



## PENDAMPINGAN DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI FARMASI BAGI PETUGAS FARMASI DI RUMAH SAKIT

Anwar Rosyadi

Program Studi Ilmu Farmasi, Fakultas Ilmu Farmasi Klinik STIKes Bina Cipta Husada Purwokerto



**\*Corresponding author**

**Anwar Rosyadi**

Email :

[anwarrosyadi1691@gmail.com](mailto:anwarrosyadi1691@gmail.com)

HP: +62 812-2638-0025

**Kata Kunci:**

*E-flyer*

Instagram;

Komunikasi farmasi;

Media Sosial;

Pendampingan;

**Keywords:**

*Assistance;*

*E-flyer;*

*Instagram;*

*pharmaceutical*

*communications;*

*Social Media;*

**ABSTRAK**

Komunikasi Farmasi merupakan suatu interaksi yang dapat dilakukan oleh seorang tenaga kefarmasian baik itu Apoteker maupun Vokasi Farmasi dalam melakukan tugasnya untuk memberikan informasi mengenai dunia farmasi kepada masyarakat luas, namun karena kesibukan dalam pelayanan sering kali komunikasi farmasi hanya dilakukan terbatas hanya pada saat pemberian informasi obat maupun saat konseling. Pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk komunikasi farmasi harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya supaya tujuan pemerintah untuk meningkatkan penggunaan obat yang rasional tercapai. Salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi farmasi adalah Instagram. Rumah Sakit merupakan salah satu tempat pelayanan dengan jumlah tenaga kefarmasian terbanyak. Diharapkan mulai dari petugas kefarmasian di Rumah Sakit yang memberikan komunikasi farmasi menggunakan media sosial terlebih dahulu maka pemanfaatan media sosial lain oleh seluruh tenaga medis akan meningkat. Komunikasi Farmasi yang telah dilakukan dengan cara pembuatan *e-flyer* cara penggunaan obat khusus (insulin) dengan aplikasi *canva* dan dipublish di media sosial Instagram. Kegiatan diikuti oleh seluruh tenaga kefarmasian RSUD Siaga Medika Purbalingga sebanyak 32 peserta yang terdiri dari Apoteker dan tenaga Vokasi Farmasi. Hasil dari evaluasi menyatakan hampir seluruh peserta (90,63%) mengaku mudah dalam memanfaatkan aplikasi *canva* sebagai alat untuk pembuatan media edukasi. Sedangkan sisanya (9,37%) mengaku masih kesulitan dalam memanfaatkan aplikasi *canva*. Berdasarkan hasil unggahan 1 kali 24 jam diketahui bahwa jumlah "like" unggahan *e-flyer* tersebut mendapatkan 23 "like" yang artinya banyak pembaca merasa puas dengan adanya komunikasi farmasi pada media sosial Instagram tersebut.



## **ABSTRACT**

*Pharmaceutical Communication is an interaction between Pharmacists and the public regarding providing information about pharmacy. Because pharmacists are busy, pharmaceutical communication is limited to providing drug information and counseling. The use of social media for pharmaceutical communications must be utilized properly. So that rational drug use increases. Instagram is a social media that can be used as pharmaceutical communication. Hospitals have a large number of pharmaceutical staff. So it is hoped that social media can be utilized as a good pharmaceutical communication tool. Pharmacy communication is carried out by creating an e-flyer "how to use medicine (insulin)" with the Canva application and then uploading it to Instagram. This activity was attended by all 32 pharmacists at RSU Siaga Medika Purbalingga. The results of the evaluation were that almost all participants (90.63%) found it easy to use the Canva application. Meanwhile, the remainder (9.37%) found it difficult to use the Canva application. Based on the upload results for 24 hours, the number of likes for the e-flyer upload got 23 likes. This means that many readers are satisfied with the pharmaceutical communication on Instagram social media.*

## PENDAHULUAN

Komunikasi Farmasi merupakan suatu interaksi yang dapat dilakukan oleh seorang tenaga kefarmasian baik itu Apoteker maupun Vokasi Farmasi dalam melakukan tugasnya untuk memberikan informasi mengenai dunia farmasi kepada masyarakat luas, namun karena kesibukan dalam pelayanan sering kali komunikasi farmasi hanya dilakukan terbatas hanya pada saat pemberian informasi obat maupun saat konseling. Semakin baik tenaga farmasi dalam memberikan informasi dan edukasi maka terbukti semakin meningkat sekitar 64% pemahaman masyarakat terhadap penggunaan obat yang baik dan benar khususnya pada masyarakat usia geriatri (Amanda, et al, 2021). Komunikasi farmasi yang dapat dilakukan oleh tenaga farmasi antara lain Konseling, pemberian informasi obat, dan swamedikasi. Pemberian edukasi dan informasi obat yang baik juga dapat meningkatkan kepuasan dari diri pasien sebanyak 72% terhadap pelayanan kefarmasian (Maf'ula, Isa, et al, 2023).

Komunikasi farmasi yang baik berkaitan dengan kualitas dari tenaga farmasi itu juga. Semakin baik kualitas tenaga farmasi maka kualitas komunikasi farmasi yang diberikan juga semakin baik, begitu juga sebaliknya. Dampak dari buruknya komunikasi farmasi salah satunya adalah penggunaan obat yang tidak rasional. Berdasarkan penelitian menyebutkan bahwa penggunaan obat yang tidak rasional masih cukup sering dijumpai bahkan hanya sekitar 20% masyarakat yang dapat menggunakan obat secara rasional (Harahap, 2017).

Berbagai upaya sudah dilakukan oleh pemerintah untuk menurunkan angka penggunaan obat tidak rasional. Salah satu usaha untuk memberikan informasi obat yang saat ini mulai digalakkan adalah menggunakan media sosial media. Hingga saat ini pengguna internet semakin meningkat, bahkan pada tahun 2020 pengguna internet lebih dari 70% dari total populasi (Jatmiko, 2020). Pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk komunikasi farmasi harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya supaya tujuan pemerintah untuk meningkatkan penggunaan obat yang rasional tercapai.

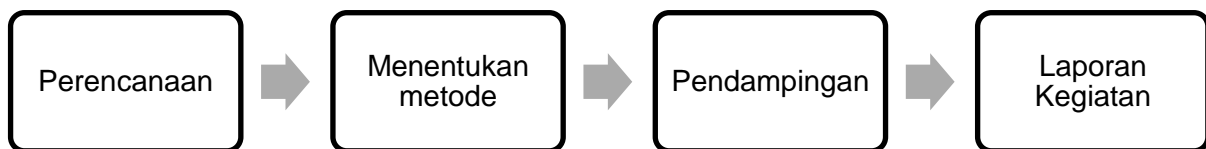
Salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi farmasi adalah Instagram. Terbukti bahwa pelayanan informasi dan edukasi yang dilakukan menggunakan media sosial Instagram berhasil meningkatkan pengetahuan sebanyak 100% dari seluruh pembaca mengenai penggunaan obat. Bentuk edukasi yang diberikan menggunakan *ectronic flyer (e-flyer)* (Sianipar, 2022). Penggunaan *e-flyer* sebagai media edukasi pada media sosial sudah digunakan pada saat pandemic covid-19 untuk memberikan edukasi dengan hasil yang memuaskan serta memudahkan pemerintah untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara cepat dan akurat (Mandaru, S. S. E, et al, 2021).

Rumah Sakit merupakan salah satu tempat pelayanan dengan jumlah tenaga kefarmasian terbanyak. Diharapkan mulai dari petugas kefarmasian di Rumah Sakit yang memberikan komunikasi farmasi menggunakan media sosial terlebih dahulu maka pemanfaatan media sosial lain oleh seluruh tenaga medis akan meningkat. Salah satu Rumah Sakit dengan tenaga kefarmasian yang cukup banyak di Kabupaten Purbalingga adalah RSUD Siaga Medika Purbalingga dengan total tenaga kefarmasian baik Apoteker maupun Vokasi farmasi sebanyak 32 orang. Berdasarkan hal tersebut maka diharapkan para tenaga kesehatan khususnya tenaga

kefarmasian baik Apoteker maupun Vokasi farmasi di RSUD Siaga Medika Purbalingga dapat memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai media untuk memberikan Komunikasi Farmasi dengan menyebarkan Informasi dan Edukasi tentang penggunaan obat maupun informasi lainnya seputar kefarmasian. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan skill komunikasi farmasi petugas farmasi melalui media sosial sehingga pemahaman masyarakat akan penggunaan obat yang rasional diharapkan juga akan meningkat sekaligus meningkatkan kemampuan dalam pelayanan kefarmasian.

## METODE PELAKSANAAN

Metode dalam pengabdian ini adalah Pendampingan secara langsung yang dibagi menjadi beberapa tahap dapat dilihat pada gambar 1. Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah seluruh tenaga kefarmasian RSUD Siaga Medika Purbalingga.



**Gambar 1. Bagan alir kegiatan sosialisasi komunikasi farmasi melalui media sosial Instagram kepada tenaga kefarmasian di Rumah Sakit**

1. Tahap pertama adalah tahap perencanaan, pada tahap ini diawali dengan penentuan sasaran kegiatan dan pembuatan proposal kegiatan yang ditujukan kepada Manager SDM dan Diklat RSUD Siaga Medika Purbalingga.
2. Kemudian proses dilanjutkan dengan penentuan metode kegiatan yang diawali dengan menentukan jadwal kegiatan. Kegiatan dilaksanakan pada waktu dan tempat yang terpisah dikarenakan ruang farmasi dibagi menjadi beberapa unit (Farmasi Rawat Jalan, farmasi rawat inap, depo IGD, depo IBS dan Gudang farmasi). Kegiatan ini dibuat pada waktu dan tempat terpisah agar tidak mengganggu pelayanan farmasi yang sedang berlangsung.
3. Tahap yang ke tiga adalah proses Pendampingan berlangsung, peserta dibimbing dalam pembuatan *e-flyer* yang berisi cara penggunaan obat khusus (insulin) sebagai contoh untuk pembuatan *e-flyer* lainnya kelak. Pembuatan *e-flyer* menggunakan aplikasi *Canva* yang sebelumnya diunduh pada *Google Playstore* pada masing-masing Handphone (HP) peserta. Hasil dari *e-flyer* yang sudah dibuat kemudian diunggah pada halaman *Feed* dan *Stories* Instagram masing-masing peserta.
4. Tahapan selanjutnya adalah proses laporan kegiatan yang ditujukan kepada pihak Rumah Sakit sebagai bahan evaluasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Farmasi yang telah dilakukan dengan cara pembuatan *e-flyer* cara penggunaan obat khusus (insulin) dan dipublish di media sosial Instagram merupakan salah satu pelayanan kefarmasian di Rumah Sakit yaitu Pemberian Informasi Obat (PIO). Berdasarkan Permenkes Nomor 72 tahun 2016 tentang

Standar Pelayanan Kefarmasian di Rumah Sakit mendefinisikan PIO adalah kegiatan yang dilakukan oleh tenaga kefarmasian dalam menyediakan dan membagikan informasi dan edukasi dalam bidang farmasi yang baik dan benar kepada seluruh tenaga baik medis maupun non medis serta pasien dan keluarga pasien yang membutuhkan akan informasi mengenai obat (Menkes, 2016).

Kegiatan pendampingan pembuatan *e-flyer* cara penggunaan obat khusus (insulin) diikuti oleh seluruh tenaga kefarmasian RSUD Siaga Medika Purbalingga sebanyak 32 peserta yang terdiri dari Apoteker dan tenaga Vokasi Farmasi dengan rincian 8 orang dari farmasi rawat jalan, 10 orang dari farmasi rawat inap, 6 orang depo IGD, 6 orang depo IBS, dan 2 orang Gudang Farmasi. Kegiatan dilakukan pada hari minggu tanggal 28 Januari 2024 bertepatan dengan jadwal stok opname farmasi. Hal tersebut bertujuan agar seluruh tenaga farmasi dapat hadir dalam kegiatan Pendampingan. Kegiatan Pendampingan dilakukan pada ruangan masing-masing unit farmasi dengan waktu yang berbeda, tujuannya adalah supaya pelayanan kefarmasian tetap dapat berjalan normal. Pelayanan farmasi di unit farmasi rawat inap, depo IGD, dan depo IBS tetap berjalan sebagaimana mestinya sedangkan pelayanan di farmasi rawat jalan dan gudang farmasi pada hari tersebut sedang tidak ada pelayanan karena merupakan hari libur pelayanan.

Sebelum kegiatan Pendampingan dimulai tiap peserta diperiksa terlebih dahulu kaitannya dengan kepemilikan akun media sosial Instagram dan aplikasi *Canva*. Hasilnya 27 (84,37%) peserta memiliki akun Instagram dan 5 (15,63%) tidak memiliki akun Instagram. Sedangkan peserta yang memiliki aplikasi *Canva* sebanyak 6 (18,75%) sedangkan sisanya sebanyak 26 (81,25%) peserta belum memiliki aplikasi *Canva*. Semua peserta diminta untuk mendaftar akun Instagram dan juga menginstal aplikasi *Canva* pada HP masing-masing terlebih dahulu. Setelah peserta memiliki akun Instagram dan aplikasi *Canva* kemudian pelatihan dimulai. Kepala Instalasi membuat akun Instagram baru dengan nama akun "Edukasi Farmasi RS". Setelah akun Instagram sudah dibuat kemudian para peserta diminta untuk mengikuti akun tersebut.

Pembuatan media *e-flyer* dilakukan dengan aplikasi *Canva*. Setiap peserta dijelaskan bagaimana cara membuat *e-flyer* dengan aplikasi *Canva* sesuai dengan kreatifitas masing-masing peserta. Setelah semua peserta selesai membuat *e-flyer* kemudian hasil dikumpulkan kepada Apoteker. Apoteker tiap unit kemudian memilih *e-flyer* yang dinilai paling baik dan paling layak untuk dipublish di Instagram. Sejumlah 5 *e-flyer* kemudian dipilih untuk dipublish di akun Instagram. *E-flyer* secara lengkap dapat dilihat pada tautan:

Alasan pemilihan topik edukasi yaitu cara penggunaan obat khusus (insulin) adalah tingginya kasus Diabetes Mellitus (DM) di RSUD Siaga Medika Purbalingga. Hingga tahun 2024 kasus penyakit DM masih menduduki posisi 5 (lima) penyakit terbanyak. DM merupakan salah satu gangguan penyakit metabolisme kronis dengan multi etiologi yang ditandai dengan tingginya kadar gula darah disertai dengan gangguan metabolisme karbohidrat, lipid, dan protein sebagai akibat insufisiensi fungsi insulin. Insufisiensi fungsi insulin dapat disebabkan oleh gangguan atau defisiensi produksi insulin oleh sel-sel beta Langerhans kelenjar pankreas, atau disebabkan oleh kurang responsifnya sel-sel tubuh terhadap insulin (Soelistijo, S.A, et al, 2019).

Untuk mengetahui hasil evaluasi dari kegiatan ini kami memberikan kuisioner kepada para peserta. Evaluasi berisikan pertanyaan mengenai komunikasi farmasi melalui media sosial serta pemanfaatan aplikasi *Canva* sebagai alat untuk membuat *e-flyer*. Hasil dari evaluasi menyatakan hampir seluruh peserta (90,63%) mengaku mudah dalam memanfaatkan aplikasi *canva* sebagai alat untuk pembuatan media edukasi. Sedangkan sisanya (9,37%) mengaku masih kesulitan dalam memanfaatkan aplikasi *canva*. Peserta yang mengaku kesulitan merupakan peserta yang sebelumnya tidak memiliki akun sosial media Instagram sehingga masih awam dengan dunia digital. Namun para peserta cukup puas dan optimis bahwa pemanfaatan media sosial berupa Instagram sebagai lahan untuk komunikasi farmasi sangat baik mengingat saat ini penggunaan sosial media terus meningkat. Hal tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya dimana seluruh pembaca *e-flyer* pada sosial media Instagram yang berisikan mengenai informasi cara penggunaan obat yang benar merasa pengetahuannya meningkat (Sianipar, 2022). Berdasarkan hasil unggahan 1 kali 24 jam diketahui bahwa jumlah “like” unggahan *e-flyer* tersebut mendapatkan 23 “like” yang artinya banyak pembaca merasa puas dengan adanya komunikasi farmasi pada media sosial Instagram tersebut.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa kegiatan edukasi ini berhasil meningkatkan pengetahuan pengguna media sosial. Hasil dari pelayanan ini juga tidak jauh berbeda dengan hasil dari pengabdian sebelumnya, hal ini menjelaskan bahwa dengan bantuan metode penyuluhan, informasi mengenai penggunaan obat dapat meningkat secara signifikan melalui kegiatan pelayanan publik (Sianipar, 2022). Dengan kata lain, edukasi dengan metode media sosial juga sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat. Layanan informasi dan edukasi obat yang diberikan melalui media sosial diharapkan dapat lebih ditingkatkan baik dari segi kualitas informasi yang diberikan, lebih beragam sehingga pemberian informasi semakin luas dan menjangkau berbagai kalangan.



Gambar 2. Kegiatan pembuatan akun Instagram “Edukasi Farmasi RS”



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan di Farmasi Rawat Inap



Gambar 4. Kegiatan pembuatan Media e-flyer menggunakan aplikasi Canva



Gambar 5. Unggahan e-flyer pada Instagram setelah 1 kali 24 jam

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pendampingan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi farmasi dalam bentuk *e-flyer* mengenai penggunaan obat sediaan khusus (insulin) dengan sasaran kegiatan tenaga farmasi diantaranya Apoteker dan tenaga Vokasi farmasi di RSUD Siaga Medika Purbalingga telah berhasil dilaksanakan pada hari minggu tanggal 28 Januari 2024. Seluruh kegiatan berjalan lancar dan mencakup semua tenaga farmasi yang berjumlah 32 peserta. Seluruh tenaga farmasi berhasil memanfaatkan media sosial sebagai komunikasi farmasi di media sosial. Tanggapan pembaca maupun pengguna media sosial Instagrampun mendapatkan respon positif. Dibuktikan dengan unggahan *e-flyer* pada media sosial Instagram selama 1 x 24 jam mendapat “like” sebanyak 23.

Diharapkan setelah kegiatan Pendampingan ini selesai para tenaga farmasi lebih antusias dan memaksimalkan sarana media sosial Instagram tersebut sebagai media komunikasi farmasi untuk menjalankan salah satu pelayanannya di bidang PIO sehingga banyak masyarakat yang mendapatkan manfaatnya sebagai bahan edukasi. Selain media sosial Instagram diharapkan para tenaga farmasi dan tenaga kesehatan lain juga dapat terus berkembang dan memanfaatkan media sosial lainnya seperti Whatsapp, Tiktok, Facebook dan lain sebagainya sebagai media sosial yang positif pemanfaatannya.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Direktur RSUD Siaga Medika Purbalingga beserta jajarannya yang telah menyediakan waktu dan tempat untuk terselenggaranya program pengabdian ini. Ucapan terimakasih juga kepada para tenaga farmasi baik Kepala Instalasi farmasi, Apoteker dan tenaga Vokasi Farmasi

RSU Siaga Medika Purbalingga yang telah mendukung terlaksananya program ini melalui Pengabdian kepada Masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

Amanda, et al. (2021). *Pengaruh Komunikasi Tenaga Farmasi dalam Upaya Peningkatan Pemahaman Lansia Terhadap DAGUSIBU Obat (Dapatkan Gunakan Simpan Buang) di Desa Kopen Kabupaten Boyolali. Jurnal Riset Kefarmasian Indonesia* , 126-137.

Harahap, e. a. (2017). *Tingkat Pengetahuan Pasien dan Rasionalitas Swamedikasi di Tiga Apotek Kota Panyabungan. Jurnal Sains farmasi & Klinis* , 186-192.

Jatmiko, L. D. (2020). *APJII: 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet*, <https://m.bisnis.com/amp/read/20201110/101/1315765/apjii-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet>. . Jakarta: *Bisnis.com*.

Maf'ula, Isa, et al. (2023). *Evaluasi Pemberian Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) Obat Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Apotek Nusa Cendana Jatirogo. Journal of Law, Administration, and Social Science* , 199-206.

Mandaru, S. S. E, et al. (2021). *Penggunaan Media Promosi Kesehatan Berbahasa Daerah Untuk Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Provinsi NTT. Jurnal Communio : Jurnal IlmuKomunikasi, Volume 10, Nomor 1* , 39-58.

Menkes. (2016). *Permenkes No. 72 tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Rumah sakit. Kemenkes: Jakarta*.

Sianipar, E. a. (2022). *Pelayanan Informasi dan Edukasi Tentang Cara Kerja Obat Melalui Media Sosial Instagram. Poltekita: Jurnal Pengabdian Masyarakat* , 916-925.

Soelistijo, S.A, et al. (2019). *Pedoman Pengelolaan dan Pencegahan Diabetes Mellitus Tipe 2 Dewasa di Indonesia 2019. Indonesia: PB Perkeni*.