airlangga berkisar pada angka 20.000.



Gambar 1. 5 Traffic overview website Rumah Sakit Universitas Indonesia

Sumber : *Ubbertraffic*

Gambar ini menunjukkan jumlah kunjungan ke website Rumah Sakit Universitas Indonesia setiap bulan dari Juni 2022 hingga Mei 2024. Perubahan yang signifikan selama periode waktu ditampilkan dalam grafik. Hampir 300.000 orang datang pada Agustus 2022. Namun, setelah puncak ini, *traffic* menurun kembali di bulan-bulan berikutnya. Pada akhir tahun 2022 dan awal 2023, *traffic* mencapai sekitar 200,000 pengunjung per bulan sebelum menurun di pertengahan tahun 2023. Dari Juni 2023 hingga Mei 2024, *traffic* meningkat secara konsisten, dengan peningkatan tajam kembali pada Februari 2024 dan terus meningkat hingga hampir mencapai puncak baru pada Mei 2024.

Rumah Sakit Universitas Indonesia berfokus pada pembuatan konten berkualitas tinggi dan kampanye kesehatan yang menarik dengan terus memantau dan

mengubah strategi digital mereka berdasarkan analisis data *traffic*. Dengan melakukan analisis data *traffic* ini, RSUI dapat menemukan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan atau penurunan jumlah pengunjung dan mengoptimalkan strategi digital mereka untuk mencapai hasil yang lebih baik. Selain data berdasarkan website traffic, RSUI juga memiliki views yang tinggi dalam konten atau artikel pada website khususnya konten mengenai kesehatan. Hal ini menjadi salah satu alasan RSUI menjadi salah satu rumah sakit pendidikan yang memiliki peran besar khususnya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat melalui konten yang dikelola.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam strategi pengelolaan konten RSUI melalui website rs.ui.ac.id. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami kompleksitas strategi pengelolaan konten RSUI. Selain itu, pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk menggali perspektif dan pengalaman pembuat strategi pengelolaan konten, sehingga mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana konten website RSUI diterima dan dipahami.

1.2 Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penelitian ini akan berfokus pada strategi pengelolaan konten rumah sakit universitas indonesia dalam website rs.ui.ac.id

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka indentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apa yang mendasari konsistensi dalam pengelolaan konten rumah sakit universitas indonesia dalam website rs.ui.ac.id?
2. Bagaimana proses perumusan konten rumah sakit universitas indonesia dalam website rs.ui.ac.id?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan konten rumah sakit universitas indonesia dalam website rs.ui.ac.id dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terkait isu kesehatan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana penerapan strategi pengelolaan konten yang tepat di lingkungan rumah sakit dapat berperan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat akan isu-isu kesehatan.

1.5.2 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang jelas dan praktis bagi RSUI untuk meningkatkan dan menyempurnakan strategi pengelolaan dalam website, khususnya dalam menentukan jenis konten yang dapat digunakan dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang kesehatan.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian

NO	Tahapan	BULAN						
		Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Jan
1.	Proses menentukan judul, topik dan objek penelitian							
2.	Penyusunan proposal penelitian (bab I, II, dan III)							
3.	<i>Desk Evaluation</i>							
4.	Revisi <i>Desk Evaluation</i>							
5.	Pengumpulan data dan wawancara							
6.	Penyusunan skripsi (bab IV dan bab V)							
7.	Sidang Skripsi							