

## Pengaruh Promosi Klinik Lelaki Terhadap Antusias Masyarakat Untuk Melakukan Pemeriksaan Kesehatan

<sup>1</sup> Nina Soejoto

<sup>1</sup> Program Studi Administrasi Rumah Sakit, Politeknik PIKSI Ganesha

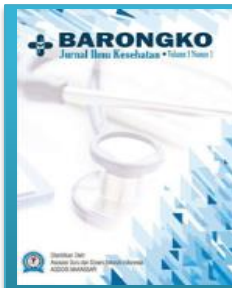
### Abstract

Promotion is one part of a series of marketing activities for a good/service. Promotion is not only a communication tool between companies and consumers, but is also a tool to influence consumers in purchasing activities or using services according to their desires and needs. This research aims to determine the influence of men's clinic promotions on people's enthusiasm for carrying out health checks. The research method used is a qualitative method with unpatterned research. Because it is patterned, you can use this design to help in research. From the research results, it can be concluded that the current health problem in Indonesia is that millennials still have low awareness about using social media as a health promotion tool. The author gives a suggestion that in the future it is hoped that in the future the clinic will further increase the promotions that have been carried out so that the public is more aware of men's clinics and the public is more aware of the dangers of male reproductive health and how to overcome them.

**Keywords:** Promotion, Men's Clinic, Community Enthusiastic, Health Check

### Abstrak

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang/jasa. Promosi bukan saja sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, tetapi juga merupakan alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi Klinik Lelaki Terhadap Antusias Masyarakat Untuk Melakukan Pemeriksaan Kesehatan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan penelitian yang tidak berpola. Karena berpola, bisa menggunakan desain ini untuk membantu dalam penelitian. Dari hasil



# Barongko

## Jurnal Ilmu Kesehatan

penelitian, dapat disimpulkan bahwa Permasalahan kesehatan di Indonesia saat ini yaitu masih rendahnya kesadaran kaum milenial tentang menggunakan media sosial sebagai alat promosi kesehatan. Penulis memberikan saran yaitu diharapkan kedepannya klinik lebih meningkatkan lagi promosi yang sudah dilakukan agar masyarakat lebih mengenal klinik lelaki dan masyarakat lebih waspada terhadap kesehatan reproduksi pria tentang bahaya dan bagaimana cara menanggulangnya.

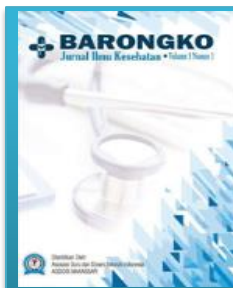
**Kata Kunci:** Promosi, Klinik Lelaki, Antusias Masyarakat, Pemeriksaan Kesehatan

Korespondensi : Nina Soejoto

Email : [ninasoejoto@yahoo.co.id](mailto:ninasoejoto@yahoo.co.id)

### I. PENDAHULUAN

Constitution of the World Health Organization tahun 1946 mendefinisikan kesehatan sebagai suatu kondisi fisik, mental dan kesejahteraan sosial yang lengkap, bukan hanya sekadar tidak adanya penyakit (WHO, 2014). Kondisi sehat merupakan bagian dari hak asasi dari individu dan perwujudannya dijamin oleh negara melalui penyelenggaraan pembangunan kesehatan yang berkualitas dan terjangkau. Di Indonesia, upaya negara dalam melindungi hak kesehatan bagi penduduk tertuang dalam Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28H ayat (1) yang menyebutkan bahwa setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan. Undang-Undang (UU) Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan juga menyebutkan bahwa setiap individu memiliki hak yang sama dalam memperoleh akses terhadap sumber daya kesehatan dan memperoleh pelayanan kesehatan yang aman, bermutu dan terjangkau. UU tersebut juga menegaskan jika negara menjamin hak atas hidup sehat bagi seluruh penduduk termasuk bagi masyarakat miskin dan tidak mampu. (Badan Pusat Statika, 2021).

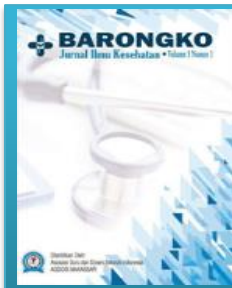


# *Barongko*

## *Jurnal Ilmu Kesehatan*

World Health Organization (WHO) menyebutkan bahwa tingkat kesehatan individu dapat dipengaruhi oleh kondisi sosial dan ekonomi sepanjang hidup, seperti status ekonomi, pendidikan, pekerjaan, kualitas rumah dan lingkungan, akses terhadap fasilitas kesehatan dan gaya hidup (WHO, 2003). Pada tahun 2021, persentase keseluruhan penduduk yang mempunyai keluhan kesehatan dalam sebulan terakhir sebesar 27,23 persen. (Badan Pusat Statika, 2021). Dari data tersebut, pada tahun 2021, laki-laki memiliki mengalami keluhan kesehatan sebesar 26,15% dengan 39,92% melakukan berobat jalan, dan di tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2020 laki-laki memiliki mengalami keluhan kesehatan sebesar 29,29% dengan 44,42% melakukan berobat jalan. Dapat disimpulkan bahwa, dari tahun 2020 ke tahun 2021 laki-laki dengan keluhan kesehatan dan melakukan berobat jalan, menurun sekitar 5%, hal ini tentunya belum bisa dikatakan sebagai penurunan yang signifikan. (Badan Pusat Statistik, 2020). Angka keluhan kesehatan bisa dibantu diturunkan oleh pemeriksaan kesehatan yang bisa dilakukan secara rutin. Pemeriksaan kesehatan secara rutin atau medical check-up adalah salah satu langkah yang penting dilakukan untuk menjaga kondisi tubuh. Dengan melakukan pemeriksaan kesehatan secara rutin dapat membantu untuk mendeteksi suatu hal secara dini, sehingga penyakit tersebut dapat penyakit dan proses penyembuhannya lebih cepat. (Universitas Indonesia, 2020). Masyarakat tentunya akan memeriksakan kesehatannya pada klinik terdekat atau klinik yang memang sudah dipercayai. Idealnya, sebuah klinik tentunya perlu melakukan promosi kesehatan yang nantinya membuat masyarakat antusias untuk melakukan pemeriksaan Kesehatan.

Konferensi Internasional Promosi Kesehatan Di Ottawa-Canada, menyatakan bahwa Promosi Kesehatan adalah upaya yang dilakukan terhadap masyarakat sehingga mereka mau dan mampu untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan mereka sendiri. Batasan promosi kesehatan ini mencakup 2 dimensi yaitu kemauan dan kemampuan. Sehingga tujuan dari Promosi Kesehatan itu sendiri adalah memampukan masyarakat dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan mereka dan menciptakan suatu keadaan,



# *Barongko*

## *Jurnal Ilmu Kesehatan*

yakni perilaku dan lingkungan yang kondusif bagi kesehatan. (Universitas Indonesia, 2020).

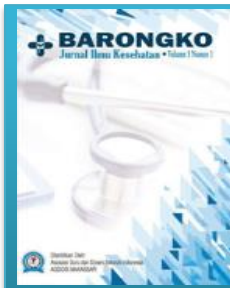
Di Indonesia terdapat klinik yang khusus ditujukan untuk lelaki, salah satunya adalah Klinik Lelaki Indonesia. Klinik Lelaki Indonesia merupakan salah satu klinik spesialis yang terletak di kota Bandung Provinsi Jawa Barat. Klinik ini memberikan pelayanan di bidang kesehatan ahli dalam pengobatan serta mengatasi penyakit Impotensi/Impoten dan Ejakulasi dini pada pria.

Dari pengamatan yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan praktik kerja lapangan di Klinik Lelaki Indonesia mengenai pengaruh promosi Klinik Lelaki terhadap antusias masyarakat untuk melakukan pemeriksaan kesehatan masih rendah, hal ini bisa dilihat dari data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik mengenai data angka keluhan kesehatan dan berobat jalan tahun 2020 ke tahun 2021 laki – laki dengan keluhan kesehatan dan melakukan berobat hanya menurun 5% dan belum bisa dikatakan sebagai penurunan yang signifikan serta promosi klinik yang masih kurang.

Menurut Tjiptono (2001), promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Kotler (2002), promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya. Menurut Swastha (2002), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

## **II. METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan rancangan penelitian survei analitik dengan menggunakan pendekatan cross sectional, yaitu jenis penelitian tiap subjek penelitian hanya sekali saja dan pengukuran dilakukan



# *Barongko*

## *Jurnal Ilmu Kesehatan*

terhadap status karakter atau variabel subjek pada saat pemeriksaan. Penelitian ini dilaksanakan pada puskesmas di makassar. Data ini diperoleh melalui kuesioner yang memuat pertanyaan-pertanyaan tentang pengetahuan, sikap dan skill/oservasi perawat terhadap Penerapan Standar Prosedur Operasional. Pengumpulan data dilakukan secara langsung terhadap responden dengan menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis dengan komputerisasi.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Seorang sarjana kesehatan masyarakat dapat melakukan kegiatan promosi kesehatan pada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran pola hidup sehat dalam kehidupan sehari-hari melalui media Twitter, Facebook, Instagram, Youtube yang berisi konten kesehatan berupa foto, video, dan poster.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bias dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Permasalahan kesehatan di Indonesia saat ini yaitu masih rendahnya kesadaran kaum milenial tentang menggunakan media sosial sebagai alat promosi kesehatan. Menggunakan digital marketing untuk layanan kesehatan memberikan jangkauan audiens yang lebih luas dan menciptakan branding yang baik dari layanan kesehatan yang diberikan. Dengan pertumbuhan pengguna internet yang luar biasa, Digital marketing diperlukan untuk setiap sektor saat ini. Ada berbagai strategi marketing online yang tersedia untuk dokter dan klinik yang direncanakan dengan baik dengan penelitian yang mendalam. Karena, industri perawatan kesehatan kini hadir dengan teknologi yang lebih baru setiap hari. Hal ini telah menjadi penting untuk membiarkan orang tahu

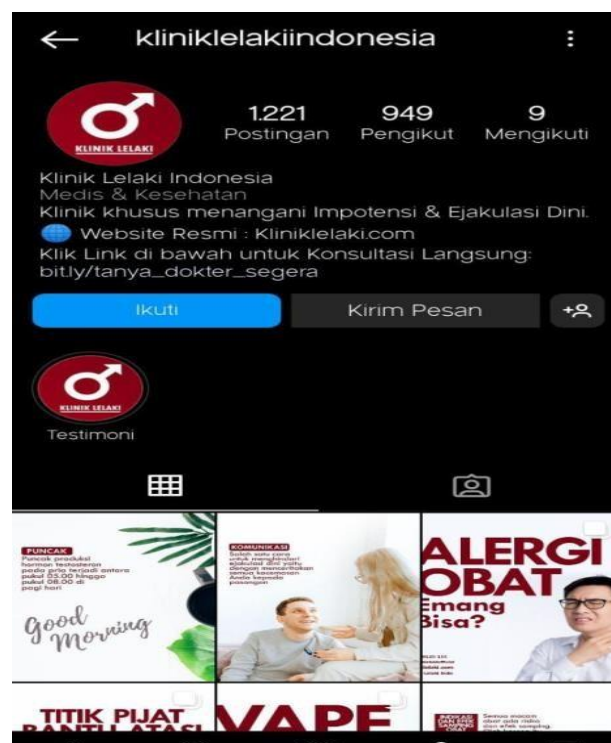
# Barongko

## Jurnal Ilmu Kesehatan

tentang hal itu. Dikarenakan hal diatas, Klinik Lelaki melakukan promosi dengan menggunakan digital marketing seperti :

- a) **Instagram** : Salah satu media sosial yang paling populer di Dunia dan banyak digunakan oleh para pelaku bisnis, perusahaan, pekerja seni atau bahkan seorang profesional. Klinik Lelaki memanfaatkan media ini untuk menampilkan aktifitas sekaligus bisa menjadi bentuk pendekatan kepada pasien atau calon pasien. Semakin intens memposting video atau foto akan meningkatkan jumlah pengikut, dengan banyaknya pengikut bisa menjadi klinik yang populer dan tentunya banyak orang yang akan mencari info tentang kesehatan reproduksi pria.

**Gambar 3.3 .Akun Instagram Klinik Lelaki**  
Sumber Screenshot tampilan Instagram Penulis



- b) **Facebook** : Tidak kalah dengan Instagram, Facebook merupakan media sosial yang paling mudah digunakan oleh masyarakat. Hampir semua pekerja profesional memiliki facebook. Berbagai cara bisa dilakukan di Facebook.

# Barongko

## Jurnal Ilmu Kesehatan

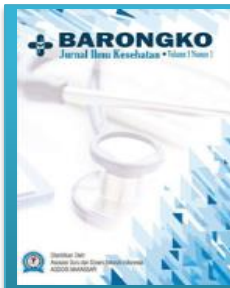
**Gambar 3.4. Akun Facebook Klinik Lelaki**  
Sumber Screensot tampilan Facebook penulis



- c) **TikTok** : Media sosial yang satu ini adalah media baru yang langsung menunjukkan eksistensinya. media sosial ini memiliki retensi tinggi yang tinggi dengan algoritma penyebaran video yang sesuai dengan minat, platform ini juga sebagai media tanya jawab q&a berbasis video dengan tren klinik lelaki dan pasien pun dapat saling membalas video, tiktok sangat digemari bagi kalangan Gen z sampai milenial.

Antusias masyarakat setelah diadakan promosi tersebut diatas cukup baik dan cukup terbantu, apalagi sekarang jarang ada Klinik yang di khususkan untuk lelaki jadi masyarakat bisa lebih menjaga kesehatannya serta dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan reproduksi pada pria.

Pengembangan promosi Klinik Lelaki ini cukup luas tiap tahunnya, semakin bertambah sosmed atau akun yang khusus untuk mempromosikan Klinik Lelaki tersebut.



# *Barongko*

## *Jurnal Ilmu Kesehatan*

Untuk menjadi ahli dalam media social, dibutuhkan pengalaman serta kemauan untuk terus belajar untuk mengasah kreativitas.

Memahami media social mungkin dapat dikatakan tidak selalu mudah karena keadaan media social yang terus berubah dan tidakstabil. Tren juga akan terus datang dan pergi dalam waktu yang tidak bisa diprediksi serta tidak ada formula khusus dalam bermedia.

Awalnya para pegawai khusus di bidang promosi melakukan promosi Klinik Lelaki melalui media social cukup ragu, ragu karena takut tidak mencapai tujuan yang mereka pikirkan, tapi realitanya para pegawai khusus di bidang promosi tersebut bisa mempromosikan Klinik Lelaki cukup meluas.

Jika tidak berhasil, perusahaan dari Klinik Lelaki ini akan tetap mempromosikan Klinik dengan lebih baik dan lebih luas lagi, dan lebih profesional lagi dalam mengerjakan pekerjaannya.

Melayani dan memberi solusi dengan tepat agar pasien tidak merasa kapok dan juga merespon pasien dengan sopan dan ramah, agar pasien merasa nyaman saat berkonsultasi tentang yang dirasakan oleh pasien tersebut.

#### **IV. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil yang didapat melalui wawancara mengenai Pengaruh Promosi Klinik Lelaki Terhadap Antusias Masyarakat Untuk Melakukan Pemeriksaan Kesehatan dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

- 1) Kegiatan promosi kesehatan pada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran pola hidup sehat dalam kehidupan sehari-hari melalui media Twitter, Facebook, Instagram, Youtube yang berisi konten kesehatan berupa foto, video, dan poster. Permasalahan kesehatan di Indonesia saat ini yaitu masih rendahnya kesadaran kaum milenial tentang menggunakan media sosial sebagai alat promosi kesehatan.
- 2) Dengan pertumbuhan pengguna internet yang luar biasa, Digital marketing diperlukan untuk setiap sektor saat ini. Ada berbagai strategi marketing online yang

tersedia untuk dokter dan klinik yang direncanakan dengan baik dengan penelitian yang mendalam.

- 3) Antusias masyarakat setelah diadakan promosi tersebut diatas cukup baik dan cukup terbantu, apalagi sekarang jarang ada Klinik yang di khususkan untuk lelaki jadi masyarakat bisa lebih menjaga kesehatannya serta dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan reproduksi pada pria.
- 4) Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan reproduksi pada pria.
- 5) Pengembangan promosi Klinik Lelaki ini cukup luas tiap tahunnya, semakin bertambah sosmed atau akun yang khusus untuk mempromosikan Klinik Lelaki tersebut.

Untuk menjadi ahli dalam media social, dibutuhkan pengalaman serta kemauan untuk terus belajar untuk mengasah kreativitas.

- 6) Awalnya para pegawai khusus di bidang promosi melakukan promosi Klinik Lelaki melalui media social cukup ragu, ragu karena takut tidak mencapai tujuan yang mereka pikirkan, tapi realitanya para pegawai khusus d bidang promosi tersebut bisa mempromosikan Klinik Lelaki cukup meluas.

### UCAPAN TERIMAKASIH

TIM peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dan tak lupa juga terimakasih kami ucapkan kepada Bapak Direktur beserta teman Dosen yang telah banyak berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian, saran dan motivasi yang luar biasa.

### DAFTAR PUSTAKA

1. Afdhal, M. (2015). Menumbuhkan Kemampuan Berpikir Kritis Matematis dan Antusiasme Belajar Melalui Pendekatan Reciprocal Teaching. Disajikan Dalam Seminar Nasional Matematika Dan, 193–200. <http://seminar.uny.ac.id/semnasmatematika/sites/seminar.uny.ac.id/semnasmatematika/files/banner/PM-29.pdf>
2. Alfiyandi, & Syarfan, L. O. (2016). Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix)



# Barongko

## Jurnal Ilmu Kesehatan

- Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru. Jurnal Valuta, 2(1), 54–65.  
<https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/1141>.
3. Badan Pusat Statika. (2021). Profil Statistik Kesehatan 2021. Badan Pusat Statistik, 148.
  4. Amir, J., Margono, H., Mohammad, W., Windriasih, Y., & Haryono, B. (2023). Implementasi Digital Environment di Universitas IPWIJA dalam Rangka Menghadapi Era Society 5.0. JIMAD : Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(1), 58–66.  
<https://doi.org/10.59585/jimad.v1i1.173>.
  5. Badan Pusat Statistik. (2020). Perempuan dan Laki-Laki di Indonesia. [www.freepik.com](http://www.freepik.com).
  6. B, M., Indrayadi, I., Susanti, R., Fredy Saputra, M., Yuniarti, E., Haedir, H., Yermi, Y., & Israeli, I. (2023). Environmental Sanitation with the Incidence of Helminth Infection. International Journal of Health Sciences, 1(2), 111–118.  
<https://doi.org/10.59585/ijhs.v1i2.60>.
  7. Ci, A. M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Golden City Residence Kota Batam.
  8. Suciati, T. (2018). Meningkatkan Antusiasme Siswa Terhadap Kegiatan Belajar Dan Pembelajaran Di Kelas Melalui Program Literasi Membaca “Tunggu Aku”. INSANIA: Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan, 23(2), 314–326.  
<https://doi.org/10.24090/insania.v23i2.2303>.
  9. Universitas Indonesia. (2020). Perilaku dan Promosi Kesehatan. In Perilaku dan Promosi Kesehatan: Indonesian Journal of Health Promotion and Behavior (Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/10.47034/ppk.v2i1.3973>.
  10. Unonongo, W., & dkk. (2015). Fungsi Promosi dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung di Kota Manado. E-Journal “Acta Diurna,” 4(5).