

## Penguatan Kesadaran Kesehatan Pasien melalui Strategi Promosi Kesehatan Rumah Sakit sesuai Permenkes No. 44/2018

Artha Meithia\*, Atikah Adyas<sup>1</sup>, Yudhinanto<sup>1</sup>, Noviansyah<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Magister Kesehatan Masyarakat, Universitas Mitra Indonesia, Indonesia

\*email: artha.meithia@gmail.com

Received: 9-9-2024

Revised: 17-10-2024

Accepted: 21-10-2024

### **Abstract**

This study aims to provide insight into the relationship between the health promotion strategies implemented by Azizah Hospital and the increase in public health awareness, particularly among inpatients. The research uses a quantitative approach with a cross-sectional design. This approach analyzes the relationship between health promotion strategies in the areas of advocacy, partnership, community empowerment, and conducive environment on the increase in health awareness among inpatients at Azizah Hospital. Additionally, the study involves the use of literature from books, journals, and articles focusing on the quality of services in inpatient wards. The results from 270 inpatient respondents at Azizah Hospital show that the average age of patients is 35 years, with 62.6% being female. This indicates that most inpatients are adults to elderly individuals. The multivariate test using multiple linear regression shows that the beta coefficient for the health promotion strategy in the partnership domain is 0.176, in the community empowerment domain is 0.328, and in the conducive environment domain is 0.346. In conclusion, the variable that has the most significant impact on increasing health awareness among inpatients is the conducive environment variable.

*Keywords: Promotion; Patient; Hospital.*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mengenai hubungan antara strategi promosi kesehatan yang diterapkan oleh Rumah Sakit Azizah dengan peningkatan kesadaran kesehatan masyarakat, terutama pada pasien rawat inap. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian cross-sectional. Pendekatan ini menganalisis hubungan antara strategi promosi kesehatan di bidang advokasi, kemitraan, pemberdayaan masyarakat, dan bina suasana terhadap peningkatan kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan penggunaan literatur dari buku, jurnal, dan artikel yang berfokus pada kualitas layanan di ruang rawat inap. Hasil penelitian dari 270 responden pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah menunjukkan bahwa mayoritas pasien berusia rata-rata 35 tahun, dengan 62,6% di antaranya adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien rawat inap berada pada rentang usia dewasa hingga lanjut usia. Hasil uji multivariat menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien beta variabel strategi promosi kesehatan di bidang kemitraan adalah 0,176, di bidang pemberdayaan masyarakat adalah 0,328, dan di bidang bina suasana adalah 0,346. Simpulan, variabel yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap adalah variabel bina suasana.

*Kata kunci: Promosi; Pasien; Rumah Sakit.*



## 1. Pendahuluan

Pada masa lalu, sistem pelayanan kesehatan lebih berfokus pada penanganan penyakit, dimana tindakan medis hanya dilakukan ketika seseorang sudah jatuh sakit. Pasien yang menderita penyakit akan dirawat di rumah sakit hingga sembuh, dan ketika sakit kembali, mereka akan dirawat lagi. Pola ini terus berulang dan disebut sebagai pendekatan kuratif dan rehabilitatif. Seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai menyadari pentingnya upaya yang lebih komprehensif untuk menjaga kesehatan secara proaktif. Dalam konteks ini, peran rumah sakit pun berkembang, tidak hanya sebagai tempat pengobatan, tetapi juga sebagai institusi yang berkontribusi dalam upaya preventif dan promotif guna memelihara kesehatan masyarakat.

Promosi kesehatan adalah usaha untuk meningkatkan kemampuan masyarakat melalui proses pembelajaran mandiri yang dilakukan oleh dan untuk masyarakat itu sendiri. Tujuannya adalah agar masyarakat mampu menolong diri mereka sendiri dan mengembangkan kegiatan yang berbasis pada sumber daya masyarakat sesuai dengan sosial budaya setempat yang didukung oleh kebijakan publik yang berwawasan kesehatan [3]. Promosi kesehatan mencakup kombinasi dukungan dalam pendidikan, organisasi, kebijakan, dan peraturan untuk menciptakan perubahan lingkungan dan perilaku yang mendukung kesehatan masyarakat. Dalam pandangan SukidjoNotoatmodjo, Promosi kesehatan adalah upaya untuk merubah perilaku dan lingkungan agar lebih kondusif untuk hidup sehat dengan mendorong masyarakat untuk secara aktif menjaga kesehatan mereka sendiri [4]

Promosi kesehatan juga didefinisikan oleh WHO sebagai upaya untuk meningkatkan kesehatan melalui intervensi sosial dan lingkungan yang berdampak positif terhadap kualitas hidup, dengan tujuan mencegah penyakit tanpa harus bergantung pada pengobatan medis [5]. Ini menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat untuk menjaga kesehatannya melalui interaksi sosial dan lingkungan yang mendukung. Di Indonesia, Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018, yang menetapkan bahwa rumah sakit harus berperan aktif dalam meningkatkan kesadaran kesehatan, tidak hanya pada pasien tetapi juga pada keluarga pasien, SDM rumah sakit, pengunjung serta masyarakat sekitar rumah sakit [1].

Namun, survey terbaru pada akhir tahun 2023 menunjukkan bahwa implementasi penyelenggaraan PKRS di Rumah Sakit Azizah masih belum optimal dan belum sesuai dengan Permenkes No. 44 tahun 2018. Meskipun jumlah pasien rawat inap meningkat, angka penyakit tetap tinggi, yang terlihat dari daftar 10 penyakit tertinggi di Rumah Sakit tersebut. Faktor belum optimalnya implementasi penyelenggaraan PKRS juga didukung oleh hasil penelitian [2] yang menerangkan bahwa implementasi PKRS masih belum optimal dalam pelaksanaannya karena komitmen yang masih kurang, belum lengkapnya sumber daya yang dimiliki, dan belum tersusunnya birokrasi yang sesuai. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi promosi kesehatan di Rumah Sakit Azizah dengan fokus pada upaya untuk meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat, terutama pada pasien rawat inap, dan mengidentifikasi strategi mana yang paling berpengaruh dalam mencapai tujuan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat



memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas PKRS dan pelayanan kesehatan di rumah sakit.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian cross sectional, selain itu penelitian ini juga menerapkan metode penelitian kepustakaan (library research). Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner yang telah di validasi dan dinyatakan reliable untuk digunakan, dibagikan kepada 270 pasien rawat inap di Rumah sakit Azizah. Variabel penelitian terdiri dari variable independent : strategi promosi kesehatan secara advokasi, kemitraan, pemberdayaan masyarakat dan bina suana. Variabel dependen ; tingkat kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap. Data disajikan dalam distribusi frekuensi dan dianalisis dan dianalisis secara deskriptif

## 3. Hasil dan Pembahasan

### HASIL

#### Analisis Univariat

Tabel 1 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori

Kategori Usia	N	Persentase %
< 20 tahun	56	20,7%
20 - ≤ 25 tahun	16	5,9%
25 - ≤ 30 tahun	52	19,3%
30 - ≤ 35 tahun	29	10,7%
> 35 tahun	117	43,3%
Total	270	100%
Kategori Jenis Kelamin	N	Persentase %
Wanita	169	62,6%
Pria	101	37,4%
Total	270	100%
Kategori Pendidikan	N	Persentase %
SD	40	14,8%
SMP	44	16,3%
SMA/SMK	129	47,8%
D3	6	2,2%
S1	48	17,8%
S2 ke atas	3	1,1%
Total	270	100%
Kategori Pekerjaan	N	Persentase %
Bekerja	80	29,6%
Tidak Bekerja	111	41,1%
Mahasiswa	12	4,4%
Lainnya	57	24,8%
Total	270	100%
Kategori Jenis Penyakit	N	Persentase %
DM	7	2,6%
Hipertensi/PJK	19	7,0%
Ginjal	5	1,9%
ISPA	7	2,6%



Persalinan	26	9,6%
Lainnya	206	76,3%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>
<b>Kategori Ruang Perawatan</b>	<b>N</b>	<b>Persentase %</b>
Kelas 1 Cendana	61	22,6%
Kelas 2 Bougenville	109	40,4%
Kelas 3 Mawar	58	21,5%
Ruang Kebidanan Edelweis	42	15,6%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian, 2024

Berdasarkan data di atas diperoleh informasi bahwa dari 270 responden pasien rawat inap Rumah Sakit Azizah yang diteliti berdasarkan kategori responden, diperoleh bahwa pasien rawat inap rata-rata berusia > 35 tahun, dengan 62,6% pasien di dominasi oleh wanita. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata pasien yang berobat di rawat inap Rumah Sakit Azizah Metro adalah usia dewasa hingga lansia. Rata-rata pasien menempuh pendidikan SMA sebanyak 47,8% dan tidak bekerja sebanyak 41,1%. Sebanyak 206 responden yang dirawat di rawat inap RS Azizah mengidap penyakit selain DM, Hipertensi, Ginjal, ISPA, dan bukan juga karena persalinan. Selain itu sebagian besar pasien, yaitu sebanyak 109 orang melakukan perawatan di Kelas 2 Bougenville.

Dari tabel diatas diperoleh informasi bahwa tingkat kesadaran pasien mengenai kesehatan berada di tingkat baik sebesar 68,9%. Hal ini diketahui dari 270 responden, sebanyak 186 responden menyetujui bahwa tingkat kesadaran pasien mengenai kesehatan di rawat inap RS Azizah berada di tingkat yang sudah baik. Artinya strategi promosi kesehatan yang dilakukan oleh RS Azizah sudah berjalan secara optimal, dapat dilihat pada tabel univariat memperlihatkan hasil bahwa strategi promosi kesehatan baik secara advokasi, kemitraan, pemberdayaan masyarakat dan bina suasana berada di tingkat baik.

### Analisis Bivariat

#### 1. Hubungan Strategi Promosi Kesehatan Advokasi (SPKA\_X1) dengan Kesadaran Pasien Terhadap Kesehatan (KPTK\_Y)

Tabel 2 Distribusi Responden Berdasarkan variabel SPKA\_X1

Variable promosi kesehatan advokasi	Frekuensi	Presentasi
Sangat Tidak Baik	6	2,2
Tidak Baik	51	18,9
<b>Baik</b>	<b>161</b>	<b>59,6</b>
Sangat Baik	52	19,3
<b>Jumlah</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>

Tabel 2.1 Hubungan SPKA\_X1 dengan KPTK\_Y

Kesadaran Pasien Terhadap Kesehatan		
Strategi Promosi Kesehatan Advokasi	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<i>Correlation Coefficient</i>



	0,000	0,491
--	-------	-------

Sumber: Olah Data 2024, SPSS

Berdasarkan output diatas diketahui nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,000, karena nilai Sig.(2-tailed) < 0,05. Artinya H1 diterima dan H0 ditolak, hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel penerapan strategi promosi kesehatan secara advokasi dengan tingkat kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Dan diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,491 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut termasuk ke dalam kategori hubungan yang cukup kuat.

**2. Hubungan Strategi Promosi Kesehatan Kemitraan (SPKK\_X2) dengan Kesadaran Pasien Terhadap Kesehatan (KPTK\_Y)**

Tabel 3 Distribusi Responden Berdasarkan variabel SPKA\_X2

Variabel promosi kesehatan kemitraan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Tidak Baik	9	3,3
Tidak Baik	50	18,5
<b>Baik</b>	<b>183</b>	<b>67,8</b>
Sangat Baik	28	10,4
Jumlah	270	100,0

Tabel 3.1 Hubungan SPKK\_X2 dengan KPTK\_Y

Kesadaran Pasien Terhadap Kesehatan		
Strategi Promosi Kesehatan Kemitraan	Sig. (2-tailed)	Correlation Coefficient
	0,000	0,623

Sumber: Olah Data 2024, SPSS

Berdasarkan output diatas diketahui nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,000, karena nilai Sig.(2-tailed) < 0,05. Artinya H1 diterima dan H0 ditolak, hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel penerapan strategi promosi kesehatan secara kemitraan dengan tingkat kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel strategi promosi kesehatan di bidang kemitraan dengan kesadaran pasien mengenai kesehatan. Dan diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,623 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut termasuk ke dalam kategori hubungan yang kuat.

**3. Hubungan Strategi Promosi Kesehatan Pemberdayaan Masyarakat (SPKPM\_X3) dengan Kesadaran Pasien Terhadap Kesehatan (KPTK\_Y)**

Tabel 4 Distribusi responden berdasarkan variable SPKA\_X3

Variabel promosi kesehatan pemberdayaan masyarakat	Frekuensi	Presentasi
----------------------------------------------------	-----------	------------



Sangat Tidak Baik	7	2,6
Tidak Baik	64	23,7
<b>Baik</b>	<b>178</b>	<b>65,9</b>
Sangat Baik	21	7,8
Jumlah	270	100,0

Tabel 4.1 Hubungan SPKPM\_X3 dengan KPTK\_Y

Kesadaran Pasien Terhadap Kesehatan		
Strategi Promosi Kesehatan	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<i>Correlation</i>
Pemberdayaan Masyarakat	0,000	0,672

Sumber: Olah Data 2024, SPSS

Berdasarkan output diatas diketahui nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,000, karena nilai Sig.(2-tailed) < 0,05. Artinya H1 diterima dan H0 ditolak, hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel penerapan strategi promosi kesehatan secara pemberdayaan masyarakat dengan tingkat kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel strategi promosi kesehatan di bidang pemberdayaan masyarakat dengan kesadaran pasien mengenai kesehatan. Dan diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,672 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut termasuk ke dalam kategori hubungan yang kuat.

#### 4. Hubungan Strategi Promosi Kesehatan Bina Suasana (SPKBS\_X4) dengan Kesadaran Pasien Terhadap Kesehatan (KPTK\_Y)

Tabel 5 Distribusi Responden berdasarkan variabel SPKA\_X4

Variabel promosi kesehatan	Frekuensi	Presentasi
Bina suasana		
Sangat Tidak Baik	11	4,1
Tidak Baik	53	19,6
<b>Baik</b>	<b>162</b>	<b>60,0</b>
Sangat Baik	44	16,3
Jumlah	270	100,0

Tabel 5.1 Hubungan SPKPM\_X4 dengan KPTK\_Y

Kesadaran Pasien Terhadap Kesehatan		
Strategi Promosi Kesehatan Bina	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<i>Correlation</i>
Suasana	0,000	0,677

Sumber: Olah Data 2024, SPSS



Berdasarkan output diatas diketahui nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,000, karena nilai Sig.(2-tailed) < 0,05. Artinya H1 diterima dan H0 ditolak, hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel penerapan strategi promosi kesehatan secara bina suasana dengan tingkat kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel strategi promosi kesehatan di bidang bina suasana dengan kesadaran pasien mengenai kesehatan. Dan diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,677 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut termasuk ke dalam kategori hubungan yang kuat.

**Analisis Multivariat**

Tabel 6 Hasil Uji Multivariat Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.467	.124		3.780	.000
	SPKK_X2	.194	.058	.189	3.324	.001
	SPKPM_X3	.335	.064	.316	5.231	.000
	SPKBS_X4	.352	.047	.386	7.447	.000

Sumber: Olah Data 2024, SPSS

Dari tabel diatas diperoleh model sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n.....(1)$$

$$KPTK\_Y = 0,467 + 0,194 SPKK\_X2 + 0,335 SPKPM\_X3 + 0,352 SPKBS\_X4....(2)$$

Dapat dilihat bahwa variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran pasien mengenai kesehatan, yaitu strategi promosi kesehatan dibidang kemitraan, pemberdayaan masyarakat, dan bina suasana. Dilihat dari nilai Sig. < 0,05 di setiap variabel X2, X3, dan X4. Sedangkan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kesadaran pasien mengenai kesehatan, dapat dilihat dari koefisien beta yang paling besar, yaitu variabel X4 (Strategi Promosi Kesehatan Bina Suasana) sebesar 0,352.

Hal ini menunjukkan bahwa strategi bina suasana adalah faktor paling signifikan dalam meningkatkan kesadaran pasien mengenai kesehatan dibandingkan dengan strategi-strategi lainnya. Strategi bina suasana melibatkan upaya menciptakan lingkungan yang mendukung perilaku sehat, kampanye kesehatan yang positif, dan suasana yang mendorong kesadaran kesehatan.

Tabel 7 Nilai R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 <sup>a</sup>	.625	.620	.401

Sumber: Olah Data 2024, SPSS

Dari tabel diatas diperoleh nilai R-Square sebesar 0,625. Nilai R-square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,625 dalam konteks analisis regresi menunjukkan bahwa 62,5% dari variasi dalam kesadaran kesehatan pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah dapat dijelaskan oleh variabel-variabel strategi promosi kesehatan, yaitu advokasi, kemitraan, pemberdayaan masyarakat, dan bina

suasana. Ini menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara strategi promosi kesehatan dan kesadaran kesehatan pasien.

Sementara 37,5% dari variasi dalam kesadaran kesehatan pasien masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini. Ini bisa mencakup faktor-faktor individu, sosial, ekonomi, atau faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Penerapan Strategi Promosi Kesehatan Secara Advokasi Terhadap Tingkat Kesadaran Kesehatan**

Kesadaran pasien terhadap kesehatan yang masuk dalam kategori baik sebesar 68,9% menunjukkan bahwa dari 270 responden, sebanyak 186 setuju bahwa strategi promosi kesehatan, khususnya di bidang advokasi, memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran mereka. Hal ini sejalan dengan hasil univariat yang menunjukkan bahwa strategi promosi kesehatan melalui advokasi termasuk dalam kategori baik dengan persentase 59,6%. Berdasarkan analisis statistik, nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,000 menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya ada hubungan yang signifikan antara strategi promosi kesehatan advokasi dan kesadaran kesehatan pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Koefisien korelasi sebesar 0,491 menunjukkan hubungan yang cukup kuat dan arah hubungan yang positif, mengindikasikan bahwa semakin intensif atau efektif strategi advokasi, semakin tinggi kesadaran pasien terhadap kesehatan.

Penelitian terdahulu juga mendukung temuan ini. Studi yang dilakukan oleh Brewer et al., [7] menemukan bahwa kampanye advokasi kesehatan yang terstruktur dan berkelanjutan dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran kesehatan di kalangan masyarakat. Selain itu, penelitian oleh Maryanti et al., [8] menunjukkan bahwa promosi kesehatan melalui media massa dan advokasi dapat secara signifikan mempengaruhi perilaku kesehatan individu.

Teori kesadaran kesehatan (Health Belief Model) juga mendukung hasil penelitian ini. Model ini menyatakan bahwa kesadaran dan perilaku kesehatan dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap kerentanan mereka terhadap penyakit, keseriusan penyakit, manfaat dari tindakan kesehatan, dan hambatan yang mereka hadapi. Advokasi kesehatan bertujuan untuk mempengaruhi persepsi ini dengan menyediakan informasi yang akurat dan relevan, meningkatkan pemahaman pasien tentang pentingnya tindakan kesehatan, dan mengurangi hambatan terhadap tindakan kesehatan yang positif.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi kesehatan melalui advokasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran kesehatan pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Penerapan advokasi yang efektif dapat menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi pasien untuk memahami dan mengambil tindakan terhadap kesehatan mereka, sesuai dengan teori bauran promosi dan teori kesadaran kesehatan.

### **2. Penerapan Strategi Promosi Kesehatan Secara Kemitraan Terhadap Tingkat Kesadaran Kesehatan**

Strategi promosi kesehatan di bidang kemitraan memiliki hubungan yang erat dalam memengaruhi kesadaran pasien. Hal ini terlihat dari hasil univariat yang menunjukkan bahwa variabel strategi promosi kesehatan melalui kemitraan termasuk dalam kategori





baik sebesar 67,8%. Berdasarkan hasil uji bivariat, nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,000 menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, yang berarti ada hubungan signifikan antara penerapan strategi promosi kesehatan secara kemitraan dengan tingkat kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Koefisien korelasi sebesar 0,623 menunjukkan hubungan yang kuat dan arah hubungan yang positif, artinya semakin intensif atau efektif strategi promosi kesehatan melalui kemitraan yang dilakukan, maka semakin tinggi tingkat kesadaran pasien mengenai kesehatan.

Penelitian terdahulu mendukung hasil ini. Studi oleh Singh et al., [9] menemukan bahwa kemitraan antara rumah sakit dan komunitas lokal secara signifikan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program kesehatan dan kesadaran tentang pencegahan penyakit. Penelitian oleh Maryanti et al., [8] juga menegaskan pentingnya kemitraan dalam promosi kesehatan, dengan menemukan bahwa program-program kesehatan yang dijalankan melalui kerjasama dengan berbagai stakeholder lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan perilaku sehat.

Teori kesadaran kesehatan (Health Belief Model) juga mendukung hasil penelitian ini. Model ini menyatakan bahwa kesadaran dan perilaku kesehatan dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap kerentanan mereka terhadap penyakit, keseriusan penyakit, manfaat dari tindakan kesehatan, dan hambatan yang mereka hadapi. Kemitraan dalam promosi kesehatan bertujuan untuk mempengaruhi persepsi ini dengan menyediakan informasi yang akurat dan relevan melalui berbagai saluran, meningkatkan pemahaman pasien tentang pentingnya tindakan kesehatan, dan mengurangi hambatan terhadap tindakan kesehatan yang positif.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi kesehatan melalui kemitraan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran kesehatan pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Penerapan kemitraan yang efektif dapat menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi pasien untuk memahami dan mengambil tindakan terhadap kesehatan mereka, sesuai dengan teori bauran promosi dan teori kesadaran kesehatan.

### **3. Penerapan Strategi Promosi Kesehatan Secara Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Tingkat Kesadaran Kesehatan**

Strategi promosi kesehatan di bidang pemberdayaan masyarakat memiliki hubungan yang erat dalam memengaruhi kesadaran pasien. Hal ini dapat dilihat dari hasil univariat yang menunjukkan bahwa variabel strategi promosi kesehatan melalui pemberdayaan masyarakat termasuk dalam kategori baik sebesar 65,9%. Berdasarkan output hasil uji bivariat, nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,000 menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, yang berarti ada hubungan signifikan antara penerapan strategi promosi kesehatan secara pemberdayaan masyarakat dengan tingkat kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Koefisien korelasi sebesar 0,672 menunjukkan hubungan yang kuat dan arah hubungan yang positif, artinya semakin intensif atau efektif strategi promosi kesehatan melalui pemberdayaan masyarakat yang dilakukan, maka semakin tinggi tingkat kesadaran pasien mengenai kesehatan.

Penelitian terdahulu mendukung hasil ini. Studi oleh Bulolo [10] menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui program-program kesehatan komunitas secara signifikan meningkatkan kesadaran dan perilaku kesehatan di kalangan peserta. Selain



itu, penelitian oleh Larson [11] menemukan bahwa program kesehatan berbasis pemberdayaan masyarakat dapat mengurangi kesenjangan kesehatan dengan meningkatkan akses dan pengetahuan kesehatan di komunitas yang kurang terlayani.

Teori kesadaran kesehatan (Health Belief Model) juga mendukung hasil penelitian ini. Model ini menyatakan bahwa kesadaran dan perilaku kesehatan dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap kerentanan mereka terhadap penyakit, keseriusan penyakit, manfaat dari tindakan kesehatan, dan hambatan yang mereka hadapi. Pemberdayaan masyarakat dalam promosi kesehatan bertujuan untuk mempengaruhi persepsi ini dengan menyediakan informasi yang akurat dan relevan, meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri masyarakat dalam mengambil tindakan kesehatan, dan mengurangi hambatan terhadap perilaku sehat.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi kesehatan melalui pemberdayaan masyarakat memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran kesehatan pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Penerapan pemberdayaan masyarakat yang efektif dapat menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi pasien untuk memahami dan mengambil tindakan terhadap kesehatan mereka, sesuai dengan teori bauran promosi dan teori kesadaran kesehatan.

#### **4. Penerapan Strategi Promosi Kesehatan Secara Bina Suasana Terhadap Tingkat Kesadaran Kesehatan**

Strategi promosi kesehatan di bidang bina suasana memiliki hubungan yang erat dalam memengaruhi kesadaran pasien, hal ini dapat dilihat dari hasil univariat pada variabel strategi promosi kesehatan bina suasana yang termasuk dalam kategori baik sebesar 60,0%. Berdasarkan hasil uji bivariat, nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,000 menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, yang berarti ada hubungan signifikan antara penerapan strategi promosi kesehatan secara bina suasana dengan tingkat kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Koefisien korelasi sebesar 0,677 menunjukkan hubungan yang kuat dan arah hubungan yang positif, artinya semakin intensif atau efektif strategi promosi kesehatan melalui bina suasana yang dilakukan, maka semakin tinggi tingkat kesadaran pasien mengenai kesehatan. Ketika strategi bina suasana ditingkatkan, misalnya melalui menciptakan lingkungan rumah sakit yang bersih dan ramah, menyediakan fasilitas yang mendukung kesehatan, atau menjalankan kampanye yang menciptakan suasana positif terhadap kesehatan, maka kesadaran pasien tentang kesehatan juga meningkat. Sebaliknya, jika upaya bina suasana menurun, maka kesadaran pasien tentang kesehatan juga cenderung menurun.

Penelitian terdahulu mendukung hasil ini. Studi oleh Hendriani & Hadi [4] menemukan bahwa lingkungan rumah sakit yang mendukung dan suasana yang positif secara signifikan meningkatkan kesadaran dan perilaku kesehatan pasien. Penelitian oleh Bulolo [10] juga menunjukkan bahwa suasana rumah sakit yang ramah dan fasilitas yang mendukung kesehatan dapat meningkatkan pengalaman pasien dan kesadaran mereka tentang kesehatan. Selain itu, studi oleh Mufid [12] menegaskan bahwa kampanye kesehatan yang menciptakan suasana positif dan mendukung di rumah sakit dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi pasien dalam program kesehatan.

Teori kesadaran kesehatan (Health Belief Model) juga mendukung hasil penelitian ini. Model ini menyatakan bahwa kesadaran dan perilaku kesehatan dipengaruhi oleh



persepsi individu terhadap kerentanan mereka terhadap penyakit, keseriusan penyakit, manfaat dari tindakan kesehatan, dan hambatan yang mereka hadapi. Bina suasana dalam promosi kesehatan bertujuan untuk mempengaruhi persepsi ini dengan menyediakan lingkungan yang mendukung dan suasana yang positif, meningkatkan pemahaman pasien tentang pentingnya tindakan kesehatan, dan mengurangi hambatan terhadap perilaku sehat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi kesehatan melalui bina suasana memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran kesehatan pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Penerapan bina suasana yang efektif dapat menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi pasien untuk memahami dan mengambil tindakan terhadap kesehatan mereka, sesuai dengan teori bauran promosi dan teori kesadaran kesehatan. Strategi bina suasana terbukti sebagai faktor paling signifikan dalam meningkatkan kesadaran pasien mengenai kesehatan dibandingkan dengan strategi-strategi lainnya, dengan koefisien beta sebesar 0,352 menunjukkan pengaruh terbesar di antara variabel lainnya.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis statistik, nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,000 menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya ada hubungan yang signifikan antara strategi promosi kesehatan advokasi dan kesadaran kesehatan pasien rawat inap di Rumah Sakit Azizah. Koefisien korelasi sebesar 0,491 menunjukkan hubungan yang cukup kuat.

Dari hasil uji multivariat menggunakan regresi linear berganda, variabel strategi promosi kesehatan di bidang bina suasana adalah variabel yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap di RS Azizah, dengan koefisien beta sebesar 0,352. Dibandingkan dengan nilai koefisien variabel  $X_3$  sebesar 0,335 dan variabel  $X_2$  sebesar 0,194.

Strategi bina suasana adalah yang paling tepat dan paling berdampak dalam mengoptimalkan promosi kesehatan di Rumah Sakit Azizah untuk meningkatkan kesadaran kesehatan pada pasien rawat inap. Namun, implementasi yang efektif dari ketiga strategi lainnya, seperti advokasi, kemitraan, dan pemberdayaan masyarakat juga penting serta saling mendukung dalam mencapai hasil yang optimal. Kombinasi dari semua strategi ini akan memberikan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan dalam promosi kesehatan di rumah sakit.

Kemitraan RS Azizah sebaiknya dapat membangun dan memperkuat kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, perusahaan, dan organisasi komunitas, untuk mendukung program promosi kesehatan. Selain itu dapat mengembangkan program-program kesehatan bersama dengan mitra, seperti klinik kesehatan mobile atau program edukasi kesehatan di komunitas. Untuk variabel advokasi Rumah Sakit Azizah Metro sebaiknya melaksanakan pelatihan rutin bagi staf rumah sakit tentang pentingnya advokasi dalam promosi kesehatan, termasuk teknik komunikasi yang efektif dan kebijakan kesehatan yang relevan. Rumah sakit juga perlu mengadakan kampanye informasi secara berkala untuk pasien dan keluarga mengenai hak-hak pasien, kebijakan kesehatan, dan cara mengakses layanan kesehatan.



## Referensi

- [1] Permenkes RI, “Permenkes RI No. 44 tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit,” Kesehatan, no. 1297, 2018.
- [2] N. S. A. H. Talitha Ika Ramadhona, Endang Budiati, “Analisis Implementasi Promosi Kesehatan Rumah Sakit.” 2021.
- [3] Kementerian kesehatan RI, “Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia,” Peratur. Menteri Kesehat. No. 2269 TAHUN 2011 tentang Pedoman Perilaku Hidup Bersih dan Sehat, p. 4, 2011.
- [4] A. D. Hendriani and E. N. Hadi, “EVALUASI STANDAR PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT DI RUMAH SAKIT UMUM DAERAH dr. SOEKARDJO KOTA TASIKMALAYA,” Jukema (Jurnal Kesehat. Masy. Aceh), vol. 6, no. 1, pp. 29–42, 2020, doi: 10.37598/jukema.v6i1.798.
- [5] Fakhsiannor, A. Fauzan, and Netty, “Hubungan Pengetahuan, Sikap Dan Tindakan Petugas Kesehatan Terhadap Pelaksanaan Promosi Kesehatan Di Rs. Bhayangkara Tk. Iii Banjarmasin Tahun 2022,” An-Nadaa J. Kesehat. Masy., vol. 10, no. 1, p. 92, 2023, doi: 10.31602/ann.v10i1.11120.
- [6] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Ketiga. Bandung: Alfabeta, 2021.
- [7] N. T. Brewer, G. B. Chapman, A. J. Rothman, J. Leask, and A. Kempe, “Increasing Vaccination: Putting Psychological Science Into Action,” Psychol. Sci. Public Interes., vol. 18, no. 3, pp. 149–207, 2017, doi: 10.1177/1529100618760521.
- [8] E. Maryanti, I. Anggraini, S. Lasmawanti, F. Fahmashufyani, and M. Crystandy, “Strategi Promosi Kesehatan terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Pencegahan Diare pada Anak Balita,” J. Telenursing, vol. 5, no. 1, pp. 133–142, 2023, doi: 10.31539/joting.v5i1.4757.
- [9] S. Singh et al., “Community participation in health services development: A systematic review on outcomes,” Eur. J. Public Health, vol. 27, no. suppl\_3, pp. 1–25, 2017, doi: 10.1093/eurpub/ckx187.429.
- [10] S. Bulolo, “Analysis Of Pratama Hospital Health Promotion Implementation Strategies North Nias District,” Tour Heal. J., vol. 2, no. 2, pp. 149–162, 2023.
- [11] H. J. Larson et al., “Measuring trust in vaccination: A systematic review,” Hum. Vaccines Immunother., vol. 14, no. 7, pp. 1599–1609, 2018, doi: 10.1080/21645515.2018.1459252.
- [12] A. Mufid, L. Sulaeman, and Sastrawan, “FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN IMPLEMENTASI PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT,” J. Telenursing, vol. 5, no. 2, pp. 3436–3444, 2023.