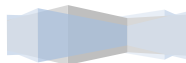


**PROGRAM KERJA
TIM PROMOSI
TAHUN 2017**



**PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH
RSUD PROF. DR. MARGONO SOEKARJO
PURWOKERTO**

2017



KATA PENGANTAR

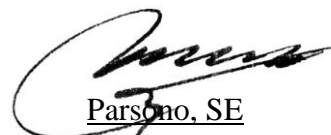
Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena hanya atas perkenan-Nya, Program Kerja Tim Promosi Tahun 2017 ini dapat diselesaikan dengan baik. Program kerja ini merupakan usulan program kerja untuk perencanaan kebutuhan sarana prasarana maupun kebutuhan promosi yang lain.

Promosi RS, merupakan bagian yang penting dalam pelayanan rumah sakit sebagai media informasi, komunikasi dan edukasi kepada masyarakat terkait kesehatan dan pelayanan kesehatan secara umum terutama informasi pelayanan kesehatan di RSUD Prof. Dr. Margono Soekarjo.

Bertolak dari kerangka pikir inilah, maka keberadaan Usulan program kerja ini sangat diperlukan yang berfungsi sebagai pedoman ataupun perencanaan kebutuhan Promosi Tahun 2017. Supaya dapat digunakan sebagai acuan dan evaluasi pada tahun berikutnya dan usulan-usulan revisi yang diperlukan sesuai hasil evaluasi.

Kepada semua pihak yang telah berperan serta dan memberikan bantuan pemikiran serta sumbang saran demi terwujudnya Program kerja ini, kami sampaikan terima kasih. Disamping itu, Program kerja ini masih jauh dari sempurna, oleh karenanya masukan dan kritik yang sifatnya membangun sangat kami harapkan.

Purwokerto, Desember 2016
Ketua Tim Promosi



Parsono, SE

NIP. 19611023 198403 1 003



DAFTAR ISI

	halaman
HALAMANJUDUL.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
A. Pendahuluan.....	1
B. Latar Belakang.....	1
C. Tujuan.....	2
D. Kegiatan Pokok dan Rincian Kegiatan.....	2
E. Sasaran.....	4
F. Jadwal pelaksanaan Kegiatan.....	6
G. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan&Pelaporan.....	9
H. Pencatatan, Pelaporan dan Evaluasi Kegiatan.....	9
I. Penutup.....	9



PROGRAM KERJA TIM PROMOSI
RSUD PROF. DR. MARGONO SOEKARJO PURWOKERTO
TAHUN 2017

A. PENDAHULUAN

Promosi rumah sakit adalah salah satu bentuk dan pemasaran rumah sakit (Hospital Marketing), dengan cara penyebarluasan informasi tentang jasa pelayanan rumah sakit serta kondisi rumah sakit itu sendiri secara jujur, mendidik, informatif dan dapat membuat seseorang memahami tentang pelayanan kesehatan yang akan didapatkannya (Pedoman Etika RS, 2006). Rumah sakit sebagai penyedia pelayanan kesehatan membutuhkan media promosi untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Namun pelayanan rumah sakit merupakan jenis pelayanan yang unik dan berbeda bila dibandingkan dengan bidang jasa pelayanan yang lainnya.

B. LATAR BELAKANG

Rumah Sakit dalam melakukan promosi pemasaran harus bersifat informatif, tidak komparatif, berpijak pada dasar yang nyata, tidak berlebihan, dan berdasarkan Kode Etik Rumah Sakit Indonesia. Dengan penjelasan sebagai berikut: Dalam pelayanan kesehatan konsep “pemasaran” (*marketing*) nampaknya lebih berkonotasi negative daripada positif, karena membangkitkan pemikiran ke arah promosi periklanan dan penjualan (sales), padahal saripati pemasaran adalah komunikasi. Dengan demikian promosi sebagai alat pemasaran rumah sakit dapat dilakukan dan lebih merupakan penyuluhan yang bersifat informatif, edukatif, preskriptif dan preparatif bagi khalayak ramai umumnya dan pasien khususnya.(KODERSI 2001, Bab VI, Lain-lain, Pasal 23)

Asas Khusus untuk Promosi Rumah Sakit, harus rela tetap mencerminkan jati diri rumah sakit sebagai institusi yang memiliki tanggung jawab sosial. Penampilan tenaga profesi dokter, ahli farmasi, tenaga medis, dan paramedis lain atau atribut-atribut profesinya tidak boleh digunakan untuk mengiklankan jasa pelayanan kesehatan/rumah sakit dan alat-alat kesehatan. Menghargai hak-hak pasien sebagai pelanggan.

Dengan dasar pertimbangan diatas maka RSUD Prof. Dr. Margono Soekarjo Purwokerto membentuk tim khusus yaitu tim promosi rumah sakit yang bertujuan untuk melakukan promosi pelayanan rumah sakit yang beretika dan dapat dipertanggungjawabkan melalui berbagai media antara lain: buletin, web dan CCTV di lingkungan Rumah sakit. Disamping menggunakan media promosi klasik yang lain seperti : leaflet, stiker, banner, billboard/baliho dan lain sebagainya. Saat ini promosi di RSUD Prof. Dr. Margono Soekarjo merupakan media informasi dan edukasi kepada masyarakat terkait pelayanan kesehatan

maupun terkait informasi tentang kesehatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan juga mengenalkan RS lebih dekat dengan masyarakat. Untuk itu tim promosi menyusun program kerja ini untuk dapat merencanakan kegiatan yang akan dilaksanakan di tahun 2017.

C. TUJUAN

1. Tujuan Umum

Terselenggaranya penyampaian informasi, komunikasi, edukasi dan publikasi Rumah Sakit.

2. Tujuan Khusus

- a. Menyelenggarakan sarana informasi dan komunikasi kesehatan bagi masyarakat internal dan eksternal
- b. Berperan serta dalam mencerdaskan masyarakat dibidang kesehatan.
- c. Sebagai media publikasi kepada masyarakat internal dan eksternal
- d. Sebagai media penunjang pelayanan prima .

D. KEGIATAN POKOK DAN RINCIAN KEGIATAN

Mengacu pada tugas pokok Tim Promosi rumah sakit maka ditetapkan kegiatan pokok dan rincian sebagai berikut :

1. Peningkatan SDM:

- a. Pelatihan Jurnalis
- b. Pelatihan Broadcasting
- c. Studi Banding tim promosi ke RS Swasta
- d. Pertemuan berkala setiap bulan
- e. Sosialisasi promosi RSMS ke unit kerja

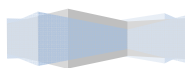
2. Edukasi dan informasi dalam bentuk kegiatan Penyuluhan di tempat-tempat yang banyak terkonsentrasi penunggu dan pengunjung Rumah sakit:

- a. Administrasi BPJS (PBI/NON PBI), Jamkesda, Umum
- b. Ketertiban dan Kepatuhan Pengunjung RS
- c. Pengendalian Infeksi (Hand Hygiene, etika batuk, pembatasan pengunjung, larangan kunjungan anak di bawah 8 tahun)
- d. Informasi pelayanan rumah sakit
- e. Temu pelanggan

3. Pembuatan media promosi dan kegiatan promosi ke masyarakat

- a. Pembuatan Bilboard di perbatasan Banjarnegara – Wonosobo dan Purbalingga – Pemalang
- b. Sosialisasi promosi pelayanan unggulan&pelayanan lain dengan berbagai jalan :

- a. Poster
 - b. Papan petunjuk
 - c. Leaflet-leaflet
 - d. Menu Pelayanan
 - e. Baliho Abyasa/RSMS
 - f. Branding Ambulance/mobil RSMS dengan cutting stiker
 - g. Stiker, CD
 - h. Souvenir (ballpoint, payung, plakat, mug, gantungan kunci, tempat tissue, tempat bolpoint, handuk, tas jinjing, jam dinding, kaos, tas laptop batik, tas punggung)
 - i. Pembuatan Kalender dinding/meja
- c. Pemberitaan di Media massa(mengisi kolom Radar dan publikasi lain)
 - d. Mengisi acara radio (RRI)
 - e. Berperan serta dalam kegiatan sosial (operasi katarak gratis, pengobatan gratis, cek lab gratis, sunatan massal)
 - f. Pembagian kalender dan majalah kepada pelanggan
 - g. Pemasangan spanduk pada saat hari-hari besar
 - h. Penambahan jumlah gambar/poster layanan kesehatan di lingkungan strategis RS baik RSMS maupun Abyasa
 - i. Pemasangan poster di Lift/lorong
 - j. Pemasangan ex banner, mika poster di tempat strategis dan Lift berisi pesan atau iklan layanan kesehatan
 - k. Pemasangan kaca film gambar RSMS untuk ruang rawat
4. Kegiatan Tim Promosi pada Seksi Media TV (MARS TV)
- a. Membuat jadwal siaran di poli dan Ruang Tunggu pasien dengan sosialisasi ke seluruh masyarakat dan karyawan RSMS
 - b. Highlight otomatis untuk Ruang-Ruang Paviliun dan Ruang Tunggu
 - c. Membuat rekaman-rekaman sambutan, pesan, informasi direksi dan unit lain sesuai tema
 - d. Membuat rekaman safety briefing untuk semua unit/instalasi yang diperlukan
5. Kegiatan seksi media Majalah (Swara Sehat)
- a. Menerbitkan majalah 2 kali dalam 1 tahun
 - b. Menentukan Tema setiap Edisi
 - c. Menyampaikan ke seluruh Unit kerja untuk dapat berpartisipasi memberikan artikel/informasi
 - d. Mendaftarkan majalah ke ISSN untuk legalisasi
 - e. Editing dan Penerbitan Majalah



- f. Menampilkan Versi e-Book di website RSMS
6. Kegiatan Seksi Media Internet (web dan facebook)
- a. Update tampilan Website berkala
- b. Up date facebook berkala

E. SASARAN

No	Kegiatan	Indikator	Target
1	SDM		
	a. Pelatihan Jurnalis	Jumlah tim promosi dan staff lain yang mengikuti pelatihan	Semua tim promosi dan perwakilan unit kerja (100%)
	b. Pelatihan Broadcasting	Jumlah tim promosi dan staff lain yang mengikuti pelatihan	Semua tim promosi dan perwakilan unit kerja (100%)
	c. Studi Banding tim promosi ke RS Swasta	Jumlah anggota tim promosi yang mengikuti studi banding	Tim Promosi (100%)
	d. Sosialisasi promosi ke unit kerja	Jumlah Unit kerja yang dilakukan sosialisasi	Minimal 10 unit kerja inti (100%)
	e. Pertemuan berkala setiap bulan	Jumlah pertemuan dalam 1 tahun	12 kali dalam 1 tahun (100%)
2	Edukasi dan informasi		
	a. Administrasi BPJS (PBI/NON PBI), Jamkesda, Umum	Terlaksananya penyuluhan kepada pengunjung dan penunggu Rumah sakit minimal 5 kali kegiatan di tempat yang berbeda	100 %
	b. Ketertiban dan Kepatuhan Pengunjung RS	Terlaksananya penyuluhan kepada pengunjung dan penunggu Rumah sakit minimal 5 kali kegiatan di tempat yang berbeda	100%
	c. Pengendalian Infeksi (Hand Hygiene, etika batuk, pembatasan pengunjung, larangan kunjungan anak di bawah 8 tahun)	Terlaksananya penyuluhan kepada pengunjung dan penunggu Rumah sakit minimal 5 kali kegiatan di tempat yang berbeda	100%
	d. Informasi pelayanan rumah sakit	Terlaksananya penyuluhan kepada pengunjung dan penunggu Rumah sakit minimal 5 kali kegiatan di tempat yang berbeda	100%
	e. Temu pelanggan	Kegiatan Temu pelanggan 1 tahun sekali	100%
3	Pembuatan media promosi dan kegiatan promosi ke masyarakat		
	a. Sosialisasi promosi pelayanan unggulan & pelayanan lain dengan berbagai jalan : Papan petunjuk, Menu Pelayanan, Poster, Leaflet-leaflet, Baliho Abyasa/RSMS, Branding Ambulance/mobil RSMS dengan cutting stiker, Souvenir (ballpoint, payung, plakat, mug,	<input checked="" type="checkbox"/> Terselenggaranya pembuatan Sarana promosi dan pemberitaan media cetak secara berkala <input checked="" type="checkbox"/> Pencetakan leaflet minimal 5 leaflet <input checked="" type="checkbox"/> Branding ambulance/mobil RSMS dengan cutting stiker minimal 1 mobil	100%

No	Kegiatan	Indikator	Target
	gantungan kunci, tempat tissue, tempat bolpoint, handuk, tas jinjing, jam dinding, kaos, tas laptop batik, tas punggung), blocknote, Stiker, CD, Pembuatan Kalender dinding/meja		
	b. Pembuatan Billboard di perbatasan Banjarnegara – Wonosobo dan Purbalingga – Pemalang	Terpasangnya billboard di 3 tempat perbatasan	100 %
	c. Pemberitaan di Media massa(mengisi kolom Radar dan publikasi lain)	Promosi rs di media 6 kali dalam 1 tahun	100%
	d. Mengisi acara radio (RRI)	Siaran RRI 3 bulan sekali	100 %
	e. Berperan serta dalam kegiatan sosial (operasi katarak gratis, pengobatan gratis, cek lab gratis, sunatan massal)	Kegiatan bakti social minimal 2 kali alam setahun	100 %
	f. Pembagian kalender dan majalah kepada pelanggan	Kalender dan majalah terdistribusi semua baik kepada pelanggan maupun tamu rs	100%
	g. Pemasangan spanduk pada saat hari-hari besar	Pemasangan spanduk saat hari-hari besar di titik-titik strategis minimal 2 spanduk	100%
	h. Penambahan jumlah gambar/poster layanan kesehatan di lingkungan strategis RS baik RSMS maupun Abyasa	Poster layanan kesehatan/promosi terpasang di titik-titik strategis di RSMS maupun Abyasa	100%
	i. Pemasangan ex banner, mika poster di tempat strategis dan Lift berisi pesan atau iklan layanan kesehatan	Terpasangnya poster/mika/ex banner di lift/lorong dan tempat strategis	100%
	j. Pemasangan kaca film gambar RSMS untuk ruang rawat	Terpasangnya kaca film di ruang – ruang rawat Abyasa	100 %
4.	Kegiatan Tim Promosi pada Seksi Media TV (MARS TV)		
	a. Membuat jadwal siaran di poli dan Ruang Tunggu pasien dengan sosialisasi ke seluruh masyarakat dan karyawan RSMS	Tersusunnya jadwal siaran di poliklinik, ruang tunggu dan TV ruang paviliun	100 %
	b. Highlight otomatis untuk Ruang-Ruang Paviliun dan Ruang Tunggu	Terlaksananya program highlight otomatis TV ruang tunggu, poliklinik dan ruang pavilliun	100 %
	c. Membuat rekaman-rekaman sambutan, pesan, informasi direksi dan unit lain sesuai tema	Tersusunnya rekaman sambutan dan pesan informasi direksi minimal 2 tema	100 %
	d. Membuat rekaman safety briefing untuk semua unit/instalasi yang diperlukan	Tersusunnya rekaman safety briefing minimal 5 unit inti	100 %
5.	Kegiatan seksi media Majalah (Swara Sehat)		
	Menerbitkan majalah 2 kali dalam 1	Majalah swara sehat terbit 2 kali	100 %

No	Kegiatan	Indikator	Target
	tahun	dalam 1 tahun	
	Menentukan Tema setiap Edisi	Tema tiap edisi tersusun dengan baik	100 %
	Menyampaikan ke seluruh Unit kerja untuk dapat berpartisipasi memberikan artikel/informasi	Partisipasi artikel dan informasi dari unit kerja minimal 5 artikel	100 %
	Mendaftarkan majalah ke ISSN untuk legalisasi	Terdaftar majalah swara sehat di ISSN	100 %
	Editing dan Penerbitan Majalah	Editing dan penerbitan majalah tepat waktu	100 %
	Menampilkan Versi e-Book di website RSMS	Versi e-Book tampil di website	100 %
6.	Kegiatan Seksi Media Internet (web dan facebook)		
	a. Update tampilan Website berkala	Update berita tiap bulan	100 %
	b. Up date facebook berkala	Update informasi facebook tiap bulan	100 %

F. JADWAL PELAKSANAAN KEGIATAN

No	Kegiatan	Tahun 2017												Keterangan	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	SDM														
	a. Pelatihan Jurnalis						x								Sesuai jadwal
	b. Pelatihan Broadcasting										x				
	c. Studi Banding tim promosi ke RS Swasta												x		
	d. Sosialisasi promosi RSMS ke unit kerja	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
	e. Pertemuan berkala setiap bulan	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
2.	Edukasi dan informasi														
	a. Administrasi BPJS (PBI/NON PBI), Jamkesda, Umum	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
	b. Ketertiban dan Kepatuhan Pengunjung RS	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
	c. Pengendalian Infeksi (Hand Hygiene, etika batuk, pembatasan pengunjung, larangan kunjungan anak di bawah 8 tahun)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		

No	Kegiatan	Tahun 2017												Keterangan
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
	d. Informasi pelayanan rumah sakit	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	e. Temu pelanggan							x						
3.	Pembuatan media promosi dan kegiatan promosi ke masyarakat													
	a. Sosialisasi promosi pelayanan unggulan & pelayanan lain dengan berbagai jalan : Papan petunjuk, Menu Pelayanan, Poster, Leaflet-leaflet, Baliho Abyasa/RSMS, Branding Ambulance/mobil RSMS dengan cutting stiker, Souvenir (ballpoint, payung, plakat, mug, gantungan kunci, tempat tissue, tempat bolpoint, handuk, tas jinjing, jam dinding, kaos, tas laptop batik, tas punggung), blocknote, Stiker, CD, Pembuatan Kalender dinding/meja	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	b. Pembuatan Billboard di perbatasan Banjarnegara – Wonosobo dan Purbalingga – Pemalang	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	c. Pemberitaan di Media massa (mengisi kolom Radar dan publikasi lain)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	d. Mengisi acara radio (RRI)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	e. Berperan serta dalam kegiatan sosial (operasi katarak gratis,						x						x	

No	Kegiatan	Tahun 2017												Keterangan
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
	pengobatan gratis, cek lab gratis, sunatan massal)													
4	f. Pembagian kalender dan majalah kepada pelanggan	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
5	g. Pemasangan spanduk pada saat hari-hari besar	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
6	h. Penambahan jumlah gambar/poster layanan kesehatan di lingkungan strategis RS baik RSMS maupun Abyasa	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	i. Pemasangan ex banner, mika poster di tempat strategis dan Lift berisi pesan atau iklan layanan kesehatan	x			x				x				x	
	j. Pemasangan kaca film gambar RSMS untuk ruang rawat	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	k. Sosialisasi promosi pelayanan unggulan & pelayanan lain dengan berbagai jalan : Papan petunjuk, Menu Pelayanan, Poster, Leaflet-leaflet, Baliho Abyasa/RSMS, Branding Ambulance/mobil RSMS dengan cutting stiker, Souvenir (ballpoint, payung, plakat, mug, gantungan kunci, tempat tissue, tempat bolpoint, handuk, tas jinjing, jam dinding, kaos, tas laptop batik, tas punggung), blocknote, Stiker,	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	

No	Kegiatan	Tahun 2017												Keterangan	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
	CD, Pembuatan Kalender dinding/meja														

G. EVALUASI PELAKSANAAN KEGIATAN DAN PELAPORAN

Evaluasi program ini dilakukan setiap satu bulan sekali dengan melihat pencapaian kegiatan yang dilaksanakan bulan sebelumnya. Untuk menunjang kegiatan tersebut dilakukan rapat bulanan untuk evaluasi.

H. PENCATATAN, PELAPORAN DAN EVALUASI KEGIATAN

Pelaporan atas pelaksanaan kegiatan program disampaikan berupa :

a. Laporan Bulanan

Sebagai laporan internal yang merupakan rekapitulasi hasil kerja tim promosi yang disampaikan kepada bagian Umum

b. Laporan Tahunan

Sebagai laporan internal yang merupakan rekapitulasi hasil kerja Tim Promosi yang disampaikan kepada Bagian Umum

I. PENUTUP

Dengan adanya program kerja tim Promosi tahun 2017 diharapkan dapat menjadi acuan atau pedoman untuk melakukan perbaikan dalam rangka peningkatan pelayanan informasi dan edukasi masyarakat dalam hal kegiatan promosi di Rumah Sakit Umum Daerah Prof. Dr. Margono Soekarjo Purwokerto.

Purwokerto, Desember 2016
Ketua Tim Promosi



Parsono, SE
NIP. 19611023 198403 1 003