

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Geografis



Gambar 5.1

Rumah Sakit Umum Daerah Haji Makassar

RSUD Haji Makassar Provinsi Sulawesi Selatan merupakan salah satu rumah sakit milik Pemerintah Sulawesi Selatan yang berlokasi di Jln. Daeng Ngepe No. 14 Kelurahan Jongaya, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar. Berdiri diatas tanah seluas 1,34 HA milik pemerintah Daerah Sulawesi Selatan terletak diujung selatan Kota Makassar yang pembangunannya ditetapkan di daerah bekas lokasi Rumah Sakit Kusta Jongaya dan diharapkan dapat mendukung kelancaran kegiatan pelayanan calon Jamaah Haji dan masyarakat sekitarnya.

Secara geografis lokasi Rumah Sakit Umum Daerah Haji Kota Makassar berada pada bagian Utara Timur Kota Makassar yang merupakan kawasan pengembangan rencana induk kota pada kecamatan Tamalate dengan luas wilayah 80,06 km² dengan jumlah penduduk

168.848 jiwa dibandingkan luas wilayah Kota Makassar 175,77 km² dengan jumlah penduduk 1,6 juta dengan batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Maros
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Tamalanrea
3. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Gowa
4. Sebelah selatan berbatasan dengan Selat Makassar

2. Visi Dan Misi

a. Visi

“Menjadi rumah sakit pendidikan islami, terpercaya, terbaik, dan pilihan utama di Sulawesi Selatan tahun 2023”

b. Misi

Misi Rumah Sakit Umum Daerah Haji Provinsi Makassar adalah :

- 1) Menyelenggarakan pelayanan kesehatan paripurna dan rujukan yang berkualitas yang terjangkau bagi masyarakat
- 2) Menyelenggarakan pendidikan dan riset bagi tenaga kesehatan yang berkarakter islami
- 3) Menyelenggarakan pola tatakelola pelayanan kesehatan yang baik, akuntabel berbasis “the golden habits”
- 4) Meningkatkan kualitas pelayanan melalui pengembangan SDM, pengembangan dan meningkatkan sarana dan prasarana rumah sakit
- 5) Meningkatkan kesejahteraan karyawan sebagai aset berharga rumah sakit

3. Sarana dan Prasarana

Sarana, prasarana dan fasilitas yang ada disesuaikan dengan standar pelayanan pada masing unit atau instalasi. Dalam perkembangan teknologi maka pelayanan di RSUD Haji Makassar juga didukung dengan

pemanfaatan IT. Fasilitas pelayanan yang sudah dapat dilakukan di RSUD

Haji Makassar adalah :

1. Fasilitas Pelayanan Rawat Jalan :
2. Instalasi Rawat Inap
3. Instalasi Rawat Darurat
4. Instalasi Perawat Intensif (ICU/NICU)
5. Instalasi Badah Sentral
6. Instalasi Rehabilitasi Medik
7. Instalasi Laboratorium
8. Instalasi Radiologi
9. Instalasi Farmasi
10. Instalasi Gizi
11. Instalasi PS-RS
12. Instalasi Laundry
13. Unit PKRS
14. Unit Rekam Medik

B. Karakteristik Informan

Untuk informasi yang digunakan sebagai sumber penelitian, data dikumpulkan menggunakan prosedur wawancara. 8 narasumber dikumpulkan dalam laporan tersebut. 1 ketua tim PKRS, 1 sekretaris, 1 koordinator umum, 1 koordinator penyuluhan individu, 1 koordinator penyuluhan kelompok dan 3 pengunjung rumah sakit.

Tabel 5.1
Karakteristik Informan

No	Informan Kunci	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Jabatan
1	H	Perempuan	49	S2	Ketua Tim PKRS
2	SA	Perempuan	47	S1	Sekretaris
3	A	Perempuan	47	S1	Koordinator Umum
4	N	Perempuan	47	S1	Koordinator Penyuluhan Individu
5	AMS	Laki-Laki	34	S1	Koordinator Penyuluhan Kelompok
6	R	Perempuan	39	S1	Pengunjung
7	M	Perempuan	37	SMA	Pengunjung
8	S	Perempuan	24	SMA	Pengunjung

Sumber : data primer RSUD Haji Makassar

C. Hasil Penelitian

Gambaran media promosi kesehatan di RSUD Haji Makassar dikaji berdasarkan permenkes 2012, yang menyimpulkan 3 variabel yang diteliti yaitu: perencanaan, implementasi dan evaluasi. Sehingga pada akhirnya akan didapatkan berupa gambaran media promosi kesehatan yang baik di RSUD Haji Makassar. Peneliti kemudian lebih lanjut akan membahas mengenai gambaran media promosi kesehatan di RSUD Haji Makassar yang beracuan pada variabel (a) perencanaan (b) implementasi dan (c) evaluasi. Adapun penjabaran lebih lanjut terkait variabel yang diteliti tersebut, akan diuraikan sebagai berikut :

1. Perencanaan

Perencanaan ialah awal dari konsep pembuatan media yang dimulai dari apa saja yang diperlukan dalam menyusun media promosi kesehatan yang diterapkan oleh rumah sakit haji yang disajikan berdasarkan hasil wawancara dari berbagai informan peneliti baik informan kunci, informan utama dan informan biasa.

Berdasarkan kesiapan rumah sakit sebelum merancang media, tim PKRS terlebih dahulu membagi tugas kepada tim yang lain untuk mencari referensi materi dan membuat ringkasan dari materi yang akan di tuangkan dalam konten promosi kesehatan, kemudian tim yang lain bagian dari pembuatan medianya tersebut, sebagaimana penuturan informan sebagai berikut :

“mencari referensi materi di internet” (H, 49th, PR)

“sebelum merancang kita menyusun dulu materi apa saja yang mau dibuatkan media” (AMS, 31th, LK)

Setelah menentukan materi yang dapat dijadikan sebuah konten media dipromosikan oleh pihak rumah sakit tim PKRS, materi yang dapat menjadi acuan mengenai 10 penyakit tertinggi di rumah sakit haji dan pengobatan dalam satu penyakit tujuannya untuk pengunjung mendapat informasi mengenai penyakit tertinggi yang dididerita oleh pengunjung tersebut, dalam jawaban informan sebagai berikut :

“tentang 10 penyakit tertinggi di rumah sakit haji” (H, 49th, PR)

“materinya sesuai kebutuhan yang akan di edukasikan kepada pengunjung rumah sakit dan materi sudah tersusun dari data-data yang kumpulan” (SA, 47th, PR)

Adapun dalam penyusunan konten promosi kesehatan yang terlibat dalam pembuatan media yaitu semua bagian dari tim PKRS akan tetapi yang turun langsung untuk pembuatan medianya yaitu bagian khusus sekretaris dan koordinator umum mempunyai peran penting dalam pembuatan karena keduanya lebih mengetahui mengenai konsep dan desain dalam suatu media promosi kesehatan dan tim yang lain mendapatkan tugas untuk mencari Materi dan meringkas materi, seperti jawaban informan sebagai dibawah ini :

“yang terlibat semua tapi paling khusus bagian sekretaris dan koordinator umum” (H, 49th, PR)

“ada 5 bagian pkrs dan yang pasti tim pkrs terlibat” (N, 47th, PR)

Sumber daya manusia yang mendapatkan tanggung jawab untuk melakukan upaya promosi kesehatan rumah sakit telah melakukan tugasnya dan melaksanakan tanggung jawab yang telah diberikan. ketersediaan dana untuk melaksanakan promosi kesehatan, RSUD haji makassar telah mempunyai dana khusus. Untuk pengadaan dana tersebut, terlebih dahulu melakukan pengajuan proposal ke pihak direksi. Dana tersebut akan dibuat anggarannya, hal ini dilakukan upaya jelas dana tersebut dalam penggunaannya. Sebagaimana disampaikan oleh salah ketua tim PKRS haji makassar :

“ada, program itu disini ada tim panitianya yaitu PKMRS yang mengatur bagian anggaran yang berada di hukmas”

Dari hasil diatas dapat dinilai bahwa aspek anggaran PKRS mendapatkan dukungan penuh dari direksi sebagai top manajemen. Adapun masalah anggaran ini akan dipertanggungjawabkan kembali ke jajaran direksi keuangan. Dari pernyataan diatas, informan biasa juga berpendapat mengenai perencanaan media dalam rumah sakit haji, bahwa media yang digunakan rumah sakit dapat dipahami dan menarik untuk dibaca oleh pengunjung rumah sakit dan juga Informan biasa berpendapat mengenai media yang ia dapatkan dirumah sakit dalam keadaan baru setelah pembaharuan yang dilakukan tim PKRS, berikut penuturan informan dibawah ini :

“dipahaminya mudah dan jelas” (R, 39th, PR).

“kondisi medianya jelas hanya waktu awal-awal saya datang saya dapat ada spanduk yang digunakan sudah robek-robek yah gitu nak.” (R, 39th, PR).

Berdasarkan hasil wawancara tentang perencanaan rumah sakit dalam pembuatan media dapat disimpulkan bahwa sebelum pembuatan konten media rumah sakit terlebih dahulu mencari referensi materi dan

meringkas materi yang akan dituangkan dalam media. Materi yang dapat diambil acuan mengenai 10 penyakit tertinggi yang ada di rumah sakit haji makassar dari konsep materi yang ditentukan bertujuan agar pengunjung mendapatkan informasi yang jelas dan dapat dipahami.

2. Implementasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa saat ini pihak RSUD Haji Makassar telah memiliki fasilitas yang cukup memadai untuk pelaksanaan PKRS. Fasilitas tersebut berupa media cetak maupun media elektronik yang masing-masing penempatannya dapat dijangkau oleh seluruh elemen rumah sakit. Media cetak seperti, banner, leaflet, brosur, spanduk dan juga melalui media elektronik seperti televisi, komputer, LCD dan lain sebagainya secara umum sudah tersedia. Televisi yang terdapat di ruang tunggu dipergunakan sebagai memutar video edukasi penyakit. Berikut penuturan dari informan mengenai media yang digunakan rumah sakit untuk mengedukasi pengunjung sebagai berikut :

“leaflet, poster, spanduk, medsos dan banyak lagi itu contohnya dibawah dek” (H, 49TH PR)

“paling banyak digunakan leaflet ada juga poster, banner, spanduk, stiker dan tv dibawah” (AMS, 31TH, LK)

Media yang digunakan rumah sakit mengdominankan jawaban dari informan yaitu mediacetak seperti leaflet sebagai media yang paling sering digunakan karena kecil dan mudah disebar yang berisikan informasi beserta gambar dan setiap lipatan memiliki informasi, seperti penuturan informan sebagai berikut :

“leaflet dapat dilipat jadi kita lebih menggunakan leaflet supaya mudah dibawa dan disebar ke pengunjung” (SA, 47TH, PR)

“leaflet isinya banyak informasi kemudian leaflet juga mudah untuk disebarkan ke pengunjung” (A, 47TH, PR)

Konten menggunakan media cetak seperti leaflet dapat digunakan pada saat melakukan penyuluhan dikarenakan sebelum melakukan

penyuluhan tim PKRS membagikan leaflet untuk pengunjung agar pengunjung dapat membaca materi yang disampaikan oleh tim penyuluhan, sebagaimana jawaban informan dibawah ini :

“kita gunakan saat melaksanakan penyuluhan karna sebelumnya kita membagikan itu media” (A, 47TH, PR)

“biasa kita gunakan kalau penyuluhan atau kita simpan dibagian perawat jadi bisa dibawa pulang sama pengunjung” (N, 47TH, PR)

Penyuluhan kesehatan dengan menggunakan dilakukan sebanyak 1 atau 2 kali dalam seminggu dengan materi acuan dari penyakit tertinggi di rumah sakit haji dan dengan menggunakan media leaflet dan poster untuk di bagiakan kepada peengujung rumah sakit, didukung oleh jawaban informan dibawah ini :

“kadang 1 kali seminggu kadang juga 2 kali seminggu” (H, 49TH PR)

“biasanya 2 kali seminggu kita adakan sosialisasi dari materi yang disediakan” (AMS, 31TH, LK)

Selain dari media leaflet, poster, banner, spanduk tim PKRS juga menggunakan media elektronik seperti edukasi secara online yang disebarkan melalui tv dan akun media social milik rumah sakit yang mudah diakses oleh masyarakat umum luar rumah sakit sekalipun, dari jawaban informan sebagai berikut :

“iya kita juga menggunakan media elektronik kita biasanya menyampaikan video edukasi atau mengupload informasi di akun media sosial rumah sakit” (H, 49TH PR)

“berjalan karena kita mengaktifkan akun sosmed rumah sakit jadi kita menyampaikan edukasi disitu juga” (AMS, 31TH, LK)

Penggunaan media yang dilakukan di rumah sakit secara online melalui tv dan akun social media rumah sakit seperti Instagram, facebook, youtube dan gmail rumah sakit yang menyebarkan edukasi kesehatan tim PKRS telah menyediakan konten berbagai edukasi, seperti jawaban informan dibawah ini :

“edukasi etika batuk, pencegahan penyakit” (H, 49TH PR)

“edukasi hidup bersih sma pencegahan penyakit” (SA, 47TH, PR)

Penempatan media seperti media cetak mudah dijangkau dikarenakan media berada di ruang tunggu, bagian apotek dan ruang keperawatan dengan pertimbangan tempat yang sering dikunjungi oleh pengunjung rumah sakit, berikut penuturan informan sebagai berikut :

“bagian loket pendaftaran, di ruang perawatan, dinding tepi rumah sakit” (H, 49TH PR)

“ruang tunggu karena disana banyak pengunjung, setiap sudut juga ada media, ruang bagian perawat dan bagian apotik” (AMS, 31TH, LK)

Penuturan informan diatas mengenai penempatan media yang menjadi tempat dominan yaitu bagian ruang perawat dikarenakan ruang perawat sebagai ruang yang sering dikunjungi pengunjung untuk menjenguk klien, sebagaimana penuturan informan sebagai berikut :

“diruang perawat ditempatkan media yah itu nak karena dibagian situ akses pengunjungnya lebih karna disana juga bagian kamar untuk pasien” (SA, 47TH, PR)

“karna disana banyak pengunjung jadi kita jadikan juga tempat untuk menyimpan media” (A, 47TH, PR)

Hasil wawancara diatas sebagian pengunjung rumah sakit juga memberikan jawaban tentang implementasi yang dilaksanakan oleh rumah sakit mulai dari penempatan media yang mudah didapatkan oleh pengunjung rumah sakit karena tempatnya yang strategis, sebagai jawaban informan dibawah ini :

“penempatan medianya tepat, saat ini saya menunggu lama jadi saya mengambil browser disamping loker pembayaran disana untuk saya baca-baca” (R, 47TH, PR)

Berdasarkan tempat yang mudah dijangkau oleh setiap pengunjung rumah sakit seperti ruang tunggu dan sekitar rumah sakit, maka rumah sakit menempatkan media di tempat yang sering didatangi pengunjung seperti di dalam rumah sakit dan luar rumah sakit, berikut jawaban dari informan dibawah ini :

“yang biasa dilihat ada diruang tunggu ada juga didepan rumah sakit itu” (R, 47TH, PR)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan mengenai implementasi dari pelaksanaan media dapat dilihat bahwa rumah sakit dalam membuat konten promosi kesehatan rumah sakit menggunakan media leaflet, poster, banner, spanduk dan tv sebagai alat untuk menyampaikan informasi yang disebarkan langsung kepada pengunjung ataupun secara online melalui akun media social rumah sakit dan pengunjung dapat dengan mudah menemukan informasi.

3. Evaluasi

Evaluasi dari media promosi kesehatan yang dilakukan oleh rumah sakit yaitu dapat dikatakan berhasil jika media yang digunakan rumah sakit diminati pengunjung dari media yang telah disediakan sebagaimana jawaban dari informan sebagai berikut :

“keberhasilannya dilihat dari pengujungnya jika dikasih mereka tertarik untuk membacanya” (SA, 47TH, PR)

“dilihat dari minat pengujung apakah media yang disediakan dia membaca atau dia pahami karna selain media yang dibaca kita juga menyediakan tv untuk ditonton bgitu dek” (AMS, 31TH, LK)

Pengunjung menerima dan memahami konsep materi yang dituangkan dalam media akan tetapi tim PKRS hanya mengetahui bahwa pengunjung tersebut tertarik mengenai konten melalui penglihatan yang ia lihat saja, berikut jawaban dari informan :

“itu saja dilihat kalo dia mau baca dan mengambil media leaflet yang disediakan di tempatnya” (H, 49TH PR)

“dari medianya seperti media cetak yang leafletkan kalau berkurang mi di tempatnya jdi dibilang ohiyaa minat ji orang untuk ambil i sama berkurang mi media yang leafletnya jdi mau lagi dibkinkan yang baru” (A, 47TH, PR)

Dapat dilihat dari jawaban informan diatas bahwa tim PKRS hanya melihat dari media yang disediakan jika berkurang bahwa pengunjung mengambil dan membaca informasi yang disediakan. Bagaimana jika terdapat pengunjung yang tidak tertarik dengan konsep media informan,

tim PKRS akan melakukan perubahan konsep dari segi desain, sebagai berikut penuturan dari informan :

“kita tidak bisa lihat tapi jika ada kita melakukan perubahan desain mulai dari tema dan paduan warnanya” (H, 49TH PR)
“kita lihatnya yang minat saja jdi yang tidak minat kita tidak tau karna itu dari pribadinya” (N, 47TH, PR)

Dalam pembuatan media perlu juga dilakukan perubahan dalam desain mengenai warna dan tema untuk menampirkan hal-hal unik dalam media. Tim PKRS melakukan perubahan media setiap sekali sebulan dan satahun sekali, berikut jawaban informan dibawah ini :

“kalo dari media yang dipakai penyuluhan kita sebulan satu kali tapi kalo bagain spanduk atau banner kita biasa pertahun gantinya” (H, 49TH PR)
“satu kali sebulan tapi kalo ada dari tim luar yang mau dibuatkan media jadi dibuatkan” (AMS, 31TH, LK)

Adapun terkait apakah rumah sakit melakukan evaluasi pengetahuan kepada pengunjung bahwa tim PKRS menyatakan tidak melakukan evaluasi kepada setiap pengunjung rumah sakit karena tim PKRS belum menemukan cara yang efektif untuk melakukan evaluasi pengetahuan kepada setiap pengunjung yang datang kerumah sakit, sebagai penuturan informan sebagai berikut :

“tim pkrs tidak melakukan evaluasi pengetahuan cuma kalau kita melakukan sosialisasi biasa ada pengunjung yang bertanya kepada petugas disitu kita bisa lihat pengetahuan karna sebelum sosialisasi kita membagikan leaflet dari materi yang disosialisasikan” (SA, 47TH, PR)
“evaluasi pengetahuan pengunjung kita tidak lakukan, tapi kita biasa lihat waktu penyuluhannya kalau pengunjung antusias dalam menerima penyuluhan, jdi kita lihat begitu saja” (N, 47TH, PR)

Alasan tim PKRS tidak melakukan evaluasi kepada pengunjung dikarenakan pengunjung yang datang selalu berganti dan belum menemukan cara untuk mengevaluasi pengetahuannya, selain dari melakukan penyuluhan kepada pengujung rumah sakit mengenai materi yang telah disediakan oleh tim PKRS, berikut jawaban dari informan dibawah ini :

“pengunjung nya kan berganti-ganti jadi untuk melakukan evaluasi mungkin bisa lewat tanya jawab pada saat penyuluhan” (H, 49TH PR)
“karna pengunjung nya banyak jadi tidak tau mau di evaluasi bagaimana” (AMS, 31TH, LK)

Adapun penuturan dari informan biasa juga memberikan saran untuk tim PKRS terkait yang perlu dibenahi dalam pemasangan media agar menarik pengunjung untuk melihat atau membaca, berdasarkan jawaban informan biasa sebagai berikut :

“kalo sudah tidak layak dilihat atau dibaca mungkin sudah harus diganti karna saya klo lama menunggu saya kadang ambil untuk dibaca-baca.”

Dalam kondisi media pengunjung tidak menemukan kendala dalam media itu artinya bahwa tim PKRS dalam penempatan dan konten media sudah baik, penuturan informan biasa sebagai berikut :

“sejauh saya kerumah sakit ini tidak ada hambatan” (M, 37th, PR).

Berdasarkan hasil wawancara informan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa evaluasi yang dilakukan dapat dikatakan berhasil jika pengunjung tertarik dan minat dengan konten media yang disediakan akan tetapi rumah sakit juga tidak melakukan evaluasi pemahaman kepada pengunjung terkait konten promosi kesehatan dan pengunjung juga berpendapat bahwa perlu dibenahi konten media dibagian tv untuk menayangkan edukasi penyakit. Dengan penayangan di tv pengunjung yang tidak tertarik membaca dapat melihat melalui tv tersebut.

D. Pembahasan

Dalam konteks rumah sakit promosi kesehatan dilakukan dengan memberikan informasi dan edukasi mengenai kesehatan kepada pasien, keluarga pasien dan masyarakat secara umum salah satunya melalui media. Oleh karena itu, untuk melihat bagaimana media promosi kesehatan di rumah sakit diperlukan tiga variabel yang diteliti yakni (1) perencanaan, (2)

implementasi, (3) evaluasi untuk mengetahui bagaimana gambaran media promosi kesehatan rumah sakit seperti dibawah ini :

1. Perencanaan

Perencanaan merupakan fungsi terpenting dalam manajemen. Perencanaan kesehatan adalah sebuah proses untuk merumuskan masalah-masalah kesehatan yang berkembang di masyarakat, menentukan kebutuhan dan sumber daya yang tersedia, menetapkan tujuan program yang paling pokok dan menyusun langkah-langkah praktis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan tersebut (Hasibuan 2021).

Kegiatan perencanaan memiliki ruang lingkup yang sangat luas terkait dengan dimensi waktu serta tingkatan dan teknis perencanaanya. Perencanaan adalah hal-hal yang dilakukan pihak PKRS sebelum merancang media. Merencanakan hal yang akan dilakukan oleh pihak PKRS untuk menjadi acuan agar media promosi kesehatan dapat diterima dimasyarakat.

Berkenan dengan istilah perencanaan, Coleman Woodbury mendefinisikan perencanaan sebagai *“the proses of preparing, in advance, and in a reasonably systematic fashion, recommendations for policies and side effects, or spillover effects”*. Berdasarkan pengertian ini, perencanaan adalah suatu rangkaian kegiatan yang mencakup persiapan, pemilihan alternative, serta pelaksanaan yang dilakukan secara logis dan sistematis sehingga berbagai kemungkinan yang diakibatkan dapat diprakirakan dan diantisipasi. Mencermati pengertian ini dapat dipahami bahwa bagaimana pun baiknya perencanaan akan selalu menimbulkan dampak positif dan dampak negatif. Oleh karena itu, setiap perencanaan harus dapat mengantisipasi berbagai kemungkinan yang timbul akibat dari implementasi rencana yang dibuatnya (Setiadi, 2017).

Dalam penelitian ini diperoleh bahwa yang dilakukan tim PKRS dan pengunjung rumah sakit dapat disimpulkan bahwa perencanaan media berjalan dengan baik dalam artian untuk membuat media promosi kesehatan tim PKRS terlebih dahulu mencari referensi materi terkait dengan 10 penyakit tertinggi di rumah sakit untuk memberikan penyuluhan kepada pengunjung dan pengunjung rumah sakit tertarik dan paham dengan apa yang disampaikan oleh pihak rumah sakit. Adapun tabel dibawah ini yang menunjukkan 10 penyakit tertinggi di RSUD Haji Makassar tahun 2021, sebagai berikut :

Tabel 5.1
Distribusi Penyakit Tertinggi Di Rumah Sakit Umum
Daerah Haji Makassar Tahun 2021

NO	PENYAKIT	JUMLAH
1	Demam tifoid dan paratifoid	1035
2	Dispedia	555
3	Diare & gastroenteritis oleh penyebab infeksi tertentu (colitis infeksi)	470
4	Pneumonia	236
5	Tuberculosis paru lainnya	235
6	Bronchitis, emfisema dan penyakit paru obstruktif kronik lainnya	219
7	Demam berdarah dengue	193
8	Migren dan syndrome nyeri kepala lainnya	183
9	Diabetes mellitus tidak bergantung insulin	162
10	Infark serebral	137
JUMLAH		3463

Sumber : Data primer RSUD

Data diatas menunjukkan bahwa demam tifoid dan paratifoid merupakan kasus terbanyak yang ditangani pada instalasi dengan jumlah 1035 kasus. Infark serebral juga masuk dalam daftar 10 penyakit terbanyak dengan 137 kasus. Berdasarkan dari kondisi rumah sakit dengan penggunaan materi terkait 10 penyakit tertinggi dapat menarik

pengunjung untuk membaca media sebab dengan konsep penyakit tertinggi pengunjung mengetahui cara untuk mencegah suatu penyakit.

Penyajian dalam perencanaan media informasi dengan membentuk objek dan pengaturan tata letak dengan kebutuhan rancangan. Dalam proses pembuatan media rumah sakit perlu memperhatikan hal yang akan berpengaruh kegunaan dalam sebuah media (Febriyanto et al. 2017). Di dalam menentukan unsur warna yang akan di pilih, jenis huruf yang akan digunakan, tata letak yang digunakan, gaya tampilan grafis yang sesuai dengan model yang dipilih untuk menampilkan di setiap rancangan media. Oleh karena itu menurut (Tauvany, 2017) untuk menjabarkan langkah-langkah yang akan dipilih dan dapat dipergunakan untuk merancang media :

- a) Penanggung jawab program terkait koordinasi dengan penanggung jawab promosi kesehatan untuk pengembangan media promosi kesehatan.
- b) Penanggung jawab promosi kesehatan melakukan analisis promosi kesehatan melakukan analisis kebutuhan pengembangan promosi kesehatan :
 - 1) Pemilihan warna yang dipilih ialah warna kuning melambangkan kebahagiaan, tujuan dan arti. Warna biru melambangkan kesejukan, dingin, damai, dan menenangkan pikiran.
 - 2) Typografi yang digunakan dalam perancangan ini adalah huruf yang jelas, sederhana dan tegas. Penggunaan huruf dengan ukuran besar diharapkan dapat memberi kemudahan kepada para pembaca. Dengan jenis huruf Chalkboard SE dan Stencil Std Bold.
 - 3) Tata letak atau layout yang diterapkan ialah dengan memadukan unsur komunikasi visual mulai dari text, gambar, vektor dan warna

agar menjadi media komunikasi visual yang komunikatif juga dapat menarik perhatian dari calon pembaca

4) Tampilan yang diterapkan pada media brosur ini dengan menggunakan kesan simple namun tegas dan menarik

c) Penanggung jawab promosi kesehatan membuat rencana kegiatan dan rancangan dan draf media yang akan dikembangkan sesuai dengan usulan dari program terkait dengan dan melaporkan kepada petugas promkes

Terkait pembuatan media tim PKRS memiliki 5 anggota yang memiliki tugas masing-masing dari 5 orang, 2 lainnya bertugas untuk membuat media yaitu sekretaris dan koordinator umum adapun 3 tim yang lain bertugas untuk mengkoordinir media dan menyediakan materi yang akan disampaikan dalam konten promosi kesehatan.

Perencanaan media dalam penelitian ini dijelaskan oleh informan biasa bahwa media dalam rumah sakit haji dapat dipahami dan diminati untuk dibaca oleh pengunjung rumah sakit akan tetapi rumah sakit juga perlu memperhatikan media elektronik sebab pengunjung juga tertarik untuk melihat edukasi melalui media elektronik. Perencanaan media dikatakan berhasil jika pengunjung menggunakan atau membaca media cetak yang disediakan.

Perencanaan kemampuan untuk memilih satu kemungkinan yang tersedia dan yang dipandang paling tepat untuk mencapai tujuan. Perencanaan juga proses menerapkan tujuan, mengembangkan dan menguraikan jadwal untuk mencapai tujuan. Tujuan perencanaan yaitu memberikan pengarah yang baik, mengurangi kebebasan, meminimalisir pemborosan, menetapkan tujuan dan standar yang

digunakan dalam fungsi selanjutnya yaitu proses pelaksanaan dan evaluasi (Suhartina et al. 2022).

Berdasarkan hasil penelitian penulis berasumsi bahwa perencanaan untuk melaksanakan media promosi kesehatan di rumah sakit sudah mengikuti kalender kegiatan yang disusun oleh tim PKRS Rumah Sakit Haji Makassar mengenai dan siap untuk dilaksanakan di rumah sakit.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Merry Rahayu, 2022) dengan judul “Gambaran Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Madina Bukit Tinggi Tahun 2022” mengenai kesiapan dalam perencanaan media promosi kesehatan di rumah sakit ini sejalan dengan pedoman promosi kesehatan di rumah sakit. Adapun dampak jika rumah sakit tidak memiliki perencanaan yang matang sebelum menyusun media, akan membuat media tersebut tidak dapat dipahami oleh pengunjung. Dari konsep media yang memiliki desain dan tema yang bagus akan membuat pengunjung tersebut tertarik untuk mengambil dan membacanya.

Kegiatan perencanaan pada hakikatnya juga merupakan upaya untuk menentukan pilihan dari sekian banyak alternative yang tersedia, karena terkait dengan pengambilan keputusan. Dengan perkataan ini, perencanaan adalah upaya untuk menyusun prioritas sesuai dengan sumberdaya yang tersedia dan tujuan jangka panjang yang diterapkan. Pendapat ini dikemukakan oleh (Conyer dan Hill, 2017). Berdasarkan pendapat ini kegiatan perencanaan sesungguhnya juga mengandung unsur kreatifitas dan keberanian dalam memberikan penilaian atas situasi saat ini dan masa depan sekaligus.

2. Implementasi

Keberhasilan implementasi menurut teori George Edwaed III mensyaratkan agar implementator mengetahui apa yang harus dilakukan.

Apa yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan harus ditransmisikan kepada kelompok sasaran sehingga akan mengurangi distorsi. Faktor komunikasi menunjukkan peranan sebagai acuan agar pelaksanaan mengetahui persis apa yang mereka kerjakan. Artinya bahwa komunikasi juga dapat dinyatakan dengan perintah dari atasan terhadap pelaksana-pelaksana kebijakan sehingga pelaksanaan kebijakan tidak keluar dari sasaran yang dikehendaki. Dengan demikian komunikasi tersebut harus dinyatakan dengan jelas, tepat dan konsisten (Steffi Barmo, 2020).

Proses implementasi kebijakan itu berlangsung secara efektif dilihat menggunakan model implementasi George C. Edward III. George Edward mengemukakan dalam teorinya bahwa kebijakan merupakan suatu proses yang dinamis yang artinya terdapat faktor saling berinteraksi dan saling mempengaruhi implementasi kebijakan faktor tersebut yang dapat mempengaruhi keberhasilan implementasi antara lain (Yalia, 2014).

Kebutuhan akan informasi yang akurat, tepat dan terkini semakin dibutuhkan seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat terutama di bidang kesehatan. Media cetak memiliki peran penting untuk menambah wawasan membaca pengujung terkait materi dan media sosial melalui internet memiliki potensi besar untuk melakukan promosi kesehatan dan intervensi kesehatan lainnya dan lebih mudah untuk menyentuh pada sasaran dalam melakukan upaya promosi kesehatan dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan memberi dukungan kepada masyarakat untuk berperilaku sehat.

Dalam menjalankan fungsi promosi kesehatan, pada umumnya rumah sakit menggunakan media cetak seperti leaflet, brosur, serta banner, media audio seperti radio internal, media audio visual seperti video

dalam ruang rumah sakit, dan media digital hingga terdapat media promosi kesehatan.

Apabila implementator tidak mempunyai sumberdaya untuk melaksanakan, implementasi tidak akan berjalan dengan efektif. Tanpa sumberdaya hanya tinggal di kertas menjadi dokumentasi saja. Disposisi juga watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementator seperti komitmen, kejujuran dan sifat demokratis. Apabila implementator memiliki disposisi yang baik maka dia dapat menjalankan dengan baik sesuai dengan keinginan pembuat kebijakan.

Manfaat diterapkannya PKRS dengan baik antara lain dapat memberikan dan menciptakan dampak yang baik terhadap peningkatan literasi, kepuasan dan status kesehatan pasien, masyarakat sekitar dan staff rumah sakit serta memberikan pelayanan dengan kualitas yang tinggi serta aman. Selain itu dapat menurunkan angka kejadian pasien yang dirawat kembali di rumah sakit. Sebaliknya jika belum diimplementasikan masyarakat akan kehilangan haknya untuk menerima informasi dan edukasi kesehatan yang seimbang dan bertanggungjawab sesuai amanat Undang-Undang No 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

Berdasarkan hasil penelitian penulis berasumsi bahwa media yang digunakan oleh rumah sakit baik media cetak, media elektronik dan media massa dapat dijangkau oleh pengunjung rumah sakit ketika ingin membaca mengenai materi yang telah disediakan oleh tim PKRS. Jika penerapan implementasi tidak berjalan dengan baik akan berdampak bagi pengunjung yang tidak menerima edukasi kesehatan dari program PKRS yang semestinya mendapatkan informasi kesehatan.

Implementasi yakni upaya yang mendukung keberhasilan media yang digunakan oleh rumah sakit untuk menyampaikan informasi kepada

pengunjung rumah sakit. Pelaksanaan konten media promosi kesehatan telah berjalan dengan baik dari segi media yang digunakan dan penempatan media di sebuah rumah sakit.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari narasumber dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan media di rumah sakit sudah memadai diketahui bahwa pengunjung dapat melihat media karena tempat yang cukup dijangkau. Selain tempat cukup dijangkau keberadaan media juga beragam mulai dari media cetak seperti leaflet, brosur, poster dan spanduk. Media lainnya adalah media digital seperti facebook, Instagram dan youtube. Media internal rumah sakit juga dapat digunakan adalah audio dan video yang dapat menjangkau ruang-ruang di rumah sakit seperti ruang tunggu pasien, ruang rawat jalan dan ruang rawat inap.

Dengan media informasi dan promosi kesehatan berbentuk leaflet, brosur, poster ini dapat mencakup seluruh informasi mengenai edukasi kesehatan yang akan di promosikan oleh rumah sakit dengan menggunakan tambahan gambar-gambar yang terorganisasi dengan baik, diharapkan dapat meningkatkan minat pengunjung untuk membaca atau mendengarkan terkait edukasi yang telah disediakan.

Gambar 5.2
Penyediaan media leaflet di RSUD Haji Makassar



Diketahui rumah sakit lebih dominan menggunakan media cetak seperti leaflet dikarenakan leaflet mudah untuk disebar dan dibawa kemana-mana. Leaflet juga disebar saat melakukan penyuluhan agar pengunjung yang menerima penyuluhan dapat membaca dan memahami apa yang disampaikan pada saat penyuluhan. Penyuluhan yang diadakan tim PKRS 2 kali dalam seminggu dengan materi yang berbeda tetapi tetap pada penyakit 10 tertinggi di rumah sakit. Tim PKRS membagiakan edukasi tidak hanya secara offline tapi secara onlien juga melalui media sosial yang dimiliki rumah sakit agar edukasi yang disebar bukan hanya mengunjungi rumah sakit yang menerima tetapi diterima oleh semua orang.

Media sosial merupakan digital marketing yang banyak digunakan oleh fasilitas kesehatan baik dalam praktik mandiri, klinik maupun rumah sakit. Media sosial seperti facebook, Instagram, youtube dan email menawarkan banyak peluang bagi rumah sakit untuk berhubungan dengan pasien. Beberapa fitur media sosial pada umumnya memiliki sistem yang terintegrasi, sehingga media sosial tersebut saling berhubungan. Salah satu media menunjukkan bahwa Instagram adalah media sosial paling disukai dan dalam pemasaran melalui instagram dengan bentuk gambar maupun video telah mendapatkan banyak perhatian berkaitan dengan fasilitas pelayanan kesehatan. Media sosial salah satu wadah pemasaran berbasis online dengan menghasilkan tingkat keterlibatan dengan pasien.

Gambar 5.3
Edukasi Gejala Demam Tiroid dan pengobatannya



Sumber : Instagram rsudhajisulsel

Konten media sosial menggunakan beberapa taktik dengan menggunakan hastag (#), menggunakan caption yang lebih dipahami masyarakat dan sesuai kebutuhan rumah sakit. Untuk mengevaluasi feedback dari pengguna media sosial, beberapa hal yang dievaluasi adalah jumlah like, comment, pesan langsung atau direct message pada Instagram feeds dan Instagram story. Melalui program promosi kesehatan, rumah sakit dapat menyampaikan berbagai informasi dengan baik kepada masyarakat. Disamping itu, dengan promosi kesehatan diharapkan dapat meningkatkan citra rumah sakit. Program promosi kesehatan lainnya adalah webinar yang dilaksanakan untuk menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat.

Penggunaan media di rumah sakit berfungsi dengan baik sebagaimana dengan materi yang telah dijadikan acuan dapat membantu pengunjung rumah sakit mengetahui penyakit tertinggi yang ditangani oleh rumah sakit haji oleh karena itu pelaksanaan media sangat berpengaruh pada rumah sakit. Dengan media leaflet dan poster sebagai media pendukung yang digunakan dirumah sakit sebagai media yang dapat

dibawa pulang oleh pengunjung rumah sakit dan media banner dan spanduk dijadikan sebagai media utama di sebuah rumah sakit dikarenakan media tersebut hanya berada di sekitara rumah sakit dan tidak dapat dibawa pulang oleh pengunjung.

Pelaksanaan PKRS di dalam gedung memanfaatkan ruang-ruang yang ada dan dilakukan oleh petugas-petugas rumah sakit seiring dengan pelayanan yang dilakukan oleh petugas rumah sakit. PKRS di dalam gedung menurut Juknis PKRS (Permenkes 2012) yaitu:

- a) PKRS di ruang Pendaftaran/Administrasi, yaitu di ruang dimana pasien/klien harus melapor/mendaftar sebelum mendapatkan pelayanan rumah sakit.
- b) PKRS dalam pelayanan rawat jalan bagi pasien, yaitu di poliklinik-poliklinik seperti poliklinik kebidanan dan kandungan, poliklinik anak, poliklinik mata, poliklinik bedah, poliklinik penyakit dalam, poliklinik Telinga Hidung Tenggorokan (THT), dan lain-lain.
- c) PKRS dalam pelayanan rawat inap bagi pasien, yaitu di ruang-ruang rawat darurat, Rawat intensif, dan Rawat inap.
- d) PKRS dalam pelayanan penunjang medik bagi pasien, yaitu terutama di pelayanan obat apotik, pelayanan laboratorium, dan pelayanan rehabilitasi medik, bahkan juga kamar mayat.
- e) PKRS dalam pelayanan bagi klien (orang sehat), yaitu seperti di Pelayanan Keluarga Berencana (KB), Konseling gizi, Bimbingan senam, Pemeriksaan kesehatan (check up), Konseling kesehatan jiwa, Konseling kesehatan remaja, dan lain - lain.
- f) PKRS di ruang pembayaran rawat inap, yaitu di ruang dimana pasien rawat inap harus menyelesaikan pembayaran biaya rawat inap, sebelum meninggalkan rumah sakit.

Berdasarkan hasil informan biasa mengenai implementasi media promosi kesehatan yang digunakan oleh pihak rumah sakit mengenai pelaksanaan media yang mudah diakses pengunjung sehingga pengunjung dapat mudah menemukan dan membaca pengetahuan isi dari media tersebut dan juga kondisi media yang ditemukan pengunjung dalam keadaan baru setelah jadwal pembaharuan media.

Dilihat dari tinjauan pengunjung rumah sakit bahwa pengunjung mudah mengakses media karena tersedia di bagian ruang tunggu dan ruang perawat dengan kondisi media terbaru yang mudah dibaca oleh pengunjung rumah sakit. Pengunjung dapat memahami dan mengingat pesan karena ada gambar selain untuk menarik perhatian gambar juga dapat membantu menjelaskan bagian-bagian yang penting serta menguraikan yang panjang. Setiap orang akan mempunyai kemampuan yang berbeda-beda dalam menerima sebuah pesan. Dalam media digambarkan bahwa pesan atau sebuah informasi akan dapat diterima tergantung dari motivasi yang dimiliki setiap orang dan kemampuannya untuk dapat memproses dan memaknai pesan tersebut.

Ditinjau dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Anisa, Yustikasari, and Dewi, 2022) dengan judul “Media Informasi Dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah” media promosi kesehatan yang digunakan rumah sakit umum daerah dapat dikategorikan media cetak, media massa, media elektronik yang dimana media tersebut juga digunakan oleh rumah sakit umum daerah haji makassar.

Hasil yang diperoleh dari observasi di RSUD Haji Makassar mengenai pelaksanaan promosi kesehatan didalam gedung yaitu:

- a) Pada loket pendaftaran sudah terdapat sarana berupa televisi yang dapat digunakan untuk menampilkan pesan-pesan kesehatan.

- b) PKRS melakukan di poliklinik-poliklinik di rawat jalan. Sudah dilakukan promosi kesehatan seperti sosialisasi terbuka, siaran langsung radiol. Hal ini dilakukan pada hari yang sekiranya banyak pengunjungnya.
- c) PKRS yang dilakukan di rawat inap meliputi penempatan leaflet mengenai penyakit-penyakit yang sering di derita oleh pasien rawat.

Menurut penelitian (Hill et al. 2017) menyatakan bahwa implementasi merupakan penerapan dari sebuah keputusan kebijakan publik yang biasanya dikeluarkan oleh pemerintah. Menurut (Burke., at el, 2017) menyatakan bahwa suatu pelaksanaan sangat berkaitan dengan kebijakan dan perencanaan merupakan salah satu faktor pemungkin dari pelaksanaan kebijakan. Dalam konteks pelaksanaan suatu kebijakan (Burke., et al, 2017) menjelaskan lebih jauh bahwa perencanaan yang sistematis dan terukur merupakan hal penting dalam pelaksanaan. Perencanaan memapaparkan (Nurdianna, 2018) Pelaksanaan Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit secara jelas tujuan dari program, tugas spesifik yang terkait dengan implementasi, tanggung jawab setiap individu untuk menyelesaikan tugas tersebut, serta perencanaan waktunya.

Tujuan dari implementasi ini untuk melaksanakan perencanaan berdasarkan hasil gambaran media promosi kesehatan di rumah sakit haji yang meliputi staff PKRS dan pengunjung rumah sakit dan mengembangkan media promosi kesehatan dengan melibatkan multi profesi yang berkompeten (Burhan and Sulistiad,i 2022).

3. Evaluasi

Worthen dan Sanders menyatakan bahwa *“evaluasi is the determination of the worth of thing. It includes obtaining information for use in judging the worth og a program, product, procedure, or objective, or the*

potential utility of alternative approaches designed to attain specified objectives". Evaluasi diartikan sebagai penentuan nilai terhadap suatu hal yang meliputi aktifitas pengumpulan informasi yang digunakan untuk menentukan nilai keberhasilan suatu program, produk, produce, tujuan atau manfaat potensi pada desain alternative pendekatan untuk mempertahankan pendekatan yang khusus. Pendapat tersebut mengimplikasikan adanya kriteria tertentu yang digunakan untuk menentukan nilai atau harga sesuatu (Hajaroh, 2019).

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan dari narasumber dapat disimpulkan bahwa rumah sakit haji dapat dikatakan berhasil jika ada perubahan dari media yang mula tidak diminati pengunjung menjadi diminati pengunjung untuk membaca terkait media dan informasi yang telah disediakan oleh rumah sakit. Dari peminatan pengunjung mengenai media dapat diketahui oleh tim PKRS jika media yang disediakan dibawah pulang oleh pengunjung dan dapat dilihat dari antusias pengunjung menerima materi penyuluhan.

Pembaharuan media dilakukan dalam sebulan sekali oleh tim PKRS agar pengunjung yang tidak minat dengan konten media rumah sakit tim PKRS akan melakukan perubahan desain dan akan memperhatikan warna dan tema yang dapat menarik pengunjung dan tim PKRS tidak melakukan evaluasi pengetahuan kepada pengunjung.

Rumah sakit melaksanakan penyuluhan promosi kesehatan yang bertujuan untuk merubah perilaku pasien. keluarga pasien, SDM rumah sakit, pengunjung rumah sakit, dan masyarakat sekitar rumah sakit, agar mampu mengidentifikasi faktor risiko penyakitnya, meningkatkan kemampuan dalam mengatasi faktor risiko penyakit, mengambil keputusan

yang tepat dalam mengatasi masalah kesehatannya, serta menghindari terjadinya kesakitan berulang karena perilaku yang sama.

Hasil monitoring dan evaluasi selalu ditindaklanjuti dengan rapat koordinasi semua bagian terkait bahkan dengan komunitas setiap 6 (enam) bulan dan setahun kegiatan berjalan. Ini penting dilakukan sebagai bahan tindak lanjut untuk program kerja dan kegiatan PKRS selanjutnya. Monitoring dan evaluasi untuk terlaksananya pencatatan edukasi di rekam medik dilakukan setiap 6 (enam) bulan, dan hasilnya disampaikan juga pada rapat koordinasi semua PPA sebagai bahan tindak lanjut. Laporan PKRS secara menyeluruh dilakukan tiap 6 (enam) bulan. Hasil laporan tersebut selain di sampaikan di internal, juga di sampaikan ke Dinas Provinsi sebagai laporan rutin. Bahkan evaluasi program kerja selama setahun juga sudah dilakukan oleh instalasi PKRS.

Evaluasi yaitu kegiatan terencana untuk mengetahui keadaan suatu objek dengan menggunakan instrument yang berkaitan dengan indikator dan tujuan atau mengkomunikasikan informasi mengenai objek evaluasi dengan pemangku kepentingan. Objek dalam penelitian ini yaitu media promosi kesehatan rumah sakit umum daerah haji makassar tahun 2023 untuk mengetahui gambaran media yang digunakan rumah sakit haji makassar.

Evaluasi media menurut informan biasa yang perlu dibenahi dari media elektronik yaitu perlu menampilkan edukasi-edukasi penyakit atau etika yang dilakukan agar tidak terkena penyakit dan pengunjung yang datang tidak mendapatkan kendala itu artinya penempatan dan konten media tim PKRS sudah bagus dan dapat dipahami oleh pengunjung rumah sakit. Dampak jika tidak dilakukannya evaluasi terhadap konten media promosi kesehatan tim PKRS tidak mengetahui apa yang harus

diperbaharui itulah evaluasi menjadi pengukur keberhasilan dalam gambaran media promosi kesehatan di rumah sakit haji.

Metode yang digunakan dalam unit promosi kesehatan RS St Carolus Jakarta Pusat adalah komunikasi, hal ini sesuai Gambaran Manajemen Promosi Kesehatan di Rumahsakit ST Carolus Jakarta Pusat dengan teori yang dikemukakan oleh Hartono, 2010 bahwa metode yang paling tepat digunakan untuk promosi kesehatan adalah metode komunikasi. Dalam menyampaikan pesan kesehatan, petugas khusus promosi kesehatan menggunakan bahasa yang mudah diterima dan dimengerti oleh masyarakat. Petugas promosi kesehatan mengemas komunikasi sesuai dengan latar belakang pendidikan dan latar belakang sosial budaya dari sasaran yang akan diberikan informasi kesehatan (Febriyanty and Pratiwi, 2018).

Sebagaimana pernyataan (Astuti et al. 2021) dengan judul “Evaluasi program promosi kesehatan rumah sakit” bahwa media promosi merupakan alat bantu dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan kepada para pasien dan pengunjung rumah sakit. Media promosi kesehatan yang dilakukan di rumah sakit diantaranya media cetak yang disediakan di ruang tunggu atau lobi rumah sakit yang sering dijangkau oleh pasien atau pengunjung rumah sakit, media elektronik yang biasanya digunakan di ruang tunggu atau ruang inap yang dapat menampilkan video yang berisi pesan kesehatan bagi pasien maupun pengunjung pasien adalah rangka membantu proses penyembuhan pasien di ruang rawat untuk menghibur dan memperkuat iman para penderita atau pasien (Hendriani and Hadi, 2020).

Tujuan dari evaluasi ini untuk menentukan titik awal suatu program, membantu menemukan titik lemah pelaksanaan program, menyatakan

apakah program sesuai atau tidak dan menunjukkan seberapa jauh kemajuan yang diperoleh akibat pelaksanaan program. Evaluasi akhir dimana dilakukan pengukuran dari media promosi kesehatan yang dapat dilihat apakah perencanaan dan implementasi yang telah dilakukan oleh rumah sakit telah berjalan dengan baik (Prahesti, 2018).

Berdasarkan hasil peneliti penulis berasumsi bahwa evaluasi dalam perencanaan dan implementasi media berjalan dengan baik sehingga dapat dikatakan bahwa konten media promosi kesehatan di rumah sakit telah mengikuti schedule yang diterapkan akan tetapi tim PKRS tidak melakukan evaluasi pengetahuan kepada pengunjung yang datang ke rumah sakit.

E. Keterbatasan Peneliti

Penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan karena terdapat beberapa kekurangan dalam metode maupun pembahasan hasil penelitian. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini peneliti memiliki keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian dikarenakan tim PKRS juga membantu di bagian ruang perawat.
2. Pengunjung rumah sakit yang menjadi informan juga tidak semuanya mau untuk di wawancarai.