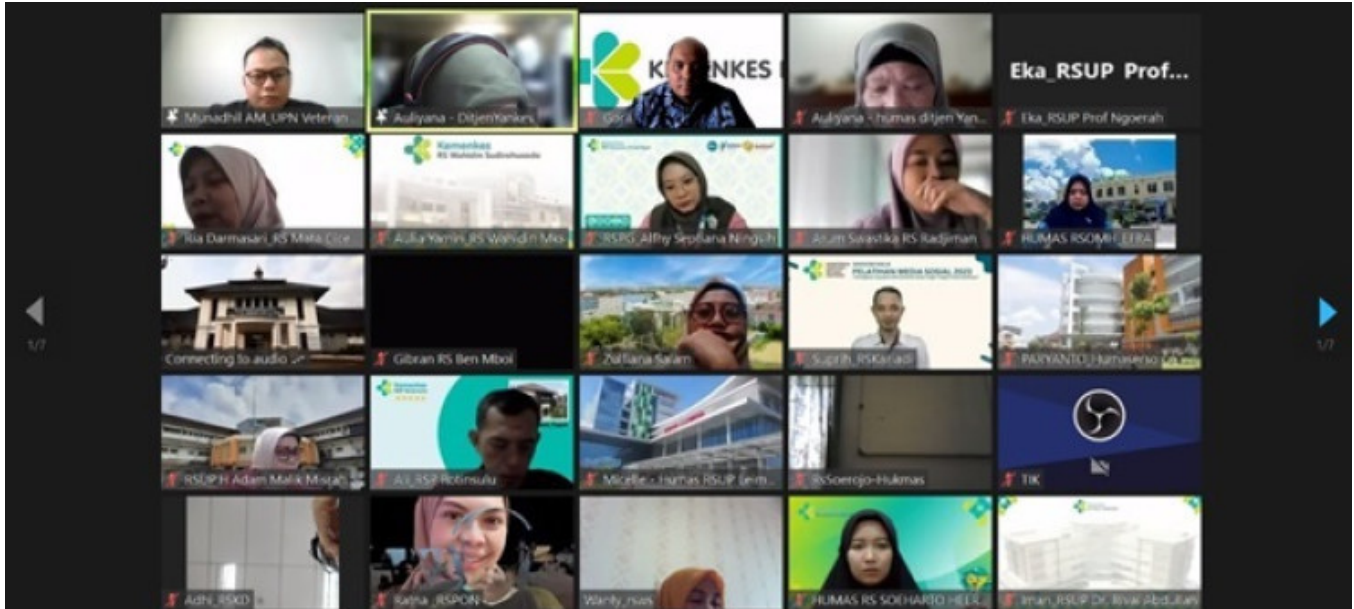


Dosen UPNVJ Beri Pandangan Baru Perihal Teknik Copywriting dan Pemasaran Digital

Sunday, 07 April 2024 10:18 WIB



HumasUPNVJ - Sektor kesehatan menjadi perhatian penting bagi pemerintah untuk mengoptimalkan pelayanan dan penanganan masalah kesehatan kepada masyarakat, yang salah satunya dengan memberikan informasi melalui konsep Komunikasi Pemasaran.

Kementerian Kesehatan menjadi lembaga penyelenggara negara yang bergerak khusus di bidang kesehatan memiliki peran dan andil dalam melakukan koordinasi program kesehatan bersama industri kesehatan seperti rumah sakit, puskesmas, klinik kesehatan, dan lain sebagainya, serta membangun informasi dan komunikasi melalui multiplatform yang bisa diakses dengan mudah oleh masyarakat.

Hal ini disampaikan oleh Radita, dosen jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta (UPNVJ) dalam mengisi materi di program workshop Digital Marketing Kemenkes RI yang diselenggarakan pada Selasa, 26 Maret 2024, melalui Webinar Online Zoom Meeting.

Dalam paparannya, Radita menyampaikan bahwa Kemenkes maupun rumah sakit yang tersebar di berbagai wilayah merupakan instansi yang paling dekat dengan masyarakat dan merupakan garda depan dalam memberikan pelayanan dan kualitas kesehatan bagi masyarakat.

"Bentuk pelayanan yang diberikan rumah sakit pada dasarnya bukan hanya pelayanan dalam bentuk medis, namun juga menjaga kualitas informasi dan pemanfaatan media multiplatform untuk aktivitas pemasaran, karena kegiatan pemasaran yang dilakukan rumah sakit pada dasarnya juga merangkap sebagai pelayanan informasi terbuka kepada masyarakat," ujar Radita.

"Tentu berbeda dengan perusahaan infrastruktur yang menghasilkan produk pada umumnya. Rumah Sakit memiliki peran tersendiri yang memang dibutuhkan oleh masyarakat," lanjutnya.

Sebagai upaya menjamin kualitas informasinya, maka rumah sakit perlu mengoptimalkan kinerja bagian Divisi Humas dan Pemasaran untuk membangun pesan persuasif serta jelas melalui teknis Copywriting-nya.

Radita menyampaikan bahwa Copywriting bukan hanya sebatas kegiatan tulis menulis, namun menciptakan sebuah pesan kreatif dan persuasif serta ringkas, padat dan jelas agar bisa tersampaikan dengan baik ke masyarakat. Copywriting juga digunakan sebagai medium perantara masyarakat dengan instansi rumah sakit.

Tantangan Copywriting untuk iklan rumah sakit berbeda dengan industri produk atau jasa pada umumnya. Peran informasi dan komunikasi melalui iklan bukan hanya sebatas promosi, melainkan juga akses informasi tanpa batas yang dijadikan kebutuhan krusial bagi masyarakat. Sehingga copywriter dalam membuat produk Copy (produk tulisan) harus benar-benar memperhatikan aspek stakeholder, segmen masyarakat dan kebutuhan pelanggan dan pasien, kata Radita.

Webinar ini diselenggarakan Kemenkes RI sebagai upaya meningkatkan kompetensi dan keahlian sumber daya manusia di berbagai sektor rumah sakit pemerintah. Disampaikan oleh Auliana Zahrawani, Humas dari Direktorat



Jenderal Pelayanan Kesehatan (Ditjen Yankes - Kemenkes RI) sekaligus Ketua Penyelenggara Webinar Digital Marketing Kemenkes, bahwa kegiatan ini mengundang peserta perwakilan dari staf atau petugas medis dari Rumah Sakit Pemerintah Pusat maupun Daerah.

"Kegiatan webinar ini sebagai salah satu upaya untuk optimalisasi pelayanan kepada masyarakat melalui SDM yang ada di instansi Rumah Sakit dan Kementerian melalui Digital Marketing," sebut Auliana.

Strategi Pemasaran Digital

Dalam rangka mendukung program kegiatan pemasaran yang dilakukan Kemenkes RI, maka diperlukan sebuah langkah strategis dalam membangun komunikasi serta peningkatan pelayanan prima untuk tenaga Kesehatan. Hal ini disampaikan oleh Munadhil Abdul Muqsith, Ph.D, Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UPNVJ dalam paparannya mengenai Strategi Dalam Digital Marketing.

Disebutkan bahwa seorang pemasar perlu untuk memiliki kemampuan dalam mengakses berbagai platform digital seperti media sosial, ad sense, serta memanfaatkan sarana Web Portal Berita. Rumah Sakit perlu untuk membangun Brand seperti Brand Identity ataupun entity, seperti halnya perusahaan pada umumnya yang membangun brand untuk bisa mempromosikan berbagai keperluan jasa dan sarana Rumah sakit.

Menurut Munadhil, Strategi Digital Marketing menjadi kunci untuk membangun brand dan meningkatkan visibilitas rumah sakit di mata pasien dan masyarakat luas. Ketika membangun branding ataupun re-branding, ia menekankan perlunya menerapkan kembali visi dari rumah sakit terkait pelayanan.

"Jika diidentifikasi sebelumnya, realitas dalam pelayanan rumah sakit di Indonesia dikenal dengan antrean panjang dan lama, kemudian kualitas yang tidak merata, biaya pelayanan mahal, kurangnya komunikasi dan informasi terbuka serta transparan, serta problem etika tenaga kesehatan," tutur Munadhil.

"Oleh karena itu, perlunya Strategi Marketing ini juga membenahi image buruk sebelumnya untuk bertransformasi ke image baru yang lebih baik dan terjaga kualitasnya," sambung dosen yang juga merangkap Ketua Program Studi S2 Ilmu komunikasi tersebut.

Berstrategi dalam komunikasi pemasaran yang utama adalah melalui konten menarik, edukatif, serta informatif. Rumah sakit pada dasarnya juga memerlukan peran influencer, mengingat rumah sakit adalah pelayanan publik, pusat informasi Kesehatan bagi publik, memiliki kepercayaan dan integritas, serta memiliki peran edukasi kepada masyarakat.

Oleh karenanya, divisi Humas dan Pemasaran di rumah Sakitsperlu membangun konten kreatif dan persuasif. "Pengembangan pada digital marketing bukan hanya pada media konvensional, tapi juga melalui media digital serta pengembangan konten masif untuk bisa mendorong kata kunci 'Rumah Sakit' masuk dalam prioritas Search Engine Optimatization (SEO)," ungkap Munadhil.

"Dengan begitu rumah sakit memiliki prioritas dalam mesin pencari informasi medis dari masyarakat," pungkasnya.

(*wit/HumasUPNVJ)

Export tanggal : Sunday, 22 December 2024 Pukul 00:12:22 WIB.

Exported dari [<https://upnvj.ac.id/id/berita/2024/04/dosen-upnvj-beri-pandangan-baru-perihal-teknik-copywriting-dan-pemasaran-digital.html>]
