

Hubungan antara Promosi melalui Media Sosial dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu

Eni Kurniawati^{1*}, Fahtia Nur Rosyida¹, Deni Imam Maghfur²

¹Program Studi S1 Administrasi Rumah Sakit, STIKES Muhammadiyah Bojonegoro

²Program Studi D3 Perkam dan Informasi Kesehatan, STIKES Muhammadiyah Bojonegoro

ABSTRACT

Background: Cepu Hospital conducts promotional activities through social media. Based on preliminary studies, the promotional activities carried out have not been effective, so that public knowledge about the hospital is still lacking, especially in new poly health services. **Objective:** to analyze the relationship between promotion through social media with visitors knowledge level about new poly health services at Cepu Hospital. **Methods:** quantitative with cross sectional analytic study. Sampling technique using accidental sampling as many as 91 respondents, namely outpatients visitors to the heart clinic, urology clinic, skin & sex clinic, and medical rehabilitation clinic. Data collection using a closed questionnaire, and processed using the spearman rho test analysis. **Results:** Sig value. (2-tailed) = 0.000 < α (0.05) with a correlation coefficient value off 0.446 (sufficient) and a positive correlation direction, the H₁ is accepted. **Conclusion:** there is a relationship between promotion through social media with the level of knowledge of visitors about new poly health services at Cepu Hospital.

Keywords: Promotion, Social Media, Knowledge Level, Hospital.

ABSTRAK

Latar Belakang : Hubungan antara Promosi Melalui Media Sosial dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu. **Latar Belakang :** Rumah Sakit Cepu melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. Berdasarkan studi pendahuluan kegiatan promosi yang dilakukan belum efektif, sehingga pengetahuan masyarakat tentang Rumah Sakit Cepu masih kurang, khususnya pada layanan kesehatan poli baru. **Tujuan :** Menganalisis Hubungan antara Promosi Melalui Media Sosial dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu. **Metode :** Kuantitatif dengan studi analitik *cross sectional*. Teknik sampling menggunakan *accidental sampling* sebanyak 91 responden yaitu pengunjung rawat jalan poli jantung, poli urologi, poli kulit & kelamin, serta poli rehabilitasi medik. Pengambilan data menggunakan kuesioner tertutup, dan diolah menggunakan analisis uji *spearman rho*. **Hasil :** nilai Sig. (2-tailed) = 0,000 < α (0,05) dengan nilai *correlation coefficient* sebesar 0,446 (cukup) dan arah korelasi positif, maka H₁ diterima. **Kesimpulan :** Terdapat hubungan antara Promosi melalui Media Sosial dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu.

Kata Kunci : Promosi, Media Sosial, Tingkat Pengetahuan, Rumah Sakit.

Korespondensi : Eni Kurniawati, Stikes Muhammadiyah Bojonegoro, Jl. Ahmad Yani No. 14, Bojonegoro, Jawa Timur, stikesmuhbjngr@gmail.com

PENDAHULUAN

Kesehatan sangat penting bagi kehidupan, sebab dengan tubuh yang sehat orang dapat beraktivitas. Menurut PERMENKES Nomor 3 tahun 2020 pasal 1, Rumah Sakit merupakan sarana pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat. Layanan kesehatan dapat mempengaruhi kesehatan karena menjadi penentu dalam pengobatan, pemulihan, pencegahan penyakit dan perawatan bagi masyarakat yang membutuhkan layanan kesehatan (Sabarudin, *et.al.*, 2020). Informasi dan pengetahuan terkait layanan kesehatan sangat dibutuhkan sebagai upaya peningkatan kesehatan oleh setiap individu. Rumah Sakit Cepu memberikan informasi terkait layanan kesehatan melalui kegiatan pemasaran yaitu promosi baik secara langsung (penyuluhan) maupun tidak langsung (media sosial). Fakta yang terjadi bahwa kegiatan promosi yang dilakukan belum efektif, sehingga pengetahuan masyarakat terkait Rumah Sakit Cepu masih kurang, khususnya pada layanan kesehatan poli baru antara lain : poli jantung, poli urologi, poli kulit dan kelamin, poli rehabilitasi medik.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan pengunjung di bagian rawat jalan Rumah Sakit Cepu pada 23 Desember 2022. Dapat diketahui bahwa 8 dari 10 pengunjung rawat jalan mengatakan belum mengetahui keseluruhan layanan kesehatan yang ada di Rumah Sakit Cepu seperti adanya poli baru yakni poli jantung, poli urologi, poli kulit dan kelamin, poli rehabilitasi medik. Informasi yang diperoleh responden terkait layanan kesehatan yang ada di Rumah Sakit Cepu dari berbagai macam sumber.

Tabel 1.1 Hasil wawancara dengan 10 pengunjung rawat jalan tentang sumber informasi yang diperoleh terkait pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Cepu bulan Desember 2022.

No	Sumber Informasi	Jumlah Pengunjung
1	Media Sosial	2
2	Keluarga	2
3	Rumah Sakit/Puskesmas Tempat Periksa Sebelumnya	6
Total Pengunjung		10

Pengunjung yang mengetahui atau memperoleh informasi seputar layanan kesehatan dari keluarga dan tempat periksa sebelumnya (Rumah Sakit/Puskesmas rujukan) kesulitan untuk mengetahui fakta (seperti terdapat poli baru) dan minim informasi terkait layanan kesehatan pada Rumah Sakit Cepu.

Pengetahuan setiap individu dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya penyebaran informasi (Sanifah, 2018). Informasi yang telah diberikan oleh Rumah Sakit Cepu melalui kegiatan promosi pada media sosial diharapkan bisa diketahui dan dijangkau oleh masyarakat secara luas dan menyeluruh diberbagai wilayah, namun hal tersebut belum tersampaikan secara menyeluruh kepada pengunjung Rumah Sakit Cepu. Berdasarkan hasil wawancara kepada petugas di bagian pemasaran Rumah Sakit Cepu, terdapat faktor yang menyebabkan masalah tersebut antara lain : terjadi rangkap jabatan sehingga waktu yang digunakan terbatas atau kurang efektif, akibatnya media pemasaran kurang terupdate. Jika hal tersebut dibiarkan maka bisa berdampak buruk kepada Rumah Sakit.

Pemanfaatan sistem teknologi informasi seperti media sosial di era digitalisasi ini menjadi trend dalam komunikasi pemasaran, oleh karena itu rumah sakit perlu meningkatkan promosi melalui media sosial sehingga dapat membantu masyarakat untuk mengetahui berbagai informasi kesehatan seperti pada layanan kesehatan yang dibutuhkan di Rumah Sakit Cepu (Lukito dan Fahmi D, 2020). Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti ingin

melakukan suatu penelitian dan tertarik untuk mengambil judul **“Hubungan antara Promosi melalui Media Sosial dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu”**.

BAHAN DAN METODE

Desain dan Subjek

Desain penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif analitik dengan menggunakan pendekatan *Cross Sectional*. Menurut Nursalam (2020), pendekatan *Cross Sectional* merupakan suatu penelitian dimana variabel independen dan variabel dependen dikumpulkan dan dievaluasi secara bersamaan dalam satu waktu tertentu, sehingga peneliti tidak melakukan penyelidikan lebih lanjut setelah observasi.

Waktu penelitian bulan Desember 2022 hingga bulan Agustus 2023 di Poli Jantung, Poli Urologi, Poli Kulit dan Kelamin, Poli Rehabilitasi Medik Rumah Sakit Cepu. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung di Poli Jantung, Poli Urologi, Poli Kulit dan Kelamin, Poli Rehabilitasi Medik Rumah Sakit Cepu pada bulan November - Desember 2022 berjumlah 2.044 orang, dengan jumlah sampel 91 orang. Sampel penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *Incidental sampling*, dengan kriteria inklusi pengunjung Rawat jalan dalam keadaan sadar, berusia 17-65 tahun, yang berkunjung ke Poli Jantung,

Poli Urologi, Poli Kulit dan Kelamin, Poli Rehabilitasi Medik, memiliki akun media sosial aktif, bersedia menjadi responden penelitian. Sedangkan kriteria eksklusi yaitu pengunjung Rawat jalan yang memenuhi kriteria inklusi tetapi menolak menjadi responden dalam penelitian.

Pengumpulan dan Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel independen berupa promosi melalui media sosial dan variabel dependen berupa tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru. Cara mengukur promosi melalui media sosial menggunakan indikator cakupan promosi, volume pembaharuan di media, dan kualitas komunikasi, dengan kriteria sangat tidak efektif, tidak efektif, cukup efektif dan sangat efektif. Sedangkan untuk mengukur tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru menggunakan indikator tahu dan memahami, dengan kriteria baik, cukup, dan kurang. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup.

Analisis Data

Analisa data merupakan salah satu tahapan penelitian yang sangat penting yang harus dikerjakan serta dilalui oleh peneliti (Swarjana, 2015). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa metode analisis uji *spearman rho* dengan menggunakan program *Statistical Package For Social Sciences* (SPSS). Menurut Swarjana (2015) uji *spearman rho* digunakan sebagai alternatif dari uji korelasi pearson r atau untuk mengetahui korelasi.

HASIL

1. Karakteristik subjek penelitian

Tabel 1. Karakteristik subjek penelitian

Karakteristik Responden	Frekuensi	Presentase (%)	
Jenis Kelamin	Laki-laki	32	35,2%
	Perempuan	59	64,8%
Usia	17-25 tahun	22	24,2%
	26-45 tahun	49	53,9%
	46-65 tahun	20	21,9%
Pendidikan	SD	6	6,6%
	SMP	17	18,7%
	SMA	53	58,2%
	Sarjana	15	16,5%
Poli yang dituju	Poli Jantung	20	21,9%
	Poli Urologi	10	10,9%
	Poli Kulit dan Kelamin	31	34,3%
	Poli Rehabilitasi Medik	30	32,9%

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa dari total sampel berjumlah 91 responden sebagian besar subjek penelitian memiliki karakteristik berdasarkan jenis kelamin perempuan sebanyak 59 responden, memiliki usia dari 26-45 tahun sebanyak 49 responden, pendidikan pada lulusan SMA sebanyak 53 responden, dan berkunjung ke poli kulit dan kelamin sebanyak 31 responden.

2. Identifikasi Promosi melalui Media Sosial di Rumah Sakit Cepu

Tabel 2. Distribusi Promosi melalui Media Sosial di Rumah Sakit Cepu Tahun 2023

Kriteria	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Efektif	36	39,6%
Cukup Efektif	30	33,0%
Tidak Efektif	21	23,1%
Sangat Tidak Efektif	4	4,4%
Total	91	100%

Berdasarkan tabel 2, Identifikasi promosi melalui media sosial di Rumah Sakit Cepu menggunakan kuesioner tertutup yang terdiri dari 12 pertanyaan. Promosi melalui media sosial di Rumah Sakit Cepu dari 91 responden diketahui paling tinggi sebesar 39,6% promosi melalui media sosial sangat efektif, dan paling rendah sebesar 4,4% promosi melalui media sosial sangat tidak efektif, Sedangkan dua yang lain menunjukkan 33,0% promosi melalui media sosial cukup efektif dan 23,1% promosi melalui media sosial tidak efektif.

3. Identifikasi Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu

Tabel 3. Distribusi Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu Tahun 2023

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Baik	29	31,9%
Cukup	34	37,4%
Kurang	28	30,8%
Total	91	100%

Berdasarkan tabel 3, Identifikasi tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru di Rumah Sakit Cepu menggunakan kuesioner tertutup yang terdiri dari 12 pertanyaan. Tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru dari 91 responden diketahui paling rendah pada kriteria “kurang” sebesar 30,8% atau 28 responden. Paling tinggi pada kriteria “cukup” sebesar 37,4% atau 34 responden dan pada kriteria “baik” sebesar 31,9% atau 29 responden.

4. Analisis Hubungan antaran Promosi Melalui Media Sosial dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rmah Sakit Cepu

Tabel 4. Hasil Uji Statistik *Spearman Rho* Hubungan antara Promosi melalui Media Sosial dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu Tahun 2023

	Sig. (2-tailed)	Correlation Coefficient
Promosi melalui Media Sosial Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru	0,000	0,446

Hubungan antara satu variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) dapat diketahui dengan uji statistik *spearman rho*. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis penelitian diterima atau berkorelasi. Berdasarkan tabel 4 analisis data menggunakan uji statistik *spearman rho* dan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS didapatkan nilai *Sig. (2-tailed)* = $0,000 < \alpha$ (0,05) artinya H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara promosi melalui media sosial dengan tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru di Rumah Sakit Cepu, dengan *correlation coefficient* 0,446 (cukup) dan arah korelasi positif. Artinya, semakin efektif promosi melalui media sosial maka tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru semakin baik.

BAHASAN

1. Identifikasi Promosi Melalui Media Sosial di Rumah Sakit Cepu

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan di poli rawat jalan Rumah Sakit Cepu diketahui sebagian besar berada pada kriteria “sangat efektif” yaitu sebesar 39,6% atau 36 responden, akan tetapi masih terdapat 4,4% atau 4 responden yang menyatakan penilaian promosi melalui media sosial pada kategori “sangat tidak efektif”. Hal tersebut ditunjukkan pada indikator cakupan promosi sebagian besar sejumlah 89 atau 97,8% responden mengatakan media sosial efektif untuk kegiatan promosi. Pada indikator cakupan promosi, juga terdapat paling sedikit sebesar 21,9% atau 20 responden yang mengatakan tidak mengikuti semua media sosial milik Rumah Sakit Cepu.

Kegiatan promosi memiliki 3 indikator yaitu cakupan promosi, volume pembaharuan di media dan kualitas komunikasi (Lukito dan Fahmi D, 2020). Kegiatan promosi digunakan untuk pertukaran informasi antara Rumah Sakit dengan masyarakat untuk memperkenalkan produk barang atau jasa yang dimiliki. Rumah Sakit yang mengkomunikasikan informasi secara tidak efektif kepada publik, maka akan mempengaruhi pilihan pelanggan dalam menentukan Rumah Sakit (Rahman, 2020).

Berdasarkan fakta dan teori Rumah Sakit Cepu sudah melakukan kegiatan pemasaran dengan sangat efektif.

Hal tersebut ditunjukkan dari hasil kuesioner pada indikator cakupan promosi yang memiliki skor tinggi terutama tentang media sosial efektif untuk kegiatan promosi, sehingga dengan adanya promosi melalui media sosial dapat membantu Rumah Sakit untuk memasarkan produk barang atau jasa kepada publik atau masyarakat diberbagai wilayah. Hal tersebut sudah sesuai dengan teori Rahman (2020) yang menyatakan bahwa kegiatan promosi digunakan untuk pertukaran informasi antara Rumah Sakit dengan masyarakat untuk memperkenalkan produk barang atau jasa yang dimiliki, dengan tujuan untuk menarik pembeli. Meskipun promosi melalui media sosial sudah sangat efektif namun masih terdapat aspek keterbatasan, hal tersebut diketahui dari hasil kuesioner yang menunjukkan hanya terdapat 20 responden yang mengikuti semua media sosial milik Rumah Sakit Cepu. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan hal tersebut terjadi seperti untuk dapat mengakses berbagai informasi melalui media sosial dibutuhkan jaringan internet; dibutuhkan akun media sosial aktif untuk dapat mengakses informasi; dan tidak semua pengunjung ataupun responden dapat mengaplikasikan media sosial; sehingga menjadikan pesan dalam media sosial tidak tersampaikan kepada responden dengan baik yang mengakibatkan responden tidak mengetahui kegiatan promosi yang diberikan Rumah Sakit Cepu melalui media sosial.

2. Identifikasi Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di Rumah Sakit Cepu yang terdiri dari beberapa indikator yaitu tahu dan memahami, tingkat pengetahuan tentang layanan kesehatan poli baru di Rumah Sakit Cepu diketahui sebagian besar berada pada kategori “cukup” yaitu sebesar 37,4% atau 34 responden, akan tetapi masih terdapat 30,8% atau 28 responden yang tingkat pengetahuan tentang layanan kesehatan poli baru berada pada kategori “kurang”. Hal tersebut ditunjukkan pada indikator tahu dengan skor tertinggi sejumlah 79 atau 86,8% responden yang mengatakan mengetahui bahwa Rumah Sakit Cepu memberikan layanan kesehatan rehabilitasi medik. Selain itu, pada indikator tahu juga memiliki skor terendah sejumlah 36 atau 39,6% responden yang mengatakan mengetahui bahwa Rumah Sakit Cepu memiliki poli kulit dan kelamin.

Pengetahuan dapat diartikan sebagai hasil dari mengetahui apa yang terjadi setelah objek tertentu dipersepsi melalui panca indera manusia seperti indera penglihatan, pendengaran, penciuman, pengecap dan sentuhan (Notoatmodjo, 2018). Informasi memegang penting dalam membentuk perilaku. Perilaku yang berakar pada pengetahuan cenderung bertahan lama daripada perilaku yang tidak memiliki dasar pengetahuan (Rachmawati, 2019).

Berdasarkan fakta dan teori tingkat pengetahuan pengunjung rawat jalan tentang layanan kesehatan poli baru di Rumah Sakit Cepu berada pada kategori “cukup”. Hal tersebut terjadi karena terdapat faktor lain yang lebih kuat dari pengetahuan seperti pendidikan, sosial budaya, pengalaman, lingkungan dan usia. Pengunjung kesulitan dalam memahami istilah medis karena pengunjung tersebut memiliki tingkat pendidikan rendah seperti pada lulusan SD dan SMP, dan terdapat pengunjung yang gagap teknologi khususnya pada kategori lanjut usia pengunjung tersebut hanya mengandalkan cerita dari pihak keluarga yang menjadikan informasi yang diterima kurang akurat. Hal tersebut sudah sesuai dengan teori Sanifah (2018) seseorang yang memiliki tingkat pendidikan rendah, namun jika mendapatkan informasi yang baik maka dapat menambah pengetahuan, karena informasi memegang peranan penting dalam membentuk perilaku (Rachmawati, 2020).

3. Analisis Hubungan antara Promosi Melalui Media Sosial dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung tentang Layanan Kesehatan Poli Baru di Rumah Sakit Cepu

Berdasarkan analisis data dengan uji spearman rho, diperoleh hasil penelitian bahwa ada hubungan antara promosi melalui media sosial dengan tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru di Rumah Sakit Cepu

yang ditunjukkan oleh nilai Sig. (2-tailed) = 0,000 < α (0,05) dengan correlation coefficient sebesar 0,446 atau dalam kategori cukup. Hal tersebut memiliki arti semakin efektif kegiatan promosi melalui media sosial maka tingkat pengetahuan pengunjung terkait layanan kesehatan poli baru akan meningkat. Data menunjukkan sejumlah 36 responden mengatakan promosi melalui media sosial sangat efektif, didapatkan 20 atau 39,6% responden memiliki tingkat pengetahuan baik tentang layanan kesehatan poli baru di Rumah Sakit Cepu. Namun disisi lain terdapat 4 responden yang mengatakan promosi melalui media sosial sangat tidak efektif, didapatkan 0 responden atau 0,0% responden memiliki tingkat pengetahuan baik tentang layanan kesehatan poli baru di Rumah Sakit Cepu.

Menurut Sanifah (2018) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan manusia antara lain : pendidikan, penyebaran informasi, pengalaman, sosial budaya, lingkungan dan usia. Informasi dapat disebarluaskan melalui kegiatan promosi. Penyebaran informasi ini merupakan faktor penting karena dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan dari seseorang.

Berdasarkan fakta dan teori menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara promosi melalui media sosial dengan tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru di Rumah Sakit Cepu, dimana dengan adanya

promosi sebagai sarana untuk penyampaian informasi mengenai layanan kesehatan di Rumah Sakit ataupun informasi kesehatan lain tentu hal tersebut dapat menambah wawasan masyarakat. Masyarakat akan mendapatkan informasi yang akurat dari media sosial milik Rumah Sakit Cepu sehingga hal tersebut dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan mereka dalam menentukan Rumah Sakit seperti Rumah Sakit Cepu untuk memperoleh layanan kesehatan. Hal tersebut sudah sesuai dengan teori Sanifah (2018) bahwa informasi merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan pengetahuan seseorang. Semakin efektif promosi yang dilakukan oleh Rumah Sakit Cepu maka tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru akan meningkat, sehingga masyarakat bisa lebih meningkatkan pola hidup sehat serta dapat menangani berbagai masalah kesehatan individu secara mandiri.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Rumah Sakit Cepu dapat disimpulkan bahwa, identifikasi promosi melalui media sosial di Rumah Sakit Cepu dapat diketahui bahwa sebesar pada kriteria sangat efektif, tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan kesehatan poli baru berada pada kriteria cukup, serta dari hasil uji *spearman rho* terdapat hubungan yang signifikan antara promosi melalui media sosial dengan tingkat pengetahuan pengunjung tentang layanan

kesehatan poli baru di Rumah Sakit Cepu dengan arah korelasi positif.

Saran bagi Rumah Sakit Cepu perlu meningkatkan kegiatan promosi terutama pada media sosial, agar informasi yang diberikan dapat dijangkau secara luas diberbagai daerah. Rumah sakit juga bisa meningkatkan kegiatan promosi melalui pemasaran *offline* seperti brosur, poster, dan lainnya agar masyarakat lebih jelas untuk mengetahui informasi yang diberikan oleh Rumah Sakit dengan akurat. Saran bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan serta mengguakan teori lain agar lebih relevan dengan promosi dan tingkat pengetahuan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti ucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu penguji dan pembimbing yang telah memberikan masukan dan saran. Orang tua, serta semua pihak yang terlibat dalam penelitian yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti sehingga Skripsi ini dapat dibuat dan diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Lukito, W. e. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga ortuseight pada masyarakat tanjung morawa. *ARBITRASE : Journal of Economics and Accounting*, 90-95.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nursalam. (2020). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Pemerintah Indonesia. (2020). *PERMENKES No 03 Tahun 2020 tentang klasifikasi dan perizinan Rumah Sakit*. Sekretariat Negara : Jakarta.
- Rachmawati, W. (2019). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Malang: Wineka Media.
- Rahman, M. (2020). *Pemasaran Jasa Rumah Sakit*. Kabupaten Gowa: Alauddin University Press.
- Sabarudin, Mahmudah, R., Ruslin, Aba, L., Nggawu, L. O., Syahbudin, et al. (2020). Epektifitas Pemberian Edukasi Secaa Online Melalui Media Video Dan Leaflet Terhadap Tingkat Pengetahuan Pencegahan Covid-19 Di Kota Baubau. *jurnal farmasi genetika : galenika journal of pharmacy (e-journal)* 6(2), 309-318.
- Sanifah, L. J. (2018). *Hubungan Tingkat Pengetahuan Dengan Sikap Keluarga Tentang Perawatan Activities Daily Living (ADL) Pada Lansia*. Jombang: Skripsi.
- Swarjana, I. K. (2015). *Metodologi Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.