

LAPORAN AKHIR IMPLEMENTASI PROYEK PERUBAHAN

**STRATEGI DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN
PLAY ON DEMAND BROADCAST / PODCAST
RS BHAYANGKARA MAKASSAR**



Oleh :

**AKBP dr. SYARIF HIDAYATULLAH, Sp.OT., M.Kes
NDH 20220707012342**

Peserta Pelatihan Kepemimpinan Nasional Tingkat II
Angkatan XVIII tahun 2022

**LEMBAGA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN POLRI
PUSAT PENDIDIKAN ADMINISTRASI BANDUNG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN *PLAY ON DEMAND BROADCAST / PODCAST* RS BHAYANGKARA MAKASSAR

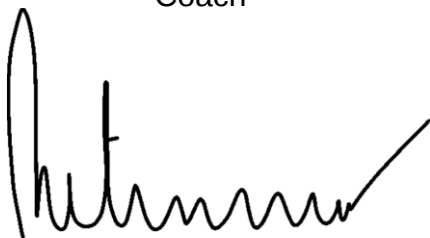
Peserta Diklat

AKBP dr. SYARIF HIDAYATULLAH, Sp.OT., M.Kes

NDH 20220707012342

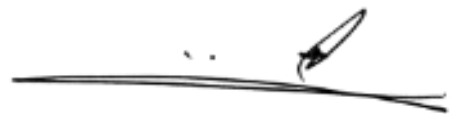
Telah disetujui pada tanggal : 10 November 2022
di Pusdikmin Lemdiklat POLRI Bandung

Coach



Dr. Ir. RETNO SETIJOWATI, M.S.
PEMBINA UTAMA MADYA
NIP 196007301986032004

Mentor



dr. M. MAS'UDI, Sp.S
KOMBES POL NRP 67110448

**Formulir 9A : Format Penilaian Deskriptif Perencanaan Aktualisasi Kepemimpinan
dari Pembimbing (Coach/Mentor)**

Penjelasan Kemampuan Peserta
Dalam Membuat Perencanaan Aktualisasi Kepemimpinan
PKN Tingkat I/PKN Tingkat II/ PKA/ PKP*

Nama Peserta : Syarif Hidayatullah
Instansi : RS. Bhayangkara Makassar
Jabatan : Ahli Madya
Tempat Aktualisasi : RS. Bhayangkara Makassar
Judul Proper : Strategi Digital Marketing Menggunakan Play On
Demande Broadcast / Podcast di RS Bhayangkara Makassar

Saya menilai peserta Pelatihan Struktural tersebut;

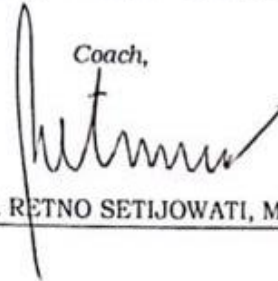
Sangat Mampu/ Mampu/ Kurang Mampu/ Tidak Mampu**

Membuat rancang aktualisasi substansi mata Pelatihan Struktural dalam
menyelesaikan isu yang telah ditetapkan, dengan penjelasan sebagai berikut:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Bandung, 06 September 2022

Coach,



DR. IR. RETNO SETIJOWATI, M.S

*Pilih salah satu yang sesuai

**Coret yang tidak perlu

ABSTRAK

Digital marketing menggunakan teknologi digital dan perangkat yang didukung koneksi internet untuk mencapai target pemasaran atau promosi, Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Faktor utama yang mendukung keberhasilan strategi digital marketing adalah banyaknya pengguna Internet di seluruh dunia. Hampir semua orang sekarang ini juga lebih memilih untuk melakukan transaksi secara digital, apalagi sejak pandemi COVID-19.

Penggunaan digital marketing di rumah sakit sudah menjadi tuntutan akreditasi yang dituangkan dalam suatu pedoman Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS). Promosi Kesehatan Rumah Sakit adalah upaya rumah sakit untuk meningkatkan kemampuan pasien, klien dan kelompok masyarakat sehingga pasien dapat mandiri dalam mempercepat kesembuhan dan rehabilitasinya, mandiri dalam meningkatkan kesehatan, mencegah masalah kesehatan, dan mengembangkan upaya kesehatan melalui pembelajaran sesuai sosial budaya masing-masing.

Promosi kesehatan menggunakan Podcast merupakan salah satu upaya tim Rumah Sakit Bhayangkara Makassar untuk memperkenalkan pelayanan, fasilitas dan pengembangan rumah sakit kepada masyarakat sehingga memberikan pemahaman dan menarik masyarakat untuk datang berobat ke Rumah Sakit Bhayangkara Makassar. Dengan *Podcast* masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi dan edukasi dengan cara mengakses layanan internet via Youtube, dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja serta dapat dengan mudah dievaluasi dan ditingkatkan kekurangan yang ditemukan. Narasumber dapat berasal dari internal rumah sakit seperti dokter, perawat, staf / karyawan; ataupun dari eksternal rumah sakit seperti pasien / keluarga, dinas kesehatan, BPJS dan lain-lain.

Harapan kedepannya kegiatan ini dapat berlangsung terus dan menjadi sumber informasi serta edukasi bagi masyarakat maupun pihak internal rumah sakit agar menjadi bahan / data dalam meningkatkan pelayanan kesehatan rumah sakit

Keyword : *Digital Marketing, Podcast, Promosi Kesehatan Rumah Sakit*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah Subhanallahu Wa Ta'alaa, karena atas berkat Ridho dan KaruniaNya, sehingga kami dapat menyusun Laporan Implementasi Proyek Perubahan dalam rangka mengikuti Pelatihan Kepemimpinan Nasional (PKN II) Angkatan XVIII T.A. 2022 yang diselenggarakan oleh Pusat Pendidikan Administrasi POLRI dan Lembaga Administrasi Negara, Jl. Gedebage Selatan No.98, Cisaranten Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat, dengan judul proyek perubahan **“STRATEGI DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN PLAY ON DEMAND BROADCAST / PODCAST RS BHAYANGKARA MAKASSAR”**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proyek perubahan ini jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan, waktu dan materi dalam menuangkan ide dan gagasan yang sangat berguna bagi semua pembaca dan khususnya bagi project leader. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, ijin kami, project leader mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. KOMBES POL Drs. TAUFIK SUPRIYADI, selaku Kepala Pusat Pendidikan Administasi POLRI;
2. KOMBES POL dr. M. MAS'UDI, Sp.S, Karumkit Bhayangkara Tk. II Makassar selaku Kasatker dan Mentor yang telah memberikan kesempatan serta memberikan dorongan serta arahan dalam motivasi selama bimbingan dalam mengikuti Pelatihan Kepemimpinan Nasional (PKN II);
3. Dr. Ir. RETNO SETIJOWATI, M.S, selaku coach yang telah memberikan masukan, arahan dan bimbingan dalam penyusunan proyek perubahan;
4. AKBP dr. MARTINUS GINTING, Sp.P, selaku Wakarumkit Bhayangkara Tk. II Makassar;
5. Tim Pengadaan RS Bhayangkara Makassar, selaku pihak yang merencanakan pembelian alat Podcast;
6. dr. GREISTHY E.L BOROTODING, Kepala BPJS Kesehatan Regional IX Makassar, selaku stakeholder eksternal;
7. dr. NURQALBI FAIZAL, M.Kes, Kepala Puskesmas Pertiwi Makassar
8. AKBP dr. MOCH. IWAN KURNIAWAN, Sp.M, Kasubbidyanmeddokpol RS Bhayangkara Tk. II Makassar yang telah memberikan masukan, arahan, bimbingan dan motivasi dalam penyusunan rencana proyek perubahan;

9. AKP DARDIN S.Kep.,Ns., M.Kep, selaku Kasubagrenmin RS Bhayangkara Tk. II Makassar
10. Widyaiswara LAN RI, para pengajar dan seluruh staf PUSDIKMIN POLRI yang telah memberikan materi dan arahan dalam mengikuti Pelatihan Kepemimpinan Nasional (PKN II);
11. Keluarga besar dan Istri tercinta Dr. dr. SYATIRAH JALALUDDIN, Sp.A., M.Kes beserta anak – anak, SYAUKI, SYAKIR dan SYAHIR, terkhusus ibunda tercinta, Dra. Masdiah Tawakkal, M.Si, terima kasih atas kasih sayang, dukungan dan pengorbanan kalian yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti Diklat Nasional PKN II tahun 2022 ini;
12. Rekan – rekan Tim Efektif PODCAST SPESIAL atas segala dukungan, saran dan masukannya sehingga laporan implementasi proyek perubahan ini dapat selesai dengan baik;
13. Seluruh staf dan personil RS. Bhayangkara Makassar yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam proyek perubahan yang kami lakukan.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan implementasi proyek perubahan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan laporan implementasi proyek perubahan ini, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala membalas semua kebaikan bapak/ibu. Aamiin Ya Rabbal alamiin.

Bandung, 10 November 2022

AKBP dr. Syarif Hidayatullah, Sp.OT., M.Kes
NDH 20220707012342

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PENJELASAN KEMAMPUAN PESERTA DALAM IMPLEMENTASI PROYEK PERUBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. TUJUAN PROYEK PERUBAHAN.....	6
C. MANFAAT PROYEK PERUBAHAN.....	6
D. RUANG LINGKUP.....	6
E. BATASAN OPERASIONAL.....	6
BAB II DESKRIPSI RENCANA PROYEK PERUBAHAN	7
A. ROADMAP / MILESTONE PROYEK PERUBAHAN	7
B. MILESTONE KEGIATAN PROYEK PERUBAHAN	8
C. KEGIATAN PROYEK PERUBAHAN.....	10
D. IDENTIFIKASI STAKEHOLDER & STRATEGI KOMUNIKASI	12
E. PEMETAAN STAKEHOLDER.....	15
F. PETA JEJARING (NET MAP)	16
G. STRATEGI MARKETING	18
H. MAKNA BRANDING LOGO & KALIMAT	19
BAB III PELAKSANAAN PROYEK PERUBAHAN.....	20
A. PEMANFAATAN SUMBER DAYA.....	20
1. Mobilisasi Sumber Daya Manusia.....	20
2. Sarana dan Prasarana	22
3. Strategi Mengatasi Masalah.....	23
B. STAKEHOLDER.....	23
C. PETA JEJARING (NET MAP)	24
D. KUADRAN STAKEHOLDER SETELAH PROYEK PERUBAHAN	27
E. CAPAIAN PROYEK PERUBAHAN.....	27
1. Kesesuaian antara Milestone dan Implementasi.....	27
2. Konsultasi dengan Mentor dan Stakeholder	28
3. Bimbingan dengan Coach.....	29

4. Rapat dengan Tim Efektif.....	30
5. Merancang Surat Keputusan (SK), Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Surat Komitmen Keberlanjutan (SKK)	32
6. Penyediaan Ruang Podcast.....	34
7. Pembelian Alat Podcast	35
8. Sosialisasi Proyek Perubahan	38
9. Implementasi Proyek Perubahan	39
10. Survey Podcast RS Bhayangkara Makassar	41
F. KETERKAITAN PEMBELAJARAN	44
G. STRATEGI PENGEMBANGAN KOMPETENSI	45
H. FAKTOR KEBERHASILAN	46
BAB IV PENUTUP	47
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1. Pemetaan Stakeholder Rencana Proyek Perubahan	16
Gambar 2. Peta Jejaring Rencana Proyek Perubahan	17
Gambar 3. Strategi Marketing	19
Gambar 4. Brand Logo Podcast.....	20
Gambar 5. Sumber Daya Manusia.....	21
Gambar 6. Peta Jejaring Pelaksanaan Proyek Perubahan.....	25
Gambar 7. Kuadran Stakeholder Setelah Proyek Perubahan.....	28
Gambar 8. Konsultasi dengan mentor & stakeholder	29
Gambar 9 & 10. Coaching Process.....	30
Gambar 11 & 12. Rapat Tim Efektif	31
Gambar 13 & 14. Sprint Tim Efektif	32
Gambar 15 & 16. Penandatanganan dan serah terima SK, SOP dan SKK Podcast	33
Gambar 17, 18, 19, 20. Naskah SK, SOP dan SKK Podcast.....	34
Gambar 21 & 22 Ruang sebelum ada podcast.....	35
Gambar 23 & 24. Ruang setelah ada podcast.....	35
Gambar 25. Rincian alat podcast.....	37
Gambar 26. Alat Podcast	37
Gambar 27. Mic, Headphone & Mixer.....	37
Gambar 28, Setting Alat Podcast.....	37
Gambar 29, Spanduk Sosialisasi Podcast	38
Gambar 30. Banner Podcast	38
Gambar 31,32, 33, 34 & 35. Sosialisasi Podcast di Lapangan Apel & Aula	39
Gambar 36,37, 38, 39 & 40. Screen Layar Podcast di Youtube	41
Gambar 41, 42 & 43. Survey Podcast	42
Gambar 44. Jawaban 1 Survey Podcast	43
Gambar 45. Jawaban 2 Survey Podcast	43
Gambar 46. Jawaban 3 Survey Podcast	44
Gambar 47. Jawaban 4 Survey Podcast	44
Gambar 48 & 49 Sertifikat Pengembangan Kompetensi.....	46

Tabel 1. Penurunan Jumlah Pasien Rawat Inap Tahun 2018-2022	3
Tabel 2. Isu Strategi	4
Tabel 3. Milestone Kegiatan Proyek Perubahan	9
Tabel 4. Jadwal Kegiatan Proyek Perubahan.....	11
Tabel 5. Identifikasi Stakeholder & Strategi Komunikasi	13
Tabel 6. Identifikasi Stakeholder Pelaksanaan Proyek Perubahan	26
Tabel 7. List Narasumber Podcast.....	40
Tabel 8. Keterkaitan Pembelajaran.....	45

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Digital marketing secara umum adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Akibatnya, perusahaan saling berkompetisi membuat konten yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasarannya di dunia maya. Beberapa contoh teknik pemasaran yang termasuk dalam digital marketing adalah SEO (Search Engine Optimization), periklanan online seperti FB ads dan Google Ads, promosi media cetak, iklan televisi dan radio, billboard elektronik, email marketing, mobile marketing, dan lainnya. Berikut beberapa kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional.

1. Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, digital marketing juga dapat diukur secara realtime dan tepat.

2. Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk Anda ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk Anda, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya. Setelah mengetahui informasi-informasi macam itu, selanjutnya Anda dapat melakukan evaluasi mana iklan yang baik dan buruk, sehingga Anda dapat memperbaiki untuk periode berikutnya.

3. Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari digital marketing yang luas. Anda dapat menyebarkan brand atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

4. Murah dan Efektif

Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentu saja digital marketing jauh lebih murah dan efektif. Biaya anggaran yang dihemat dapat sampai

40%, hal tersebut menurut Gartner's Digital Marketing Spend Report. Selain itu, survey juga menunjukkan bahwa 28% pengusaha kecil akan berpindah ke digital karena terbukti lebih efektif.

Digital marketing juga merupakan salah satu upaya dari Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS), apabila terlaksana dapat mewujudkan rumah sakit yang berkualitas dan memenuhi standar akreditasi Rumah Sakit baik nasional maupun internasional. Tim PKRS membuat perencanaan tentang kegiatan promosi kesehatan kepada pasien keluarga dan masyarakat meliputi kebutuhan akan adanya edukasi, ketersediaan tenaga edukator yang dibutuhkan, peralatan yang dibutuhkan, ruangan dan materi sesuai kebutuhan pasien.

Podcast menjadi salah satu trend di Indonesia. Banyak dari content creator hingga influencer membuat sebuah konten dengan berbasis siaran radio atau biasa dikenal dengan istilah podcast. Para penonton merasa tertarik dengan adanya konten tersebut sebab, terdapat sebuah proses diskusi menarik yang disajikan secara santai. Podcast merupakan salah satu media konten yang banyak mendapat perhatian masyarakat. Sebab terkesan lebih fleksibel dan intens apabila dibandingkan dengan siaran radio pada umumnya. Istilah podcast pertama kali diajukan oleh seorang jurnalis The Guardian, Ben Hammersley, di tahun 2004. Kata podcast sendiri memiliki arti kepanjangan yakni play on demand dan broadcast. Kemudian, akhirnya diambil oleh salah satu produk Apple, iPod hingga aplikasi Apple Podcasts. Setelah itu, Apple mengeluarkan sebuah fitur podcast pada tahun 2005. Sekitar satu tahun sejak Apple merilis fitur tersebut, siaran audio telah mulai berdatangan dari berbagai jaringan radio. Contohnya CBC Radio One, NPR, BBC dan lain sebagainya.

Podcast adalah sebuah hasil rekaman audio yang bisa didengarkan oleh khalayak umum melalui media internet. Beda halnya dengan radio yang wajib dilakukan dan dibawakan secara langsung dalam frekuensi tertentu. Sedangkan, podcast bisa diimplementasikan secara fleksibel atau kapanpun masyarakat inginkan. Serta bisa masyarakat dengarkan melalui berbagai media elektronik yang ada. Podcast juga bisa digunakan lewat aplikasi pihak ketiga atau yang biasa dikenal dengan nama Anchor. Karena sifatnya yang on demand, menjadikan podcast sangat disenangi oleh para pengguna internet saat ini ketimbang mendengarkan siaran dari radio yang mempunyai keterbatasan dalam mengakses, frekuensi, dan waktu. Podcast menjadi salah satu media yang masih berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir ini. Menurut Phillips tahun 2017, Podcast adalah sebuah file audio digital yang dibuat dan

diunggah pada platform online untuk dibagikan kepada orang lain. Podcast mengacu pada distribusi file audio pada format digital. File audio tersebut bisa diakses secara langsung menggunakan desktop, gadget maupun dikirimkan ke perangkat media portable misalnya MP3 player untuk didengarkan. Podcast mulai terkenal pada tahun 2009. Sejatinya, podcast itu ialah sebuah rekaman audio yang membicarakan tentang berbagai topik tertentu. Di Amerika Serikat, serta negara-negara Eropa lainnya, podcast sangat populer di semua kalangan, terutamanya di kalangan penikmat film dan buku. Di Indonesia podcast juga sudah mulai dikenal salah satunya yang populer adalah podcast Deddy Corbuzier atau yang sering dipanggil om Ded, podcastnya membahas beragam masalah yang ada di Indonesia, mulai dari peristiwa – peristiwa penting, konten – konten yang viral di medsos bahkan sampai kasus kriminal.

Berdasarkan pernyataan diatas RS Bhayangkara Makassar sebagai salah satu rumah sakit POLRI belum menerapkan digital marketing menggunakan podcast. Promosi kesehatan di RS Bhayangkara Makassar saat ini masih belum optimal, akibatnya terjadi penurunan jumlah pasien pada tahun 2022 bila dibandingkan baik sebelum atau saat pandemi Covid 19. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pelayanan di RS Bhayangkara Makassar, faktor lain dari menurunnya jumlah pasien adalah masyarakat masih khawatir atau takut untuk berobat di rumah sakit pasca pandemi Covid-19, di mana RS Bhayangkara Makassar juga menjadi salah satu rumah sakit yang menjadi rujukan Covid-19.

TAHUN	JUMLAH	RATA-RATA/ BULAN
2018 (Jan-Des)	19.257	1.604
2019 (Jan-Des)	23.402	1.950
2020 (Jan-Des)	11.431	952
2021 (Jan-Des)	13.625	1.135
2022 (Jan-Agus)	8.811	1.101

Tabel 1. Penurunan Jumlah Pasien Rawat Inap Tahun 2018-2022

DIAGNOSTIK READING

Berdasarkan survei beberapa isu strategi yang terdapat di RS Bhayangkara Makassar , maka Project leader melakukan identifikasi masalah yang paling dominan diselesaikan dengan menggunakan metode USG (Urgency, Seriousnes, Growth).

Urgency; adalah seberapa mendesak isu tersebut harus dibahas dikaitkan dengan waktu yang tersedia serta seberapa keras tekanan waktu untuk memecahkan masalah tersebut.

Seriousness; adalah seberapa serius isu tersebut harus dibahas dikaitkan dengan akibat yang timbul dengan penundaan pemecahan masalah tersebut.

Growth; seberapa besar kemungkinan isu tersebut menjadi berkembang dikaitkan dengan masalah akan semakin memburuk apabila dibiarkan.

ISU STRATEGI	U	S	G	TOTAL SKOR	RANK
Belum adanya digital marketing menggunakan podcast	5	5	5	15	1
Sistem rujukan IGD belum menggunakan sistem online	4	5	4	13	2
Lamanya waktu tunggu pasien mulai dari pendaftaran sampai mendapatkan pelayanan	4	4	4	12	3
Jam besuk belum tersosialisasikan dengan baik	3	4	3	10	4

Tabel 2. ISU STRATEGI

Pemberian nilai berdasarkan skala liker 1 – 5

5 = Sangat besar

4 = Besar

3 = Sedang

2 = Kecil

1 = Sangat kecil

Dari hasil analisis isu strategis di atas, dapat dilihat bahwa belum adanya digital marketing menggunakan podcast menempati urutan pertama dalam pemilihan isu strategis karena sangat mempengaruhi informasi yang kurang mengenai RS

Bhayangkara Makassar dan tingkat kepercayaan masyarakat yang berakibat pada menurunnya angka kunjungan pasien di Rs Bhayangkara Makassar.

Kondisi saat ini :

1. Pasien / keluarga masih khawatir / takut datang ke rumah sakit pasca pandemi Covid 19
2. Promosi dan pemasaran masih melalui jaringan keluarga staf RS, rujukan BPJS, media sosial (Instagram, Facebook, Website)
3. Belum adanya materi edukasi melalui digital marketing
4. Belum adanya testimoni / wawancara terhadap pasien / keluarga pasien tentang pelayanan RS
5. Terjadi penurunan jumlah pasien setiap bulan baik rawat inap dan rawat jalan

Kondisi Ideal :

1. Pasien / keluarga tidak khawatir / takut datang ke rumah sakit pasca pandemi Covid 19
2. Promosi dan pemasaran melalui digital marketing menggunakan podcast
3. Tersedianya materi edukasi melalui digital marketing
4. Adanya fasilitas untuk testimoni / wawancara terhadap pasien / keluarga pasien tentang pelayanan RS
5. Terjadi peningkatan jumlah pasien setiap bulan baik rawat inap dan rawat jalan

Penyebab :

1. Kurangnya informasi tentang kondisi rumah sakit pasca Covid 19
2. Belum tersedianya alat / wadah komunikasi baik internal maupun eksternal RS yang dapat diketahui secara luas
3. Kegiatan promosi RS masih konvensional
4. Kurangnya informasi tentang alur pelayanan pasien di RS Bhayangkara Makassar

Inovasi :

1. Inovasi dengan pengadaan alat sarana dan prasarana podcast
2. Membuat tim promosi dan pemasaran yang kreatif dan inovatif

B. TUJUAN PROYEK PERUBAHAN

1. Pemahaman pasien / keluarga menjadi lebih baik pasca pandemic Covid-19;
2. Terlaksananya promosi dan pemasaran melalui digital marketing melalui podcast;
3. Adanya fasilitas untuk testimoni / wawancara terhadap pasien / keluarga pasien tentang pelayanan 6esehatan;
4. Tersedianya materi edukasi melalui digital marketing;
5. Meningkatnya jumlah kunjungan pasien.

C. MANFAAT PROYEK PERUBAHAN

1. Stakeholder (Eksternal RS Bhayangkara Makassar)
 - Meningkatnya Koordinasi dan Kerjasama yang terjalin baik, dengan Stakeholder dan Institusi Kesehatan
 - Meningkatnya minat dan kepercayaan masyarakat terhadap RS Bhayangkara Makassar pasca 6esehata Covid 19
2. Internal RS Bhayangkara Makassar
 - Meningkatnya Kualitas Pelayanan Kesehatan
 - Meningkatnya jumlah kunjungan pasien
3. Project Leader
 - Meningkatnya kemampuan dalam 6esehat strategi kepemimpinan
 - Meningkatnya hubungan dengan stakeholder terkait
 - Meningkatnya jiwa 6esehatan dan kebersamaan
 - Meningkatnya kemampuan analisis dan 6 esehata solusi dalam mengaplikasikan suatu strategi manajemen.

D. RUANG LINGKUP

Podcast RS Bhayangkara Makassar menampilkan materi terkait kesehatan, pelayanan dan fasilitas kesehatan yang ada di RS Bhayangkara Makassar.

E. BATASAN OPERASIONAL

Materi podcast :

1. Perkembangan kesehatan yang up to date baik terkait penyakit maupun regulasi
2. Pelayanan kesehatan yang ada di Rumah Sakit Bhayangkara Makassar
3. Fasilitas kesehatan yang ada di Rumah Sakit Bhayangkara Makassar

BAB II

DESKRIPSI RENCANA PROYEK PERUBAHAN

A. ROADMAP / MILESTONE PROYEK PERUBAHAN

Kegiatan yang akan dilaksanakan berfokus pada peningkatan promosi RS Bhayangkara Makassar Polda Sulsel sebagaimana terbagi dalam beberapa kegiatan utama dengan mengidentifikasi tahapan berdasarkan konsep manajerial POAC yaitu Planning (perencanaan), Organizing (pengorganisasian), Actuating (pelaksanaan) dan Controlling (evaluasi).

1. Planning (perencanaan): merupakan kegiatan yang mengawali proses pelaksanaan proyek perubahan yang akan dimulai dengan pelaporan dan konsultasi kepada pimpinan instansi, yaitu Kasatker, Karumkit Bhayangkara Makassar Polda Sulsel, untuk membahas tujuan yang hendak dicapai dalam proyek perubahan ini dan bagaimana langkah - langkah yang dapat diambil untuk mencapai tujuan tersebut. Kemudian dilanjutkan kegiatan koordinasi awal dengan coach, mentor, stakeholder baik internal maupun eksternal.
2. Organizing (pengorganisasian): adalah proses memastikan adanya penugasan setiap aktivitas, membagi pekerjaan dan menentukan siapa melakukan apa sehingga kegiatan pada tahap ini adalah membentuk tim efektif yang akan bekerja berupaya mewujudkan rencana proyek perubahan. Tim efektif tersebut dibentuk berdasarkan Surat Perintah Karumkit Bhayangkara Makassar Polda Sulsel. Kegiatan awalnya adalah melakukan rapat koordinasi 7 eshat project leader proyek perubahan untuk pembagian tugas. Selain itu pada tahap ini juga tim efektif mengumpulkan bahan/data/referensi yang dibutuhkan untuk pelaksanaan proyek perubahan.
3. Actuating (Pelaksanaan): yaitu bagaimana peran project leader mengarahkan seluruh sumber daya untuk mengimplementasikan rencana proyek perubahan, sehingga pada proses ini akan diisi oleh kegiatan-kegiatan yang bersifat teknis, merancang draft, membuat Standar Operasional Prosedur sampai kepada pengesahan SOP tersebut oleh Karumkit Bhayangkara Makassar sebagai bentuk legalisasi keberadaan Standar Operasional tersebut, kemudian mensosialisasikan kepada Stakeholder dan Apathetik serta mengimplementasikan SOP strategi digital marketing menggunakan play on demand broadcast / podcast makassar.

4. Controlling (Evaluasi) : memastikan bahwa seluruh kegiatan telah berjalan sesuai dengan rencana, yang dilakukan dan dibuktikan melalui kegiatan monitoring dan evaluasi pelaksanaan.

B. MILESTONE KEGIATAN PROYEK PERUBAHAN

NO	TAHAPAN	CAPAIAN/OUTPUT	WAKTU
1	Jangka Pendek		AGUSTUS - NOVEMBER 2022
	a. Persiapan	• Diagnosis masalah • Identifikasi alternatif pemecahan • Perumusan gagasan perubahan organisasi	
	b. Pembentukan Tim	• Pembentukan & rapat Tim Efektif. • Taking Ownership dengan mentor, coach dan stakeholder dalam pembuatan laporan rencana proyek perubahan	
	c. Sosialisasi RPP	• Sosialisasi proyek perubahan kepada staf rumah sakit	
	d. Seminar RPP	• Paparan proyek perubahan	
	e. Rancangan & Sosialisasi SOP	• Merancang SOP digital marketing menggunakan podcast • Sosialisasi SOP digital marketing menggunakan podcast	
	f. Implementasi	• Penyediaan ruangan • Pembelian alat – alat elektronik podcast • Live / rekaman podcast	
	g. Monitor evaluasi	• Laporan & evaluasi kegiatan digital marketing menggunakan podcast	

2	Jangka Menengah		NOVEMBER 2022 - NOVEMBER 2023
		• Tersosialisasinya informasi pelayanan rumah sakit • Meningkatnya angka kunjungan pasien • Bertambahnya materi informasi / edukasi melalui podcast	
3	Jangka Panjang		NOVEMBER 2022 – NOVEMBER 2024
		• Meningkatnya kualitas pelayanan 9esehatan Rumah Sakit Bhayangkara Makassar • Meningkatnya pemahaman / pengetahuan pasien atau keluarga tentang pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Bhayangkara Makassar	

Tabel 3. Milestone Kegiatan Proyek Perubahan

C. KEGIATAN PROYEK PERUBAHAN

TIME SCHEDULE KEGIATAN PROYEK PERUBAHAN

NO	URAIAN KEGIATAN	JADWAL KEGIATAN PROYEK PERUBAHAN														KET
		AGUST				SEPT				OKT				NOV		
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I		
1	• Diagnosis masalah • Identifikasi alternatif pemecahan • Perumusan gagasan perubahan organisasi															
2	• Pembentukan & rapat Tim Efektif. • Taking Ownership dengan mentor, coach dan stakeholder dalam pembuatan laporan rencana proyek perubahan															
3	• Sosialisasi proyek perubahan kepada staf rumah sakit															
4	• Paparan proyek perubahan															

NO	URAIAN KEGIATAN	JADWAL KEGIATAN PROYEK PERUBAHAN													KET
		AGUST				SEPT				OKT				NOV	
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
5	- Merancang SOP digital marketing menggunakan podcast - Sosialisasi SOP digital marketing menggunakan podcast														
6	- Penyediaan ruangan - Pembelian alat - alat elektronik podcast - Live / rekaman podcast														
7	Laporan & evaluasi kegiatan digital marketing menggunakan podcast														

Tabel 4. Jadwal Kegiatan Proyek Perubahan

D. IDENTIFIKASI STAKEHOLDER & STRATEGI KOMUNIKASI										
NO	IDENTIFIKASI	TIM EFEKTIF	JENIS STAKEHOLDER			KELOMPOK STAKEHOLDER				STRATEGI KOMUNIKASI
			PRIMER	SEKUNDER	UTAMA	PROMOTERS	LATENS	DEFENDERS	APHATETIC	
INTERNAL										
1	Karumkit Bhayangkara Makassar				√	+++ (9)				Informatif
2	Tim Pengadaan				√	+++ (9)				Informatif
3	Kasubbid Yanmeddokpol				√	+++ (9)				Edukatif
4	Tim Dokter Rukmit		√				++ (5)			Informatif & Edukatif
5	Tim IT rumkit	√	√					++ (8)		Informatif
6	TIM PKRS	√	√					+++ (9)		Informatif
7	Tim Humas rumkit	√	√					++ (9)		Informatif
8	Staf / Karyawan rumkit		√						++ (7)	Informatif

EKSTERNAL										
9	Dinas Kesehatan / Puskesmas Makassar			√			++(7)			Informatif
10	BPJS Cabang Makassar			√			++(7)			Informatif
11	Pasien / Keluarga			√					++(5)	Informatif
12	Netizen			√			+/(9)			Informatif

Tabel 5. Identifikasi Stakeholder & Strategi Komunikasi

Keterangan :

Jenis Stakeholder

- Primer : penerima manfaat/target dari upaya;
- Sekunder : mereka yang langsung terlibat/bertanggungjawab terhadap penerima manfaat atau sasaran upaya;
- Utama : pejabat pemerintah dan pembuat kebijakan adalah mereka yang merencanakan, memisahkan dan menjalankan hukum dan peraturan yang bisa memenuhi tujuan upaya atau langsung membatalkannya. Mereka yang bisa mempengaruhi pihak lain dan mereka yang punya kepentingan dengan hasil upaya.

Kelompok Stakeholder

- Promoters : kepentingan tinggi, kekuatan tinggi;
- Defenders : kepentingan tinggi, kekuatan rendah;
- Latents : kepentingan rendah, kekuatan tinggi;
- Apathetics : kepentingan rendah, kekuatan rendah.

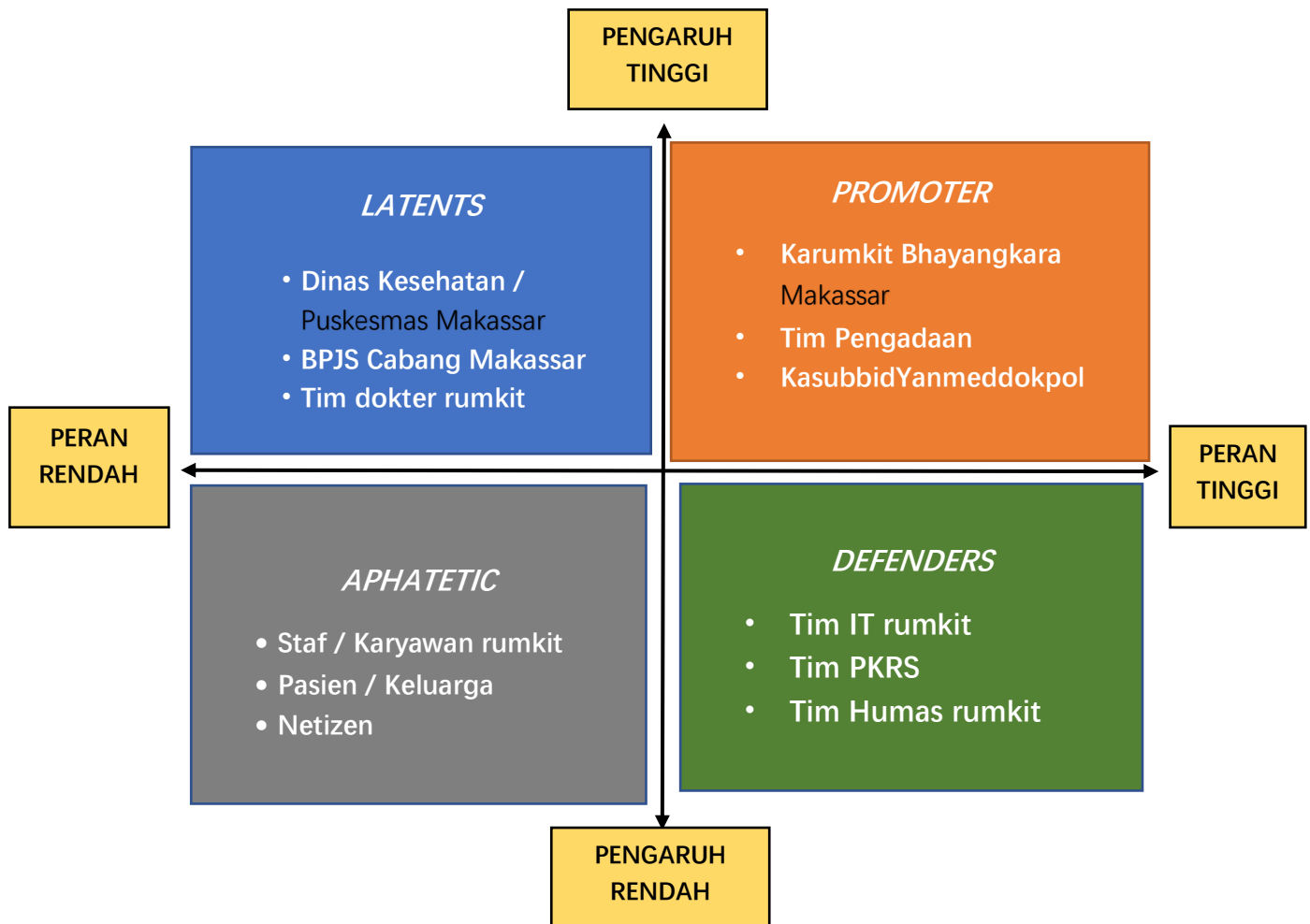
Jenis Posisi

- a. Sangat mendukung : +++
- b. Mendukung : ++
- c. Agak mendukung : +
- d. Netral : +/-
- e. Menentang : -

Pengaruh

- a. Sangat Tinggi : > 8
- b. Tinggi : < 6 – 8
- c. Sedang : 3 – 5
- d. Rendah : < 3

E. PEMETAAN STAKEHOLDER

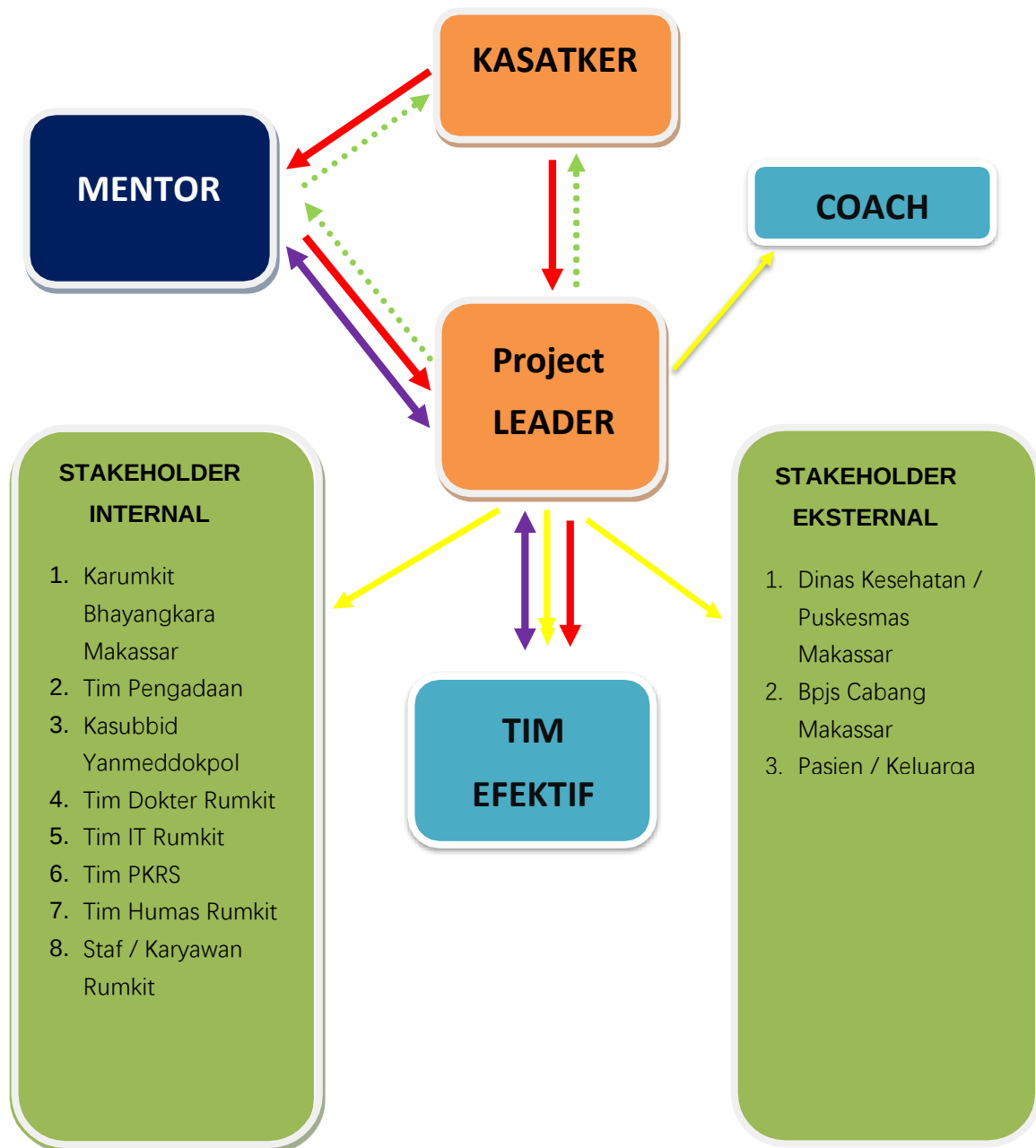


Gambar 1. Pemetaan Stakeholder Rencana Proyek Perubahan

Setelah mengetahui nilai pengelompokan stakeholder, maka dirumuskanlah pengelompokan stakeholder berdasarkan pengaruh dan peran dari masing-masing stakeholder. Peran stakeholder dibagi dalam empat kuadran sebagai berikut :

1. **Promoters** memiliki kepentingan besar terhadap program dan juga kekuatan untuk membantu membuatnya berhasil atau menggagalkan tergantung dengan sikap stakeholder yang mendukung atau menentang
2. **Defenders** memiliki kepentingan pribadi dan dapat menyuarakan dukungannya dalam komunitas, tetapi kekuatannya kecil untuk mempengaruhi kegiatan.
3. **Latents** tidak memiliki kepentingan khusus maupun terlibat dalam kegiatan, tetapi memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi program jika mereka menjadi tertarik.
4. **Apathetics** kurang memiliki kepentingan maupun kekuatan, bahkan mungkin tidak mengetahui adanya kegiatan.

F. PETA JEJARING (NET MAP)



Gambar 2. Peta Jejaring Rencana Proyek Perubahan



1. *Project leader* melakukan laporan dan konsultasi terhadap mentor tentang kegiatan Proyek Perubahan yang akan dilaksanakan meliputi Proyek Perubahan, pembentukan tim efektif, keterlibatan serta hal-hal lain yang diperlukan dalam kegiatan Proyek Perubahan tersebut;
2. Mentor membimbing serta mendukung kegiatan Proyek Perubahan yang akan dilaksanakan oleh *Project Leader*;
3. Mentor dan *Project leader* melakukan identifikasi keterlibatan *stakeholder*, serta hal-hal lain yang diperlukan dalam kegiatan Proyek Perubahan yang akan dilaksanakan;
4. *Project leader* berkoordinasi dengan *stakeholder* tentang pelaksanaan Proyek Perubahan;
5. *Project leader* berkoordinasi dengan tim efektif untuk membuat suatu standar operasional prosedur tentang Strategi Digital Marketing Menggunakan Play On Demand Broadcast / Podcast Makassar.
6. *Project leader* melakukan laporan kepada mentor dan *coach* mengenai kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan Proyek Perubahan.
7. Output dari Proyek Perubahan yang dilakukan oleh *Project leader* adalah tersedianya digital marketing menggunakan podcast

G. STRATEGI MARKETING

COSTUMER : Anggota POLRI, PNS, BLU, Masyarakat umum
PROMOTION : Media Digital, Cetak dan Elektronik
PRODUCT : Digitalisasi Marketing menggunakan podcast
PRICE : BLU RS Bhayangkara Makassar
PLACE : RS Bhayangkara Makassar dan Wilayah Kota Makassar



Gambar 3. Strategi Marketing

H. MAKNA BRANDING LOGO & KALIMAT

MIC : Alat untuk berbicara / bercerita lebih jelas sehingga informasi sampai ke pendengar / pemirsa

Logo RS Bhayangkara Makassar : menandakan bahwa tempat dan isi materi tentang RS Bhayangkara Makassar

Tulisan SPESIAL : Podcast ini persembahkan spesial dan materi yang disajikan dari orang-orang spesial di bidangnya



Gambar 4. Brand Logo Podcast Spesial

MIC : Alat untuk berbicara / bercerita lebih jelas sehingga informasi sampai ke pendengar / pemirsa

Logo RS Bhayangkara Makassar : menandakan bahwa tempat dan isi materi tentang RS Bhayangkara Makassar

Tulisan **SPESIAL** : Podcast ini persembahkan spesial dan materi yang disajikan dari orang-orang spesial di bidangnya

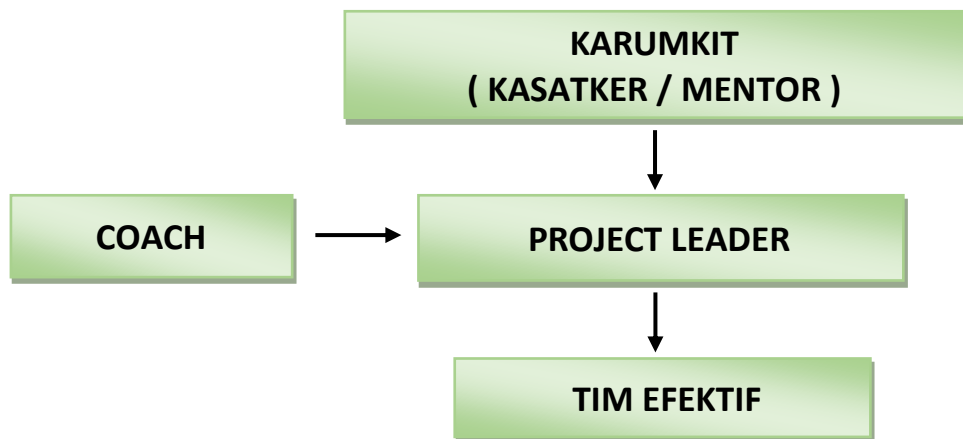
BAB III

PELAKSANAAN PROYEK PERUBAHAN

A. PEMANFAATAN SUMBER DAYA

1. Mobilisasi Sumber Daya Manusia

Gambar struktur organisasi proyek perubahan beserta penjelasan mengenai peran dan tugas organisasi dapat dilihat pada gambar 3



Gambar 5. Sumber Daya Manusia

Berikut ini dideskripsikan bagaimana mobilisasi SDM dilakukan melalui pendekatan peran dari seluruh yang terlibat dalam pelaksanaan proyek perubahan ini, yaitu:

- a. Kasatker / Karumkit Bhayangkara Makassar (KBP dr. M.MAS'UDI., Sp.S)
 1. Merupakan atasan tertinggi dari *Project leader* dalam pelaksanaan tugas sehari-hari;
 2. Memberikan dukungan, persetujuan dan arahan secara strategis dan teknis untuk melaksanakan dan menyukseskan pelaksanaan rencana proyek;
 3. Memberikan dukungan yang bersifat kebijakan untuk menyukseskan rencana proyek perubahan.

b. Mentor (KBP dr. M.MAS'UDI., Sp.S)

1. Memberikan otorisasi kepada peserta diklat PKN untuk menyusun rencana proyek perubahan;
2. Mempelajari dan mendalami rencana proyek perubahanpeserta diklat PKN;
3. Memberikan masukan penyempurnaan terhadap rencana proyek perubahan peserta diklat;
4. Memastikan rencana perubahan tersebut membantu peningkatan kinerja organisasi;
5. Menjadi sumber inspirasi bagi peserta diklat dalam membantu rencana proyek perubahan;
6. Memonitor progress pelaksanaan tahap takingownership;
7. Melakukan intervensi bila peserta mengalami permasalahan dalam melaksanakan kegiatan - kegiatan selama taking ownership;
8. Menyetujui rencana proyek perubahan;
9. Bertindak sebagai pembimbing dan pengawas peserta berdasar sikap profesionalisme;
10. Memberikan dukungan penuh kepada peserta diklat dalam mengimplementasikan proyek perubahan;
11. Memberikan dukungan kepada peserta dalam mendayagunakan seluruh potensi sumber daya yang diperlukan dalam mengimplementasikan proyekperubahan;
12. Memberikan bimbingan kepada peserta dalammengatasi kendala yang muncul selama proses implementasi berlangsung;
13. Berperan sebagai inspirator bagi peserta diklat.

c. Coach (Dr. Ir. Retno Setijowati, M.S)

1. Membantu untuk mengoptimalkan Sumber Daya untuk mendapatkan hasil yang lebih baik;
2. Memberikan metodologi dan dukungan proses atas pelaksanaan Proyek Perubahan;
3. Memberikan motivasi kepada Project Leader;
4. Memberikan arahan dan masukan, monitoring serta berkoordinasi dengan Project leader terkait proyek perubahan yang dilaksanakan agar mencapai hasil yang maksimal

- d. *Project Leader* (AKBP dr. Syarif Hidayatullah, Sp.OT., M.Kes)
 - 1. Mengelola Tim agar perubahan dapat terlaksana dan mendapatkan hasil;
 - 2. Mengkoordinir agar seluruh tim dapat bekerja dan memberikan hasil terhadap proyek perubahan;
 - 3. Memotivasi seluruh tim agar bekerja sesuai harapan;
 - 4. *Project leader* berperan sebagai pemimpin dan motor penggerak dalam menyelesaikan masalah-masalah secara teknis dan operasional serta menyiapkan laporan implementasi pelaksanaan.
- e. Tim Efektif
 - 1. Merupakan Tim Efektif yang bertugas membantu Project leader dalam melaksanakan dan menyelesaikan setiap tahapan kegiatan penyusunan Proyek Perubahan;
 - 2. Bekerja secara bersama sesuai dengan peran dalam rangka menyukseskan proyek perubahan;
 - 3. Komitmen yang kuat untuk mewujudkan project perubahan sesuai dengan diharapkan;
 - 4. Memberikan dukungan pada tahap perencanaan sistem, tahap pembangunan sistem, tahap implementasi sistem, tahap monitoring.
 - 5. memberikan feedback terhadap kemajuan laporan implementasi.

2. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana dimaksud adalah :

- a. Pemanfaatan ruang rapat medika Rs Bhayangkara Makassar sebagai tempat pertemuan / rapat dengan tim efektif;
- b. Pemanfaatan ruang rapat Karumkit Bhayangkara Makassar sebagai tempat pertemuan/rapat bagi team efektif.
- c. Pemanfaatan ruang kerja Komite medik sebagai tempat pertemuan/rapat dengan tim efektif.
- d. Pemanfaatan ruang humas sebagai tempat pertemuan/rapat dengan tim efektif.
- e. Pemanfaatan ruang aula sebagai tempat sosialisasi proyek perubahan.

3. Strategi Mengatasi Masalah

a. Potensi Masalah

Dalam Pelaksanaan proyek Perubahan ini mengandung potensi masalah yang harus diantisipasi demi keberhasilan pencapaian tujuan proyek perubahan tersebut dan untuk tercapai sesuatu yang diharapkan itu ada beberapa potensi masalah :

- Ketidaktersediaan dana dan ruangan podcast
- Tim efektif tidak mampu mengembangkan kegiatan podcast
- Kerusakan alat elektronik podcast maupun ruangan

b. Solusi

Dengan adanya potensi masalah yang mungkin terjadi pada penyusunan proyek perubahan ini, maka perlu diterapkan solusi untuk mengatasinya, diantaranya sebagai berikut:

- Sudah teralokasi dana BLU rumkit untuk pengadaan alat & persiapan ruangan
- Meningkatkan kemampuan tim efektif untuk mengembangkan kegiatan podcast
- Menjaga dan memelihara barang elektronik podcast maupun ruangan
- Senantiasa berkomunikasi dengan service centre alat elektronik podcast tersebut

B. STAKEHOLDER

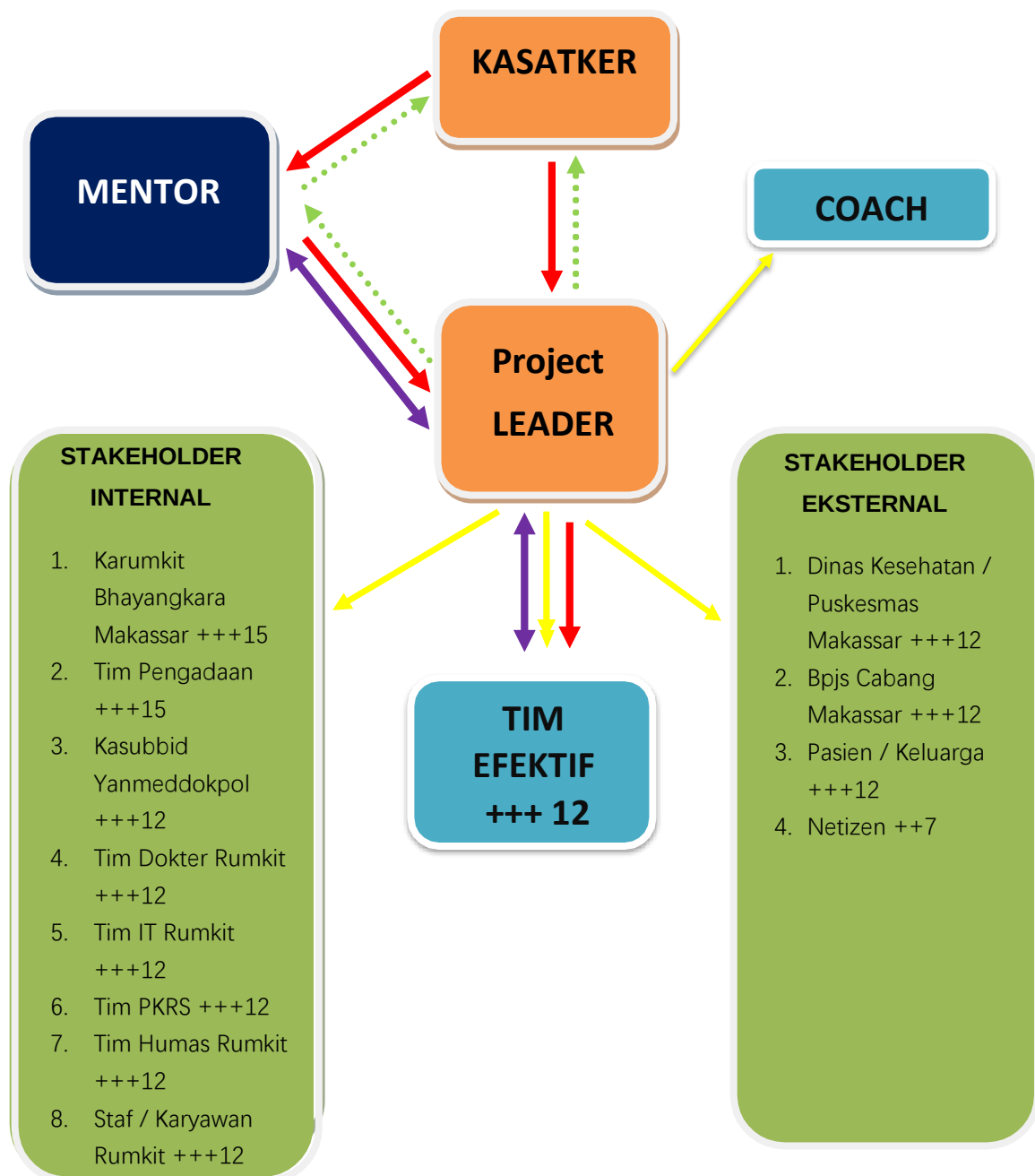
a. Stakeholder internal

diharapkan dapat mengambil peran penting dalam melaksanakan proyek perubahan yang terdiri dari Karumkit Bhayangkara Makassar Polda Sulsel, Tim Pengadaan, Kasubbid Yanmeddokpol, Tim Dokter Rumkit, Tim IT Rumkit, Tim PKRS, Tim Humas Rumkit, Staf / Karyawan Rumkit.

b. Stakeholder eksternal

merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan memberikan dukungan penuh terhadap implementasi proyek perubahan karena secara langsung terhubung dengan penyelenggaraan tugas pokok dan fungsi Subbidyanmeddokpol Rumkit Bhayangkara Makassar Polda Sulsel.

C. PETA JEJARING (NET MAP)



Gambar 6. Peta Jejaring Pelaksanaan Proyek Perubahan

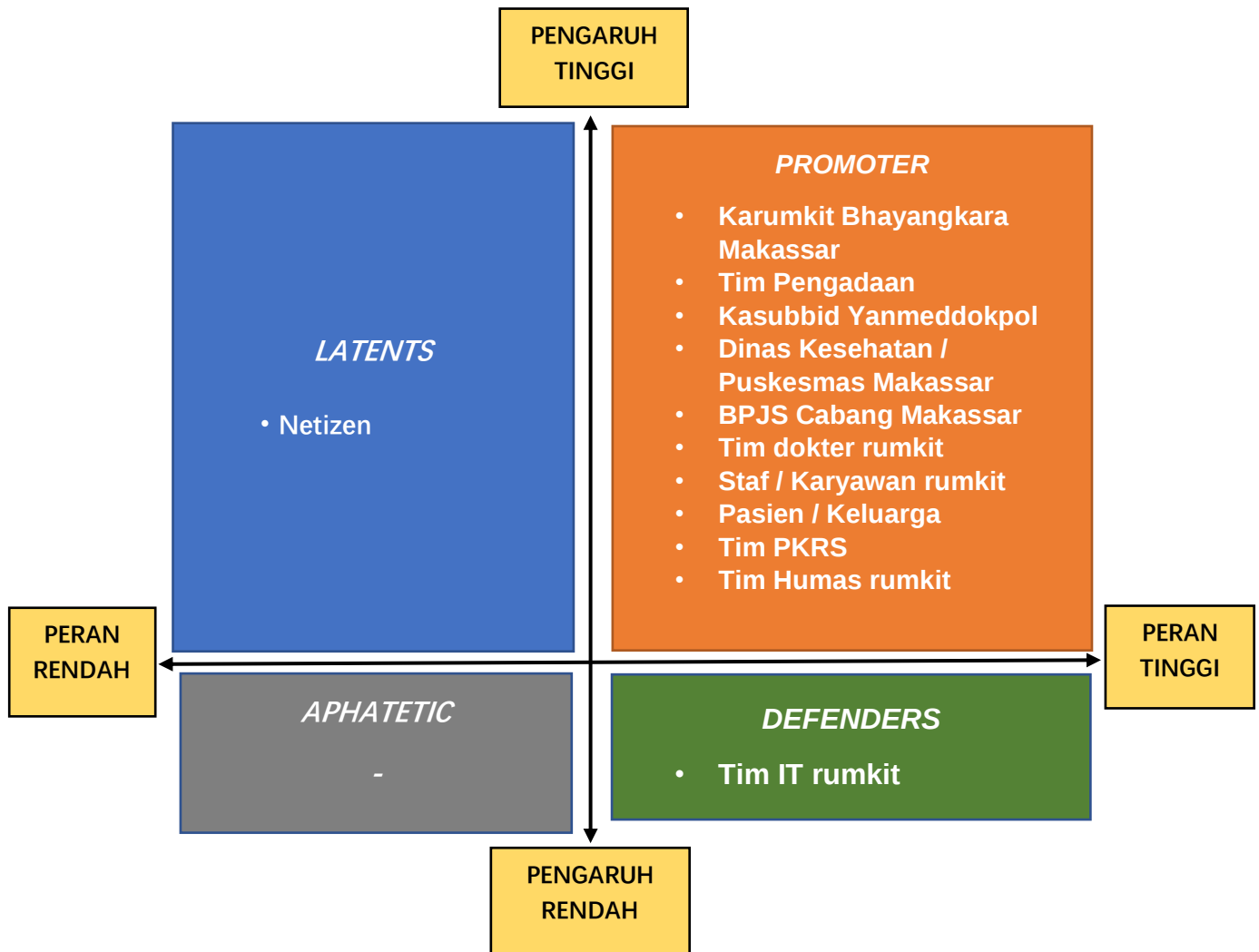


D. IDENTIFIKASI STAKEHOLDER										
NO	IDENTIFIKASI	TIM EFEKTIF	JENIS STAKEHOLDER			KELOMPOK STAKEHOLDER				STRATEGI KOMUNIKASI
			PRIMER	SEKUNDER	UTAMA	PROMOTERS	LATENS	DEFENDERS	APHATETIC	
INTERNAL										
1	Karumkit Bhayangkara Makassar				√	+++ (15)				Persuasif
2	Tim Pengadaan				√	+++ (15)				Persuasif
3	Kasubbid Yanmeddokpol				√	+++ (12)				Persuasif
4	Tim Dokter Rukmit		√			+++ (12)				Persuasif
5	Tim IT rumkit	√	√					+++ (12)		Persuasif
6	TIM PKRS	√	√			+++ (12)				Persuasif
7	Tim Humas rumkit	√	√			+++ (12)				Persuasif
8	Staf / Karyawan rumkit		√			+++ (12)				Persuasif

EKSTERNAL										
9	Dinas Kesehatan / Puskesmas Makassar			√			+++ (12)			Persuasif
10	BPJS Cabang Makassar			√			+++ (12)			Persuasif
11	Pasien / Keluarga			√			+++ (12)			Persuasif
12	Netizen			√			++ (7)			Persuasif

Tabel 6. Identifikasi Stakeholder Pelaksanaan Proyek Perubahan

E. KUADRAN STAKEHOLDER SETELAH PROYEK PERUBAHAN



Gambar 7. Kuadran Stakeholder Setelah Proyek Perubahan

F. CAPAIAN PROYEK PERUBAHAN

1. Kesesuaian antara Milestone dan Implementasi

Pelaksanaan atau implementasi proyek Perubahan, sebagaimana dijelaskan dalam tahapan, sebagian besar tahapan kegiatan sesuai dengan rencana jadwal kegiatan yang sebelumnya telah ditetapkan. Project leader melaksanakan implementasi sosialisasi proyek perubahan sesuai arahan agar semua tahapan kegiatan dapat berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan. Implementasi penerapan Podcast di RS Bhayangkara Makassar dilakukan dengan mewawancarai beberapa narasumber baik di dalam maupun luar RS Bhayangkara Makassar.

2. Konsultasi dengan Mentor dan Stakeholder

Project leader melakukan konsultasi kepada Karumkit Bhayangkara Makassar selaku Kasatker dan Mentor untuk koordinasi awal, Menyampaikan surat pengantar penghadapan pelaksanaan implementasi proyek perubahan kinerja pelayanan publik dan melaporkan Rencana Proyek Perubahan (RPP). Karumkit memberikan arahan kepada peserta agar materi Proyek Perubahan yang diambil sesuai dengan tugas dan tanggung jawab sehari-hari sehingga tidak memberatkan peserta dalam pelaksanaan dan penyelesaian proyek perubahan. Peserta harus bisa menyelesaikan tugas-tugas dengan baik dan tepat waktu, terutama selama pelaksanaan off campus dan memberikan informasi yang up to date terkait pelayanan rumah sakit dalam setiap laporan kegiatan dalam Proyek Perubahan. Segala informasi dan data- data yang dibutuhkan untuk mendukung laporan proyek perubahan dapat dikoordinasikan dengan bagian-bagian terkait. Hasil Koordinasi, Karumkit mendukung penuh segala kegiatan yang dilakukan oleh peserta.



Gambar 8. Konsultasi dengan mentor & stakeholder

3. Bimbingan dengan Coach

Project Leader senantiasa melakukan bimbingan dengan coach di mana coach membantu untuk mengoptimalkan Sumber Daya untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, coach juga memberikan metodologi dan dukungan proses atas pelaksanaan Proyek Perubahan. Coach senantiasa memberikan motivasi kepada *Project Leader* dan memberikan arahan dan masukan, monitoring serta berkoordinasi dengan *Project leader* terkait proyek perubahan yang dilaksanakan agar mencapai hasil yang maksimal.



Gambar 9 & 10. Proses Coaching

4. RAPAT DENGAN TIM EFEKTIF

Project Leader melakukan rapat dengan tim efektif guna membantu Project leader dalam melaksanakan dan menyelesaikan setiap tahapan kegiatan penyusunan Proyek Perubahan, bekerja secara bersama sesuai kemampuan dan memberikan dukungan pada tahap perencanaan sistem, tahap pembangunan sistem, tahap implementasi sistem, tahap monitoring.



Gambar 11 & 12. Rapat Tim Efektif

Sprint Tim Efektif dalam rangka mendukung pelaksanaan rencana proyek perubahan telah ditandatangani oleh Karumkit Bhayangkara Makassar dan telah deregister oleh bagian Urmintu.

KEPOLISIAN DAERAH SULAWESI SELATAN
BIDANG KEDOKTERAN DAN KESEHATAN
RUMAH SAKIT BHAYANGKARA MAKASSAR

SURAT PERINTAH
Nomor: Sprint/433/VI/II/KEP.2.5/2022

Pertimbangan: bahwa dalam rangka mendukung pelaksanaan kegiatan Peserta Pelatihan Kepemimpinan Nasional (PKN) Tingkat II Tahun 2022, maka dipandang perlu mengeluarkan surat perintah.

Dasar: 1. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia;
2. surat telegram Kepala Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan Nomor: ST/430/VI/II/KEP.2.5/2022 Tanggal 22 Mei 2022 Tentang Pemanggilan Peserta Pelatihan Kepemimpinan Nasional (PKN) Tingkat II Tahun 2022.

DIPERINTAHKAN

Kepada: NAMA, PANGKAT, JABATAN SESUAI YANG TERCANTUM DALAM LAMPIRAN SURAT PERINTAH INI.

Untuk: 1. disamping melaksanakan tugas dan jabatannya sehari-hari, juga ditunjuk sebagai Tim Efektif Peserta Pelatihan Kepemimpinan Nasional (PKN) Tingkat II Tahun 2022 a.n. AKBP dr. SYARIF HIDAYATULLAH, Sp.OT., M.Kes dengan judul rancangan proyek perubahan "Strategi Promosi, Edukasi dan Pemasaran Rumah Sakit Bhayangkara Makassar melalui Digital Marketing menggunakan Play On Demand Broadcasting (POD Cast)";
3. diterimanya surat perintah ini, agar menyiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan tersebut diatas;
4. surat perintah ini mulai berlaku sejak tanggal dikeluarkannya;
4. melaksanakan perintah ini dengan seksama dan penuh rasa tanggung jawab.

Selesai.

Dikeluarkan di Makassar
pada tanggal 26 Agustus 2022
KEPALA
dr. M. MAS'UDI, Sp.S
KOMBES POL NRP 67110448

Tembusan:
Kabiddokkes Poldas Sulsel.

KEPOLISIAN DAERAH SULAWESI SELATAN
BIDANG KEDOKTERAN DAN KESEHATAN
RUMAH SAKIT BHAYANGKARA MAKASSAR

LAMPIRAN SURAT PERINTAH KARUMKIT
NOMOR: SPRINT/433/VI/II/KEP/2022
TANGGAL: 26 AGUSTUS 2022

DAFTAR NAMA – NAMA TIM EFEKTIF PESERTA PELATIHAN KEPEMIMPINAN NASIONAL (PKN) TINGKAT II TAHUN 2022
A.N. AKBP DR. SYARIF HIDAYATULLAH, Sp.OT., M.KES

NO	NAMA	PANGKAT	JABATAN		KET
			JABATAN	DALAM TIM	
1	dr. MOCH. IWAN KURNIAWAN, Sp.M	AKBP	KASUBBID YANMEDDOKPOL	KETUA	
2	DARDIN, S.Kep.Ns., M.Kep	AKP	KAURDIKLIT	WAKIL KETUA	
3	ANDI SULFIKAR, S.Kep.Ns., M.Kep	KARY. KONTRAK	STAF URDIKLIT	SEKRETARIS	
4	dr. IRA FARWIYAN S, M.Adm.Kes, Sp.Perio	PEMBINA	AHLI MUDA	KOORD. TIM PERENCANAAN PENGEMBANGAN	
5	SAMRINAH, S.Gz., M.Kes	PENATA	PENYELIA	ANGGOTA	
6	TRIYAS BEKTI K., SKM	PENGATUR TK.I	BANUM RUMKIT	ANGGOTA	
7	INCE KHAERUNNISA KUSUMA A. MUIN	KARY. KONTRAK	STAF HUMAS	ANGGOTA	
8	DEWI ANJAYANI, AMK	KARY. KONTRAK	STAF URYANWAT	ANGGOTA	
9	ANISAFITRI, A.Md.RMIK	KARY. KONTRAK	STAF REKAM MEDIK	ANGGOTA	
10	dr. PYWEDONT MESAKH T, M.Kes, Sp.B(K)V	IPDA	AHLI PERTAMA	KOORD. TIM MEDIA PROMOSI	
11	IRFAN, S.Kom	PENATA	PNS RUMKIT	ANGGOTA	
12	AHSAN FADLI S.Kom	KARY. KONTRAK	STAF IT	ANGGOTA	
13	NUR RIZKY SHAGIRAH, S.Kep	KARY. KONTRAK	STAF IT	ANGGOTA	
14	GIDION PENNIKAY, S.Si	KARY. KONTRAK	STAF IT	ANGGOTA	
15	RAHMAT ARUNGBUANA	KARY. KONTRAK	STAF IT	ANGGOTA	
16	ILHAM ABD. KARIM, SH	KOMPOL	KAURJANGUM	KOORD. PENGADAAN SARANA DAN PRASARANA	
17	MUHAMMAD NASRIN MUHTAR, S.Kep.	KARY. KONTRAK	STAF PENGADAAN	ANGGOTA	
18	RAHMAT, SE	KARY. KONTRAK	STAF IPHS	ANGGOTA	

KARUMKIT BHAYANGKARA MAKASSAR
KEPALA
dr. M. MAS'UDI, Sp.S
KOMBES POL NRP 67110448

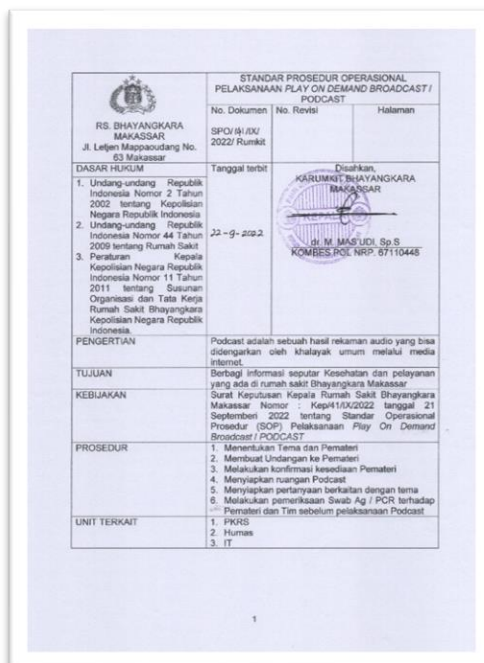
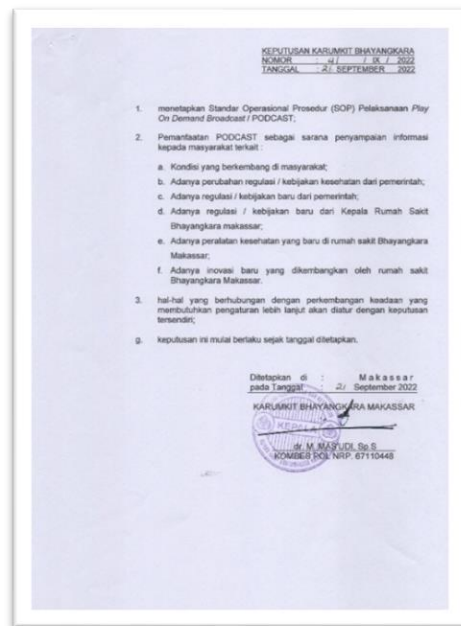
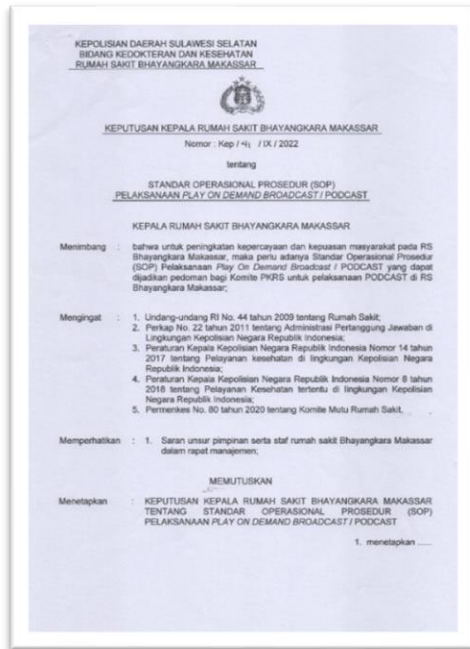
Gambar 13 & 14. Sprint Tim Efektif

5. Merancang Surat Keputusan (SK), Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Surat Komitmen Keberlanjutan (SKK)

Project Leader bersama tim efektif merancang Surat Keputusan (SK), Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Surat Komitmen Keberlanjutan (SKK) Podcast yang disetujui dan ditandatangani oleh bapak Karumkit Bhayangkara Makassar



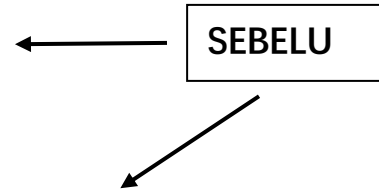
Gambar 15 & 16. Penandatanganan dan serah terima SK, SOP dan SKK Podcast



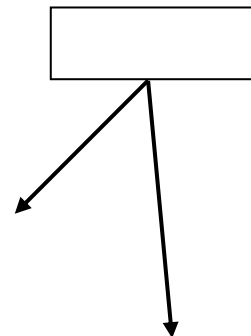
Gambar 17, 18, 19 & 20. Naskah SK, SOP dan SKK Podcast

6. Penyediaan Ruang Podcast

Project Leader mengajukan ruangan Podcast kepada Karumkit yaitu ruangan rapat lantai 3 yang berada di pojok Gedung sehingga mengurangi kebisingan dan gangguan dari orang sekitar.



Gambar 21 & 22.
Ruangannya Sebelum Ada
Podcast



Gambar 23 & 24.
Ruangannya Setelah Ada
Podcast



7. Pembelian Alat Podcast

A. Mikrofon

Audio adalah satu kunci penting yang harus dimiliki. Untuk mendapatkan audio yang baik, maka memiliki mikrofon dengan kualitas tinggi adalah jawabannya. Mikrofon yang berkualitas akan menghasilkan audio atau suara yang baik dan jernih, ini akan menjadi poin utama dalam podcast.

B. Headphone

Alat kedua untuk membuat podcast adalah headphone. Headphone ini akan berfungsi untuk mendengarkan suara lawan bicara saat kamu sedang melakukan wawancara dengan narasumber.

C. Filter Pop

Peralatan podcast lain yang tidak kalah penting adalah filter pop. Alat ini berguna untuk memfilter artikulasi pengucapan huruf dan kata yang diucapkan. Dengan demikian, suara yang dihasilkan akan terdengar lebih jelas dan jernih.

D. Stand Mikrofon

Berfungsi sebagai alat penyangga mikrofon. Ini tentu diperlukan ketika sedang melakukan wawancara dengan narasumber. Dengan adanya stand ini, narasumber / host tidak perlu memegang mikrofon dengan tangan. Alat ini juga berguna untuk lebih menstabilkan suara yang ditangkap, karena mikrofon tetap stagnan tidak bergerak kesana kemari.

E. Perekam Portable

Alat ini berfungsi sebagai perekam audio yang kemudian dapat dikonversi menjadi audio digital yang siap edit. Alat ini juga dapat mengatur volume dan kecepatan suara yang diinginkan.

F. Laptop

Laptop atau komputer ini dapat dikatakan sebagai pintu terakhir sebelum mempublikasikan podcast. Laptop ini akan berfungsi sebagai media dalam mengedit podcast dan juga mempublikasikannya ke dalam media sosial.

KEPOLISIAN DAERAH SULAWESI SELATAN
 BIDANG KEDOKTERAN DAN KESEHATAN
RUMAH SAKIT BHAYANGKARA MAKASSAR

RINCIAN ALAT PODCAST

NO	URAIAN	VOLUME SATUAN		KETERANGAN
1	2	3	4	5
1	Paket Maono AU-AM200 Audio Mixer + Maono AU-A03T 2Pcs & AU-MH601 Headphone 2Pcs	1	Paket	Perangkat podcast, mixer, mic dan stand
2	Paket LED500C Bi-Color + Remote RC-A5 + Avangarde DL-F970 + NP-F570 2200mAh (2 Pcs)	1	Unit	Perangkat Pencahayaan/lighting
3	Paket Godox SL60W + Light Stand 260T + QR-P70 + P70G	1	Unit	Perangkat Pencahayaan/lighting ke 2 dengan pelembut cahaya
4	Godox 240F Light Stand	1	Unit	Stand lighting
5	Sony HXR-NX200 NXCAM 4K	1	Unit	Kamera Utama
6	Fotopro X-GO E Plus Tripod Carbon Magnesium Mix Lock Plastic	1	Unit	Tripod Camera
7	Sony A7 MARK II + Sony Lens 35mm	1	Unit	Kamera Sony + Lensa 35mm
8	Memory Card Lexar 128gb 100mb/s	2	Buah	Memory penyimpanan
9	Video Tripod	2	unit	
10	Laptop Asus Zenbook duo	1	Unit	

Gambar 25. Rincian alat podcast

1. Paket Maono AU-AM200 Audio Mixer + Maono AU-A03T 2Pcs & AU-MH601 Headphone 2Pcs



2. Paket LED500C Bi-Color + Remote RC-A5 + Avangarde DL-F970 + NP-F570 2200mAh (2 Pcs)



3. Paket Godox SL60W + Light Stand 260T + QR-P70 + P70G



Gambar 26. Alat podcast



Gambar 27. Mic, Headphone & Mixer



Gambar 28. Setting Alat Podcast

Contoh Spanduk dan Banner untuk mendukung proyek perubahan



Gambar 29. Spanduk Sosialisasi Podcast



Gambar 30. Banner Podcast

8. Sosialisasi Proyek Perubahan

Project Leader melaksanakan sosialisasi proyek perubahan yang telah direncanakan dan telah diseminarkan juga sebelumnya sebagai tahapan yang harus dilaksanakan. Project leader dengan dipandu Karumkit selaku Kasatker dan mentor mengarahkan jalannya sosialisasi proyek perubahan ini. Diikuti oleh para undangan, project leader memaparkan tujuan, manfaat, inovasi serta output dari rencana proyek perubahan yang diangkat. Kegiatan sosialisasi proyek perubahan ini mendapatkan perhatian dan tanggapan positif dari peserta undangan. Hal ini dibuktikan dengan hidupnya suasana tanya jawab yang berlangsung. Para peserta aktif menyampaikan pendapat dan pertanyaan terhadap inovasi dan permasalahan seputar Podcats RS Bhayangkara Makassar.



Gambar 31, 32,
33, 34 & 35.
Sosialisasi
Podcast di aula
dan lapangan apel



9. Implementasi Proyek Perubahan

Setelah melaksanakan sosialisasi proyek perubahan, *Project Leader* melakukan implementasi proyek perubahan, yaitu mulai melaksanakan Podcast. Berikut adalah daftar Narasumber Podcast RS Bhayangkara Makassar :

NO	Narasumber	Jabatan	Host	Judul Materi	Waktu
1	AKBP dr. Fajar Amansyah, Sp.PD., FINASIM	Dokter Spesialis Penyakit Dalam RS Bhayangkara Makassar	AKBP dr. Syarif Hidayatullah, Sp.OT., M.Kes	Solusi Rawat Jalan Tanpa Antri	Kamis, 06 Oktober 2022
2	Kompol dr. Irwan, Sp.OG	Dokter Spesialis Kandungan RS Bhayangkara Makassar	drg. Ira Farwiany Syafar, Sp. Perio	Bagaimana Mempersiapkan Persalinan yang Aman, Sehat Pada Ibu & Anak	Kamis, 13 Oktober 2022
3	Dr. H. Sampo Seha, M.Th.I	Pasien RS Bhayangkara Makassar	drg. Ira Farwiany Syafar, Sp.Perio	Kesan dan saran pasien terhadap pelayanan dan fasilitas kesehatan di RS Bhayangkara	Kamis, 20 Oktober 2022
4	dr. Nurqalbi Faizal	Kepalas Puskesmas Pertiwi Makassar	AKBP dr. Syarif Hidayatullah, Sp.OT., M.Kes	Makassar Manfaat dan hambatan Sistem Rujukan dari FKTP ke FKRTL	Selasa, 25 Oktober 2022
5	Muh. Syahrul, SKM., AAK	Kepala Bidang Kepesertaan BPJS Makassar	AKBP dr. Syarif Hidayatullah, Sp.OT., M.Kes	Rujukan Online Mobile JKN BPJS Tak Perlu Ribet Lagi	Kamis, 03 November 2022

Tabel 7. Daftar Narasumber Podcast

Screen layar *Podcast* RS Bhayangkara Makassar



Gambar 36, 37, 38, 39 & 40. Screen Layar Podcast di Youtube

10. SURVEY PODCAST RS BHAYANGKARA MAKASSAR

WhatsApp 4G 09.51 53%

docs.google.com

**KUESIONER
MONITORING DAN
EVALUASI**

**STRATEGI DIGITAL MARKETING
MENGGUNAKAN PLAY ON DEMAND
BROADCAST / PODCAST RS
BHAYANGKARA MAKASSAR**

gidionpennikay@gmail.com
(tidak dibagikan) [Ganti akun](#)

* Wajib

Nama Lengkap *

Jawaban Anda

WhatsApp 4G 09.52 52%

docs.google.com

Apakah anda tahu tentang Podcast
Spesial Rumah sakit Bhayangkara
Makassar ? *

☐ Ya
☐ Tidak

Apakah anda pernah menonton
tayangan Podcast Spesial Rumah sakit
Bhayangkara Makassar? *

☐ Ya
☐ Tidak

Jika Ya, apakah acara Podcast Spesial
Rumah sakit Bhayangkara Makassar
tersebut memberikan informasi yang
bermanfaat ?
Wajib dijawab jika "Ya"

☐ Ya
☐ Tidak

Apakah materi yang disampaikan
melalui Podcast Spesial Rumah sakit
Bhayangkara Makassar tersebut mudah
dipahami ?
Wajib dijawab jika "Ya"

☐ Ya
☐ Tidak

Materi apa yang ingin anda dengar
untuk dibahas di Podcast Spesial
Rumah sakit Bhayangkara Makassar ? *

Jawaban Anda

Saran / masukan *

Jawaban Anda

Kirim Kosongkan formulir

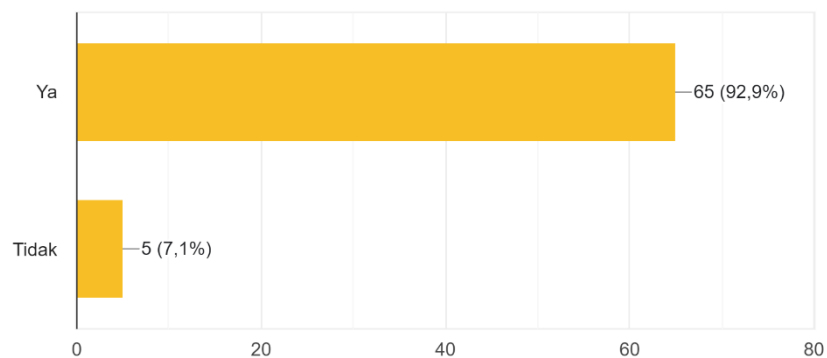
Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Gambar 41, 42, 43. Survey Podcast

Dari hasil survey link google form Kuesioner Monitoring dan Evaluasi “Strategi *Play On Demand Broadcast / Podcast* RS Bhayangkara Makassar dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 70 orang yang mengisi survey ada 92,9 % yang mengetahui Podcast RS Bhayangkara Makassar, 91,4% yang menontonnya di Youtube, 97,1 % yang mengatakan bahwa Podcast ini bermanfaat, dan 97,1 % survei yang mengatakan materinya mudah dipahami, kemudian untuk saran materi selanjutnya yang akan dibawakan beragam diantaranya : Jantung coroner, Materi obat cair yang baru2 ini viral, Sc Eracs dan masih banyak lagi.

Apakah anda tahu tentang Podcast Spesial Rumah sakit Bhayangkara Makassar ?

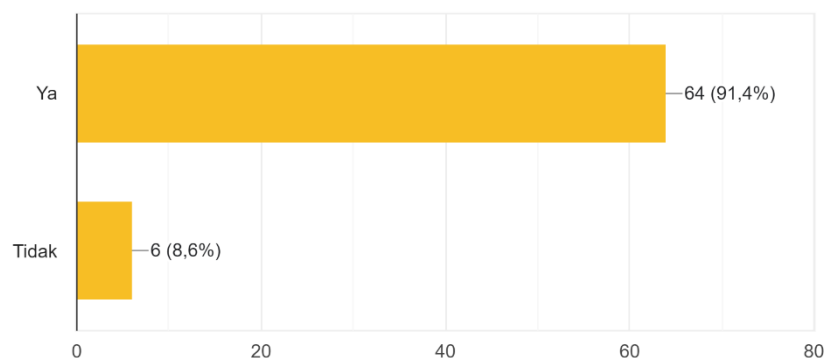
70 jawaban



Gambar 44. Jawaban 1 survey podcast

Apakah anda pernah menonton tayangan Podcast Spesial Rumah sakit Bhayangkara Makassar?

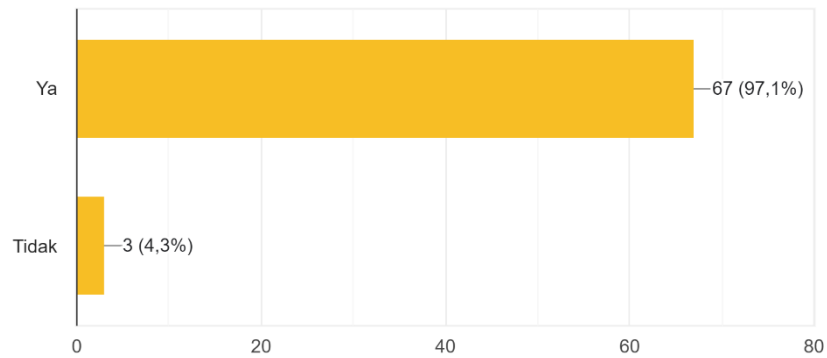
70 jawaban



Gambar 45. Jawaban 2 survey podcast

Jika Ya, apakah acara Podcast Spesial Rumah sakit Bhayangkara Makassar tersebut memberikan informasi yang bermanfaat ?

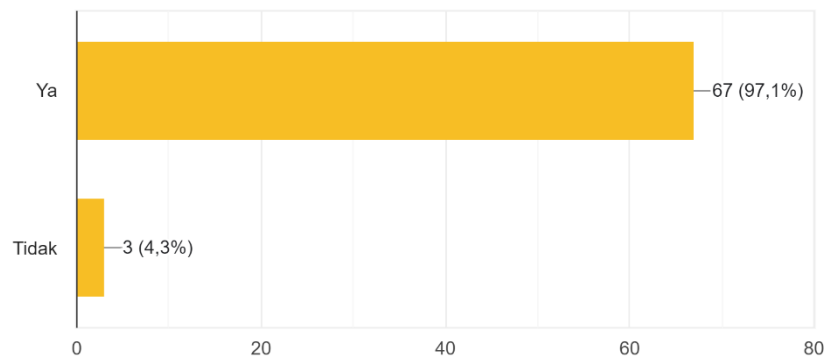
69 jawaban



Gambar 46. Jawaban 3 survey podcast

Apakah materi yang disampaikan melalui Podcast Spesial Rumah sakit Bhayangkara Makassar tersebut mudah dipahami ?

69 jawaban



Gambar 47. Jawaban 4 survey podcast

F. KETERKAITAN PEMBELAJARAN

NO	PROYEK PERUBAHAN	MATERI KOMPETENSI PILIHAN	KORELASI
1	Pengadaan peralatan popcast	Pengadaan Barang dan Jasa	Pengadaan peralatan popcast harus sesuai dengan Perpres no 16 tahun 2022 Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah yang terdiri dari tahapan-tahapan yang dimulai dari proses perencanaan pengadaan, persiapan pengadaan, pemilihan penyedia, pelaksanaan kontrak dan akhiri dengan serah terima hasil pekerjaan.
2	Promosi Kesehatan untuk meningkatkan pelayanan kesehatan masyarakat	Hak Asasi Manusia	Amandemen UUD 1945 perubahan ke dua dalam Pasal 28H Undang–Undang Dasar Negara Republik Indonesia, yang menyatakan bahwa setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan. Dalam Amandemen UUD 1945 perubahan ke tiga Pasal 34 ayat (3) dinyatakan bahwa Negara bertanggung jawab atas penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan fasilitas umum yang layak.
3	Digital Marketing menggunakan Podcast di RS Bhayangkara Makassar	Kepemimpinan Digital	Penggunaan strategis aset digital RS Bhayangkara Makassar untuk mencapai tujuan pelayanan Kesehatan, Kepemimpinan digital dapat ditujukan pada tingkat organisasi dan individu.

Tabel 8. Keterkaitan Pembelajaran

G. Strategi Pengembangan Kompetensi

- Tim diikuti pelatihan pengembangan diri, public speaking, keterampilan membuat pertanyaan, menggali informasi dari narasumber, wawancara dan etika berkomunikasi
- Senantiasa melatih kemampuan diri baik bersama teman ataupun instruktur public speaking
- Senantiasa memperluas wawasan dan pengetahuan tentang materi yang akan disampaikan.



Gambar 48 & 49. Sertifikat Pengembangan Kompetensi

H. Faktor Keberhasilan

Keberhasilan proyek perubahan adalah keadaan di mana proyek mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya. Keberhasilan proyek juga merupakan tujuan utama dari RS Bhayangkara Makassar, di mana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai keberhasilan. Umumnya, keberhasilan proyek menunjukkan keadaan yang lebih baik / unggul dari pada masa sebelumnya.

Oleh karena itu dukungan dari seluruh stakeholder khususnya dukungan dari Karumkit Bhayangkara Makassar,

BAB IV

PENUTUP

Dari proyek perubahan yang telah dilaksanakan di Rumkit Bhayangkara Makassar Polda Sulsel ini dapat diambil beberapa simpulan yaitu:

1. Bahwa implementasi proyek perubahan dapat diwujudkan melalui tahapan-tahapan kegiatan, dari sejak tahapan persiapan/ pembentukan tim efektif sampai dengan diwujudkannya kondisi yang baru yaitu tersedianya mesin antrian yang dapat memangkas waktu tunggu pendaftaran pasien;
2. Terlaksananya proyek perubahan selain didukung oleh komitmen yang kuat dari pimpinan dan tim efektif juga adanya dukungan dari stakeholder internal maupun eksternal;
3. Dengan dilaksanakannya proyek perubahan ini informasi mengenai layanan yang ada di RS Bhayangkara Makassar boleh tersampaikan dengan baik kepada masyarakat melalui media online dan juga masyarakat mendapat informasi dan edukasi mengenai kesehatan terkait dengan yang disampaikan oleh narasumber Podcast RS Bhayangkara Makassar.

Demikian laporan implementasi akhir proyek perubahan ini dibuat, semoga dapat memberikan manfaat bagi terwujudnya peningkatan pelayanan kesehatan yang prima di Rumkit Bhayangkara Makassar Polda Sulsel.

Peserta PKN II

AKBP dr. Syarif Hidayatullah, Sp.OT., M.Kes
NDH : 20220707012342

DAFTAR PUSTAKA

1. Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia
2. Undang – undang Kesehatan nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
3. Perpres nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
4. Peraturan Kapolri No 5 Tahun 2019 tentang Struktur Organisasi Tata Kerja Polri.
5. Permenkes Nomor 3 Tahun 2020 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit
6. Permenkes Nomor 44 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS)
7. Permenkes Nomor 28 Tahun 2014 tentang BPJS Kesehatan
8. Dan Schendel dan Charles Hofer, Higgins, 1985, Pengambilan Keputusan Strategik, Untuk Organisasi Public dan Organisasi Non Profit, Penerbit Grasindo, Jakarta.
9. Gugum Gumelar S.H,M.H, 2022, Materi Pembelajaran PKN Tingkat II: Integritas Kepemimpinan, Pusdikmin, Bandung.
10. Dr.Ir.Retno Setijowati ,M.S 2022, Materi Pembelajar PKN II Kepemimpinan Organisasi Pembelajar , Pusdikmin, Bandung.
11. DR. Baban Sobandi , 2022 , Kepemimpinan Digital dan Kepemimpinan Kewirausahaan , Pusdikmin, Bandung.
12. Burdan Ali Junjuran , S.H , M.Si , 2022, Materi Pembelajaran PKN II Marketing Sektor Publik , Pusdikmin, Bandung.,PT. Indeks, Jakarta.
13. Budihardjo, M. 2014. Panduan Praktis Menyusun SOP. Jakarta: Raih Asa Sukses