

## Pelatihan Pembuatan *Flyer* Promosi untuk Menunjang *Digital Marketing* pada Klinik Kesehatan

Yana Adharani<sup>1</sup>, Retnani Latifah<sup>2\*</sup>, Popy Meilina<sup>3</sup>, Nurvelly Rosanti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl Cempaka Putih Tengah 27 Jakarta, 10510

\*E-mail : [retnani.latifah@ftumj.ac.id](mailto:retnani.latifah@ftumj.ac.id)

### ABSTRAK

Klinik sebagai salah satu instansi kesehatan perlu melakukan promosi untuk memperluas jangkauan pelayanan, mengidentifikasi kebutuhan pasien dan memberikan edukasi kesehatan terhadap masyarakat. Altha Medika merupakan salah satu klinik yang terdapat di kabupaten Sukabumi, Jawa Barat yang dalam proses promosinya masih menggunakan cara konvensional. Klinik ini juga masih menggunakan pihak ketiga dalam membuat media promosi yang menyebabkan biaya untuk melakukan promosi menjadi bertambah. Biaya tersebut dapat diminimalisir apabila Klinik Altha Medika membuat media promosi secara mandiri dan mempromosikannya melalui kanal digital. Kendala yang dihadapi oleh Klinik Altha Medika adalah pegawai klinik belum memiliki kemampuan untuk membuat media promosi secara mandiri. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat (pengmas) ini, Tim pengmas Prodi Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) memberikan sosialisasi mengenai pentingnya promosi secara digital bagi instansi kesehatan dan pelatihan pembuatan *flyer* promosi menggunakan aplikasi Canva. Pelatihan diikuti oleh empat orang pegawai dan manajemen Klinik Altha Medika. Meskipun kegiatan dilaksanakan secara daring, peserta menyatakan bahwa pelaksanaan kegiatan berjalan dengan baik dan efektif. Selain itu, peserta juga menyatakan bahwa pelatihan yang diberikan sudah sangat sesuai dengan kebutuhan *digital marketing* di Klinik Altha Medika. Peserta juga dapat memahami materi yang diberikan dan merasa sangat mudah dalam mengikuti tutorial pembuatan *flyer*. Di akhir pelatihan, pegawai Klinik Altha Medika berhasil membuat media promosi berupa *flyer* secara mandiri dan semakin mantap untuk menggunakan *digital marketing* sebagai sarana promosi.

**Kata kunci:** digital marketing, instansi kesehatan, pelatihan

### ABSTRACT

*Clinic, as one type of healthcare institutions, needs to promote themselves to get new patients, identifies their requirements and provides health education to society. Altha Medika is a clinic in Sukabumi, Jawa Barat, in which in their promotional activity, Altha Medika clinic still use conventional means. Furthermore, this clinic also used third party services to make the design for their promotional contents resulting in the increase of their promotional budget. The budget could be minimize if Altha Medika clinic could make their own content for promotional activity and market it through digital channel. One limitation in Altha Medika clinic is they do not have employee that have knowledge in digital marketing and could make their own promotional content. In this community services, a team from Informatics department provides a tutoring session about digital marketing for healthcare institution and making their own promotional content using Canva. Although this activity was done through online means, all the participants said that the activity was well done and effective. In addition, all participants also said that the tutoring session provided by the community service team was suitable for Altha Medika's need in digital marketing. Participants could understand the material and felt that the tutorial was easy to follow. At the end of the session, Altha Medika employee managed to make their own promotional content in flyer form and have more motivation to use digital marketing to promote their clinic.*

**Keywords:** digital marketing, healthcare institution, tutoring

## 1. PENDAHULUAN

Klinik kesehatan merupakan salah satu instansi yang menyediakan jasa pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Selain memberikan pelayanan kesehatan, klinik juga berfungsi untuk memberikan edukasi terkait pola hidup sehat. Untuk dapat memberikan informasi program, pelayanan, dan edukasi kesehatan, klinik perlu melakukan promosi agar dapat menjangkau masyarakat luas. Tujuan dari promosi ini adalah untuk mempelajari dan memahami kebutuhan pasien sehingga instansi kesehatan, termasuk klinik, dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan standar yang baik (Radu, et al., 2017).

Di tengah pandemi COVID-19 seperti saat ini, peran klinik dalam memberikan edukasi terkait kesehatan menjadi sangat penting. Melalui media promosi, klinik dapat mengajak masyarakat sekitar agar tetap mematuhi protokol kesehatan dan menjaga kesehatan selama berada di rumah. Hal ini sesuai dengan firman Allah yang berbunyi

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ  
الْمُقْلِحُونَ

*Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung*" (Q.S Ali Imran 3/104).

Klinik juga perlu melihat *trend* yang terjadi saat ini, di mana masyarakat, tidak hanya anak muda, tetapi juga orang tua di atas 50 tahun, cenderung mencari informasi terkait kesehatan dan pengobatan di Internet (StClergy, 2019) baik itu melalui media sosial, forum daring maupun *message board* (Kotsenas, et al., 2018). Dari penelitian (Radu, et al., 2017) diketahui bahwa terdapat 99 pasien (78.57% dari total responden) yang terpengaruh oleh promosi di internet dalam menentukan fasilitas atau layanan kesehatan. Tidak sedikit masyarakat yang mempercayai konten kesehatan yang didapatkan di internet, termasuk konten terkait cara mengobati dan mencegah suatu penyakit, padahal terdapat kemungkinan bahwa informasi yang diberikan kurang atau tidak valid.

Instansi kesehatan, termasuk klinik, merupakan salah satu sumber yang dapat dipercaya untuk memberikan informasi yang valid terkait kesehatan. Oleh karena itu, mereka perlu membuat media promosi melalui kanal digital untuk meminimalisir kesalahan informasi

di internet serta memberikan informasi pelayanan dan program klinik lainnya. Pentingnya promosi di Internet menyebabkan beberapa instansi kesehatan sudah memanfaatkan *digital marketing* atau melakukan promosi melalui media digital. Promosi digital ini dapat dilakukan melalui media sosial, website, optimasi mesin pencari, email, video marketing maupun pembuatan aplikasi. Promosi digital tidak hanya digunakan untuk menarik pasien, tetapi juga untuk memastikan kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan (Radu, et al., 2017).

Penerapan *digital marketing* di Dubai terbukti memperkuat *brand image* dari instansi kesehatan untuk layanan *medical tourism* dan membantu pasien dalam menentukan tempat atau rumah sakit yang akan dituju pada skema *medical tourism* (Subramaniam, Singhal, & Hopkinson, 2019). Di Indonesia sendiri, komunikasi digital melalui aplikasi sudah dilakukan di Rumah Sakit PHC Surabaya melalui aplikasi RSPHC Care yang memberikan informasi dan promosi terkait layanan yang diberikan kepada pasien dan masyarakat (Rony & Panuju, 2018). Selain itu, saat ini sudah banyak rumah sakit, puskesmas maupun klinik yang memanfaatkan sosial media untuk melakukan promosi. Meskipun demikian, masih ada beberapa instansi kesehatan yang belum memanfaatkan media promosi digital secara maksimal, salah satunya adalah Klinik Altha Medika Sukabumi, Jawa Barat.

Klinik Altha Medika masih menggunakan cara konvensional dalam melakukan promosi kepada masyarakat seperti memasang poster di area sekitar klinik. Hal tersebut mengakibatkan cakupan area promosi menjadi sangat terbatas. Disamping itu, belum ada pegawai di Klinik Altha Medika yang memiliki kemampuan membuat desain *flyer* promosi, sehingga jika akan membuat *flyer* atau poster promosi, pihak klinik harus mengeluarkan sejumlah biaya untuk menyewa jasa pembuatan dan percetakan poster. Hal ini tentu menambah biaya yg perlu dikeluarkan oleh klinik, padahal seharusnya dapat diminimalisir.

Berdasarkan permasalahan di atas, Tim pengmas Prodi Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) memberikan sosialisasi mengenai pentingnya promosi digital bagi instansi kesehatan dan pelatihan pembuatan *flyer* promosi digital menggunakan aplikasi Canva. Beberapa kegiatan pengabdian kepada

masyarakat yang menggunakan Canva antara lain adalah pelatihan pemasaran digital bagi siswa SMA dan SMK Harapan Denpasar (Puniawan, Joshua, & Kurniawati, 2018), pelatihan *copy writing* pemasaran pada Pengusaha micro (Kurniawati & Waluyo, 2019), dan pelatihan design grafis pada pemuda desa Limo (Zaman, As'adi, Rizal, & Mahfud, 2020).

Canva merupakan aplikasi desain grafis *online* yang dapat membantu pengguna membuat berbagai macam desain grafis seperti *flyer*, poster, sertifikat, infografis, proposal, dan lain sebagainya. Canva memiliki beragam *template* yang dapat dimodifikasi dengan mudah oleh pengguna. Canva juga dapat diakses melalui website maupun aplikasi *smartphone* sehingga dapat digunakan di mana saja.

Tujuan dilaksanakan kegiatan ini adalah agar pegawai Klinik Altha Medika yang bertugas untuk melakukan promosi dapat memahami pentingnya promosi melalui kanal digital. Selain itu, peserta dapat membuat desain *flyer* promosi secara mandiri dan diunggah ke media sosial atau media digital lain. Dengan demikian, pengeluaran klinik untuk promosi dapat diminimalisir.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan persiapan. Tahap yang pertama adalah analisis kebutuhan mitra di mana targetnya adalah mengetahui kebutuhan mitra agar pelatihan yang diberikan tepat sasaran dan sesuai kebutuhan. Dikarenakan pandemi COVID-19 masih berlangsung maka koordinasi dilakukan melalui sambungan telepon. Data yang didapatkan kemudian diolah oleh tim pengabdian kepada masyarakat. Keluaran dari tahapan ini adalah kebutuhan klinik, kondisi di lapangan dan kemampuan peserta. Kebutuhan dari klinik Altha Medika Sukabumi adalah perangkat promosi klinik di mana kondisinya tidak ada pegawai yang memiliki kemampuan desain grafis. Selain itu, pegawai yang akan mendapatkan pelatihan tidak memiliki latar belakang di bidang IT.

Tahap kedua adalah menentukan materi pelatihan dengan terlebih dahulu berdiskusi dengan manajemen Altha Medika dan melakukan analisis kebutuhan berdasarkan informasi yang diperoleh. Berdasarkan pertimbangan ketersediaan sarana, prasarana, dan latar belakang kemampuan penggunaan

teknologi informasi pegawai Altha Medika, maka diputuskan pelatihan yang diberikan adalah membuat *flyer* promosi kesehatan menggunakan aplikasi Canva berbasis website dan sosialisasi mengenai pentingnya promosi digital bagi industri pelayanan kesehatan.

Materi *digital marketing* diawali dengan memberikan penyuluhan terkait pentingnya pemasaran dan promosi secara digital, khususnya untuk instansi kesehatan. Peserta kemudian ditunjukkan contoh-contoh promosi digital yang telah dilakukan oleh instansi kesehatan lainnya.

Untuk pelatihan pembuatan *flyer* promosi menggunakan Canva, peserta diberikan tutorial terlebih dahulu, kemudian praktek langsung membuat *flyer* promosi. Materi yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan akun Canva
2. Menentukan jenis desain untuk materi promosi
3. Menentukan template
4. Melakukan editing pada template yang meliputi pengunggahan gambar atau foto, menambahkan elemen, melakukan penambahan dan perubahan tulisan, melakukan perubahan background
5. Menyimpan desain
6. Melakukan cetak
7. Melakukan proses unduh

Tahap Ketiga adalah melakukan pembahasan teknis pelaksanaan kegiatan. Pembahasan dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat melalui grup WhatsApp. Hasilnya adalah kegiatan dilaksanakan pada tanggal 8 Juli 2020 pukul 10.00 – 12.00. Kegiatan dilaksanakan secara daring melalui platform Google Meet dengan url <https://meet.google.com/amc-nyyo-dir>. *Output* yang dihasilkan berupa daftar kebutuhan pelaksanaan kegiatan, yaitu laptop/komputer dan kuota internet, yang kemudian diinfokan kepada pihak Klinik Altha Medika melalui sambungan telepon. Dari hasil diskusi, pihak Altha Medika menyetujui teknis pelaksanaan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan susunan acara seperti pada tabel 1. Setelah kegiatan dilakukan, peserta diminta untuk mengisi kuesioner melalui *Google Form* untuk mengetahui hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan. Pertanyaan kuesioner yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan digital marketing di klinik Altha Medika?
2. Apakah anda dapat memahami materi pembuatan flyer promosi yang diberikan?
3. Apakah tutorial pembuatan flyer promosi dengan menggunakan canva mudah diikuti dan dapat diimplementasikan?
4. Setelah mengikuti pengmas, anda semakin mantap untuk melakukan digital marketing dengan membuat design flyer sendiri menggunakan canva

5. Apakah pelaksanaan pengmas berjalan dengan baik?
6. Menurut anda, bagaimana efektifitas pelaksanaan pelatihan secara online?

Semua peserta dari klinik Altha Medika yang mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mendapatkan sertifikat keikutsertaan yang disahkan oleh Ketua Prodi Teknik Informatika UMJ dan direktur Klinik Altha Medika.

**Tabel 1.** Susunan Acara Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

WAKTU	KEGIATAN	PIC
10.00 – 10.10	Pembukaan Acara	MC: Popy Meilina, M.Kom
10.00 – 10.20	Sambutan Ketua Program Studi Teknik Informatika	Sitti Nurbaya Ambo, M.MSI
10.20 – 10.50	Pemaparan materi: Digital Marketing Untuk Instansi Kesehatan	Retnani Latifah, M.Kom
10.50 – 11. 20	Pemaparan materi: Pelatihan Pembuatan <i>Flyer</i> Promosi Klinik Kesehatan Berbasis Canva	Yana Adharani, M.Kom
11.20 – 12.00	Praktek pembuatan <i>Flyer</i> promosi menggunakan Canva	Yana Adharani, M.Kom Nurvelly Rosanti, M.Kom

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah empat orang pegawai Klinik Altha Medika. Pihak Klinik Altha Medika menyediakan dua buah komputer dan kuota internet. Kegiatan dilaksanakan sesuai jadwal pada tanggal 8 Juli 2020 pukul 10.00 – 12.00 melalui link Google Meet yang telah diberikan sebelumnya, seperti ditunjukkan pada gambar 1.



**Gambar 1.** Pelaksanaan Kegiatan

Setelah pengenalan tim anggota pengabdian kepada masyarakat yang berjumlah empat orang dan sambutan dari Ketua Program Studi Teknik Informatika, acara dilanjutkan dengan pemaparan materi *digital marketing* untuk instansi kesehatan seperti terlihat di

gambar 2 dan tutorial pembuatan *flyer* promosi seperti terlihat pada gambar 3.

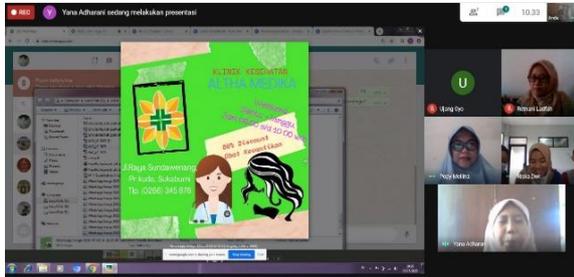


**Gambar 2.** Pemaparan Materi Digital Marketing



**Gambar 3.** Tutorial Pembuatan Flyer Promosi Klinik Kesehatan

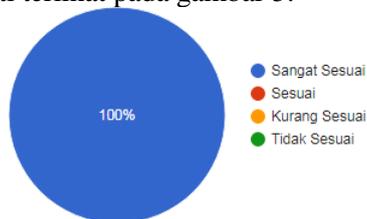
Di akhir kegiatan, peserta menunjukkan *flyer* promosi yang telah dibuat. Contoh *flyer* promosi yang berhasil dibuat oleh peserta dapat dilihat pada gambar 4.



**Gambar 4.** *Flyer* Promosi Hasil Desain Peserta Pelatihan

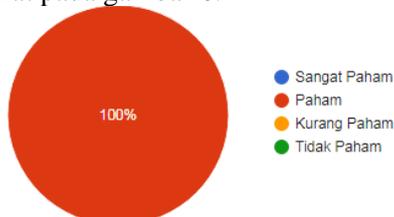
Selanjutnya peserta diminta untuk mengisi kuesioner sesuai dengan apa yang dirasakan selama mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hasil evaluasi kegiatan berdasarkan jawaban peserta terhadap kuesioner yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Peserta menyatakan bahwa pelatihan yang diberikan sangat sesuai dengan kebutuhan *digital marketing* di Klinik Altha Medika seperti terlihat pada gambar 5.



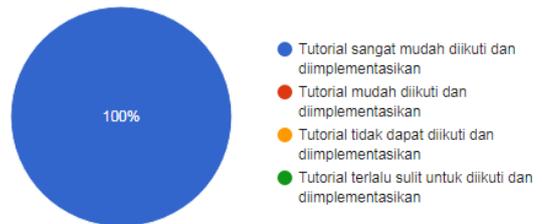
**Gambar 5.** Tanggapan Pertanyaan 1

2. Peserta menyatakan bahwa mereka dapat memahami materi pembuatan *flyer* promosi yang telah diberikan seperti terlihat pada gambar 6.



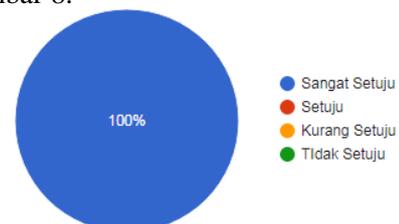
**Gambar 6.** Tanggapan Pertanyaan 2

3. Peserta menyatakan bahwa tutorial pembuatan *flyer* promosi menggunakan Canva sangat mudah diikuti dan diimplementasikan seperti terlihat pada gambar 7.



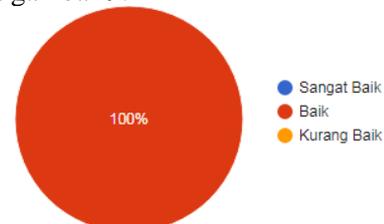
**Gambar 7.** Tanggapan Pertanyaan 3

4. Peserta sangat setuju dengan pernyataan bahwa mereka merasa semakin mantap untuk melakukan *digital marketing* dengan membuat *flyer* secara mandiri menggunakan Canva seperti terlihat pada gambar 8.



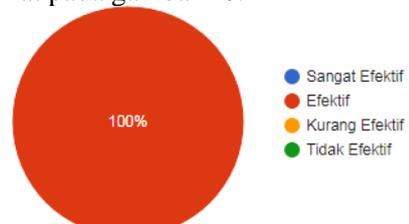
**Gambar 8.** Tanggapan Pertanyaan 4

5. Peserta menyatakan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sudah berjalan dengan baik seperti terlihat pada gambar 9.



**Gambar 9.** Tanggapan Pertanyaan 5

6. Peserta menyatakan bahwa pelaksanaan kegiatan secara daring sudah efektif seperti terlihat pada gambar 10.



**Gambar 10.** Tanggapan Pertanyaan 6

Dari hasil kuesioner di atas, terlihat bahwa pelatihan yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan di klinik Altha Medika dan penyampaian materi mudah dipahami oleh peserta. Hasil pelatihan akan digunakan oleh klinik Altha Medika untuk membuat *flyer*

promosi dan disebarikan melalui kanal digital. Pelaksanaan kegiatan juga sudah berjalan dengan baik dan efektif.

## 5. KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra Klinik Altha Medika Sukabumi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Pegawai Klinik Altha Medika memerlukan pengetahuan agar dapat membuat desain flyer promosi secara mandiri untuk menunjang *digital marketing*.
2. Pegawai Klinik Altha Medika dapat memahami materi yang diberikan dan dapat dengan mudah mengikuti tutorial yang diberikan.
3. Setelah mengikuti pelatihan, pegawai Klinik Altha Medika dapat membuat desain flyer promosi secara mandiri dan semakin mantap untuk menggunakan *digital marketing* sebagai media promosi dengan harapan biaya yang dikeluarkan untuk promosi dapat diminimalisir.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotsenas, A. L., Arce, M., Aase, L., Timimi, F. K., Young, C., & Wald, J. T. (2018). The Strategic Imperative for the Use of Social Media in Health Care. *Journal of the American College of Radiology Vol 15*, 155-161. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1546144017311808>
- Kurniawati, D., & Waluyo, Y. S. (2019). Pelatihan Teknik Copy Writing dalam Bahasa Inggris Menggunakan Aplikasi Canva untuk Pengusaha Micro yang Tergabung dalam WOOBIZ. *Mitra Akademia*, 21-25.
- Puniawan, I. E., Joshua, J. W., & Kurniawati, N. S. (2018). Workshop dan Pelatihan Bidang Pemasaran Digital Bagi Siswa SMK dan SMA Harapan Denpasar. *SINAPTEK* (pp. 2017-2020). LP2M - UNDHIRA BALI.
- Radu, G., Solomon, M., Gheorghe, C., Hostiuc, M., Bulescu, I., & Purcarea, V. (2017). The adaptation of health care marketing to the digital era. *Journal of Medicine and Life Vol 10 Issue 1*, 44-46.
- Rony, N. F., & Panuju, R. (2018). Digital Media Hospital: Aplikasi Komunikasi Pemasaran Berbasis Daring. *Jurnal Komunikasi Profesional Vol 2 No 2*, 120-128.
- StClergy, K. D. (2019). Digital Marketing for Private Practice: How to Attract New Patients. *Seminars in Hearing Vol 40 Issue 3*, 260-269.
- Subramaniam, R. K., Singhal, A., & Hopkinson, P. (2019). Role of Digital Marketing to Enhance Medical Tourism of Dubai. *2nd International Conference on Tourism Research* (pp. 330-336). Porto: Academic Conferences and Publishing International Limited Reading.
- Zaman, A. N., As'adi, M., Rizal, R., & Mahfud, H. (2020). Pemberdayaan dan Pelatihan Desain Grafis Bisnis Kekinian pada Desa LIMO. *Jurnal Widya Laksana*, 6-10.