

Penggunaan Media Sosial di Rumah Sakit: A Systematic Review

The Use Of Social Media in Hospital : A Systematic Review

Andini Tri Wijayati¹, Angesti Drea², Arinahaq³, Fiki Kusumasari⁴, Rosa Selvia⁵,
Rovels⁶

Program Pasca Sarjana Kajian Administrasi Rumah Sakit Indonesia Departemen Administrasi dan
Kebijakan Kesehatan Fakultas Kesehatan Masyarakat Indonesia

ABSTRAK

Berkembangnya akses internet mengubah pola interaksi konsumen yang dahulu bersifat pasif menjadi aktif untuk mencari informasi kesehatan. Fungsi media social tidak hanya sebagai alat rekreasi tetapi juga penting dari segi bisnis dan organisasi. Pada awalnya, konsumen memperoleh informasi kesehatan dari website yang sifatnya satu arah (menerima informasi) tetapi saat ini banyak bermunculan media sosial yang bersifat dua arah (menerima dan menyebarkan informasi). Studi eligibilitas untuk *systematic review* ini merupakan hasil yang merangkum penggunaan media sosial di rumah sakit. *Systematic review* mengacu pada *Preferred Reporting Items for Systematic review and Meta-Analysis Protocols* (PRISMA) 2015 dan dilakukan pencarian secara sistematis dalam satu *database* literatur ilmiah yaitu Science Direct yang memenuhi syarat dengan batasan diterbitkan dalam bentuk *full-text* dalam *peer-reviewed* pada 5 tahun terakhir, menggunakan Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia dan sumber data merupakan jurnal ilmiah. Dengan mengacu pada PRISMA dan pencarian literatur dengan batasan tersebut, semula ditemukan 700 artikel teks lengkap (n=700) menjadi 5 artikel teks lengkap (n=5) yang ada kaitannya dengan penggunaan media sosial di rumah sakit. Kata kunci yang dipakai adalah *social media, hospital, marketing*. Dalam sepuluh tahun terakhir, social media berkembang sangat pesat. Tingginya antusiasme masyarakat terhadap kemauan untuk menerima informasi medis dari sumber resmi terpercaya, harus diimbangi dengan adanya petugas kesehatan di rumah sakit yang secara teratur mengkaji dan mengelola informasi kesehatan yang ada di media sosial milik rumah sakit. Media sosial memiliki dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan, kepuasan pasien, publikasi serta pengembangan dan pemasaran rumah sakit.

Kata Kunci: media sosial, rumah sakit, pemasaran.

ABSTRACT

The progression of Internet access changes from passive consumer interaction becomes active consumer to seek health information. Social media not only a recreational instrument but also for business and organization. Initially, consumers obtained health information from websites that were one-way (only receiving information) but nowadays social media change consumer become two directions (receiving and spread information). This eligibility study was a systematic review with PRISMA (Preferring Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis Protocols) approach. Conducted by searching articles from one database Science Direct and published from January 2014 to 2019. Searching and screening proces resulted in 5 articles to review from 700 articles related the use of social media in hospitals. The keywords used are social media, hospital, marketing. Over the past decade, user of social media outlets has grown exponentially. High enthusiasm patients were willing to to receive health related information and education from official source. Social media has a positive impact on improving knowledge, patient satisfaction, publication and also hospitals marketing.

Keywords: social media, hospital, marketing.

PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial dapat meningkatkan citra organisasi maupun individu tenaga medis, memperluas jangkauan organisasi, dan mendukung perubahan permintaan konsumen akan janji kunjungan di fasilitas kesehatan (Kotsenas, 2018). Rumah sakit dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi, membantu konsumen untuk memahami pilihan perawatan yang dimiliki, serta mendapatkan *feedback* tentang layanan yang diberikan rumah sakit. (Keckley dan Hoffmann, 2010) Media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk menjangkau pasien dan mengurangi kecemasan pasien terkait dengan perawatan yang akan dilakukan. Adanya media sosial juga berguna sebagai forum untuk menghubungkan antar pasien dengan penyakit serupa serta berbagi pengalaman dalam hal perawatan dan pemberian dukungan *peer to peer*. (Kotsenas, 2018)

TINJAUAN PUSTAKA

Sejak pertengahan 1990-an, internet mulai tersedia secara luas yang memungkinkan bagi konsumen (termasuk pasien) untuk mencari informasi terkait kesehatan secara bebas. Berkembangnya akses internet mengubah pola interaksi konsumen yang dahulu bersifat pasif menjadi aktif untuk mencari informasi kesehatan. Pada awalnya, konsumen akan memperoleh informasi kesehatan dari website yang sifatnya satu arah (menerima informasi) tetapi saat ini banyak bermunculan media sosial yang bersifat dua arah (menerima dan menyebarkan informasi). Media sosial didefinisikan sebagai teknologi dan aplikasi berbasis web yang isinya dibuat oleh pengguna. (Benetoli, 2017) Bentuk media sosial dapat berupa teks, gambar, audio, dan video. Ada berbagai macam jenis media sosial (Gupta dkk, 2013) diantaranya proyek kolaboratif (misal Wikipedia), blog dan mikroblog (misal Twitter), komunitas konten (misal Youtube, Flickr) situs jejaring sosial (misal Facebook, MysSpace), dunia *virtual games* (misal Warcraft, Whyville), dunia sosial virtual (misal Second Life), *ratings and reviews*, serta audio (misal *podcasts*). Media sosial menghubungkan antara satu dengan yang lain berdasarkan karakteristik umum (misal teman, keluarga, profesi, sekolah, tempat tinggal,

serta rasa suka atau tidak suka terhadap sesuatu). Media sosial mengandalkan konektivitas pengguna jaringan dan kemampuan internet untuk menembus waktu dan tempat agar dapat menyebarkan informasi dan membentuk komunitas. Fungsi media sosial tidak hanya sebagai alat rekreasi tetapi juga penting dari segi bisnis dan organisasi. Konsumen dan dokter akan menggunakan media sosial sehingga fasilitas kesehatan memiliki kesempatan untuk meningkatkan pengaruhnya pada bermacam audiens. (Keckley dan Hoffmann, 2010) Media sosial menyediakan pasar yang besar untuk promosi kesehatan dengan 54% atau 143 juta dari 265 juta jiwa penduduk Indonesia yang menggunakan internet di Indonesia. (Kominfo RI, 2018) Hasil penelitian UNESCO terhadap masyarakat Indonesia memperlihatkan 4 dari 10 orang aktif di media sosial seperti Facebook yang memiliki 3,3 juta pengguna, WhatsApp dengan jumlah 2,9 juta pengguna, dan media sosial lain. (Kominfo RI, 2018) Statistik menunjukkan cakupan media sosial yang beragam dan jangkauan yang luas memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi kesehatan dan penyedia layanan kesehatan. Memberi informasi kesehatan melalui media sosial seperti Facebook sangat-sangat menjanjikan dalam memfasilitasi penyebaran informasi kesehatan dan berkomunikasi dengan para profesional kesehatan (Adzharuddin and Ramly, 2015). Sebagai contoh dari penggunaan media sosial di antara para profesional perawatan kesehatan diperhatikan dalam bertukar informasi dan berkomunikasi dengan pasien lain. (Hawkins, DeLaO and Hung, 2016) dan (Ranginwala and Towbin, 2018).

METODOLOGI PENELITIAN

Systematic review bertujuan untuk melihat penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran di rumah sakit. Proses telaah mematuhi standar pedoman PRISMA. (ditampilkan pada gambar 1).

Strategi Pencarian

Artikel ditelusuri melalui satu *database* (Science Direct) dengan menggunakan beberapa kata kunci yang dinyatakan di bawah ini. Pencarian melibatkan istilah ‘social media’ AND ‘hospital’ AND ‘marketing’.

Kriteria Kelayakan

Pencarian dilakukan dari tanggal 16 Desember 2019 – 3 Januari 2019 secara independen oleh enam penulis. Judul dan abstrak seluruh artikel diidentifikasi untuk melihat relevansi topik *systematic review*. Artikel dibaca secara menyeluruh untuk verifikasi kesesuaian kriteria inklusi. Artikel akan dikeluarkan dari seleksi apabila tidak relevan dengan tujuan penelitian dan termasuk dalam kriteria eksklusi. Data dibuat menjadi tabel terstruktur dan dianalisis lalu dibuat kesimpulan berdasarkan referensi yang telah dipilih. Analisis data dibuat secara deskriptif, tanpa meta-analisis.

Kriteria Inklusi

Artikel harus memiliki kriteria inklusi sebagai berikut: diterbitkan dalam bentuk *full-text* dalam *peer-reviewed* antara tahun 2015 sampai 2020, menggunakan Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia dan sumber data merupakan jurnal ilmiah.

Kriteria Eksklusi

Artikel akan dikeluarkan dari seleksi dengan kriteria eksklusi sebagai berikut: (a) di luar Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia, (b) *bukan merupakan artikel open access*, (c) hanya abstrak, (d) artikel dipublikasikan di bawah tahun 2015.

Ekstraksi Data

Dilakukan ekstraksi data oleh enam penulis yang mencakup informasi nama penulis, judul artikel, tahun penelitian, lokasi, latar belakang, metode penelitian, hasil, dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pencarian 700 artikel awal diidentifikasi dari satu basis data. Tinjauan tersebut untuk melihat manfaat penggunaan media sosial pada rumah sakit dan diperoleh 5 artikel yang memenuhi kriteria untuk dapat dilakukan *systematic review* (Tabel 1). Studi penelitian dilaksanakan di beberapa negara.

Media Sosial yang Digunakan

Berdasarkan literatur yang dikaji, media sosial yang digunakan terkait informasi pelayanan kesehatan antara lain Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Whatsapp, YouTube, dan sebagian kecil menggunakan Pinterest, LinkedIn, Wikipedia, khususnya bagi yang mencari informasi edukasi kesehatan.

Pengguna Media Sosial Terkait Pelayanan Kesehatan

Secara umum pengguna media sosial terdiri dari sebagian besar pasien, kemudian masyarakat (termasuk pendamping pasien dan teman) serta petugas kesehatan atau pihak penyedia pelayanan kesehatan (institusi rumah sakit maupun organisasi lainnya).

Analisis Konten

Semua hasil studi dari literatur menunjukkan bahwa pasien atau masyarakat dan juga petugas kesehatan menggunakan media sosial memberikan konten dukungan, baik dari sesama pasien maupun orang lain. Studi nomor 1 menunjukkan 97% pengguna menggunakan grup Facebook untuk memberi dan mendapat dukungan dari pasien lain, diikuti dengan alasan untuk mendapat saran atau rekomendasi dari petugas kesehatan (3). Dari sisi petugas atau penyedia pelayanan kesehatan, sebagian besar konten merupakan konten edukasi kesehatan diikuti dengan saran atau rekomendasi untuk pasien atau penanya. Studi nomor 2 terhadap pihak penyedia pelayanan kesehatan (rumah sakit) juga menunjukkan sebagian besar konten adalah untuk edukasi kesehatan dan saran rekomendasi untuk pasien. Studi nomor 3 juga menunjukkan para pengguna menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi kesehatan atau medis yang dipercaya dapat meningkatkan pengobatan yang rasional, terutama dengan memperoleh informasi dari sumber penyedia pelayanan kesehatan resmi dan terpercaya. Pada studi nomor 4 terdapat pula penggunaan media sosial oleh penyedia pelayanan kesehatan yang memberikan konten terkait pelayanan public /komunitas ataupun kepegawaian, misalnya lowongan kerja, informasi kontak dan sebagainya. Studi nomor 5 menunjukkan pengguna media sosial yang mencari informasi kesehatan bertujuan

untuk mencari dukungan informasi dan juga dukungan emosional.

Dalam sepuluh tahun terakhir, social media berkembang sangat pesat. Dimana adanya Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp dan sebagainya. Pada bulan maret 2017, jumlah pengguna Facebook mencapai 1.9 Milliar jiwa di seluruh dunia. Perkembangan ini juga diikuti peningkatan pelayanan kesehatan dan informasi kesehatan sehingga adanya engagement antara provider pelayanan kesehatan dengan pasien. Kemudahan akses perangkat internet membuat masyarakat dengan leluasa mengakses informasi kesehatan internet dari berbagai sumber, terutama media sosial dimana terbentuk komunitas yang memiliki kepentingan yang sama untuk mendapatkan atau memberikan informasi kesehatan.

Dhar, dkk melakukan penelitian selama 9 bulan dengan 350 pasien. penelitian ini memperlihatkan bahwa 95 % responden membuka facebook mereka tiap hari dengan 24 % di antaranya membuka Facebook beberapa kali dalam sehari. Suatu survei dilakukan menghasilkan 95% responden mendapat dampak positif terhadap pelayanan kesehatan terkait. Sebanyak 97% melaporkan motivasi utama ikut dalam grup adalah untuk menyediakan dan mendapat dukungan dari orang lain.

Penelitian yang dilakukan terhadap masyarakat di Arab Saudi terkait dengan penggunaan aplikasi media sosial seperti pada WhatsApp, Snapchat dan YouTube sebagai sumber utama pencarian informasi medis. Diantara responden tersebut terdapat 41,2% responden lebih suka menerima informasi terkait medis setiap hari dari sumber resmi terpercaya. Proporsi responden yang lebih tinggi dengan pendidikan dasar tidak pernah menerima informasi terkait medis di media sosial dan lebih suka menerima informasi terkait medis dari sumber resmi setiap minggu. Di sisi lain, proporsi yang lebih tinggi dari responden wanita mencari dan menerima informasi terkait medis di media sosial setiap bulan dan lebih suka menerima pendidikan terkait medis di media sosial dari sumber resmi setiap minggu. (Alhaddad, 2018)

Pada penelitian ini juga disebutkan bahwa spesialis kesehatan hanya mewakili 20,1% sebagai sumber utama informasi terkait medis di media sosial. Mayoritas responden pada penelitian ini, sekitar 90%, bersedia menerima informasi dan pendidikan terkait kesehatan dari sumber resmi terpercaya dan percaya bahwa informasi dan pendidikan seperti ini dari sumber resmi akan menghasilkan peningkatan penggunaan obat-obatan dan kualitas hidup pasien.

Tingginya antusiasme masyarakat terhadap kemauan untuk menerima informasi medis dari sumber resmi terpercaya, harus diimbangi dengan adanya petugas kesehatan di rumah sakit yang secara teratur mengkaji dan mengelola informasi kesehatan yang ada di media sosial milik rumah sakit ataupun milik dokter yang praktik di rumah sakit tersebut dengan akun profesionalnya serta mengedukasi pasien terhadap pentingnya memvalidasi informasi medis yang disediakan oleh rumah sakit atau penyedia layanan kesehatan lainnya. Dalam rangka memasarkan rumah sakit pada era digital, kehadiran media sosial ini dapat meningkatkan citra organisasi rumah sakit maupun individu tenaga medis khususnya tenaga medis yang memberikan pelayanan langsung kepada pasien serta memperluas jangkauan organisasi.

Dengan demikian, keberadaan media sosial utamanya digunakan untuk berbagi informasi edukasi kesehatan dan juga sebagai tempat untuk bersosial dan berkomunitas antara pihak-pihak yang memperhatikan atau memiliki masalah kesehatan tertentu. Kemudahan akses dan tersedianya pilihan-pilihan media sosial juga mendorong perilaku ini terhadap masyarakat, pasien dan penyedia pelayanan kesehatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pemanfaatan media social di bidang kesehatan salah satunya adalah dalam pemasaran rumah sakit. Sebagian besar pasien dan consumer mencari informasi terkait kesehatan di media social. Selain untuk informasi kesehatan, rumah sakit dapat memanfaatkan media social untuk dukungan terhadap pasien, meningkatkan komunikasi antara pelayanan kesehatan dan pasien, serta publikasi ilmiah yang bertujuan untuk pengembangan dan

pemasaran rumah sakit serta meningkatkan kepuasan pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzharuddin, N.A. and Ramly, N.M. (2015) 'Nourishing Healthcare Information over Facebook', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 172, pp.383-389. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.01.384.
- Allhaddad, M.S. (2018) 'The use of social media among Saudi residents for medicines related information', *Saudi Pharmaceutical Journal*. Elsevier B.V., 26(8), pp. 1106-1111. doi: 10.1016/j.jsps.2018.05.021.
- Hawkins, C. M., DeLaO, A. J. and Hung, C. (2016) 'Social Media and the Patient Experience', *Journal of the American College of Radiology*. Elsevier Inc, 13(12), pp. 1615-1621. doi: 10.1016/j.jacr.2016.09.006.
- Ranginwala, S. and Towbin, A. J. (2018) 'Use of Social Media in Radiology Education', *Journal of the American College of Radiology*. Elsevier Inc, 15(1), pp. 190-200. doi: 10.1016/j.jacr.2017.09.010.
- Benetoli, Arcelio; Chen, Timothy F; dan Aslani, Parisa. 2017. *Consumer Health-Related Activities on Social Media: Exploratory Study*. *Journal of Medical Internet Research*, Volume 19(10); e352
- Gupta, Anita, Tyagi, Mukta; Sharma, Deepshikha. 2013. *Use of Social Media Marketing in Healthcare*. *Journal of Health Management*, Volume 15(2), hal. 293-302.
- Keckley, Paul H dan Hoffmann, Michelle. 2010. *Social Networks in Health Care: Communication, Collaboration, and Insights*. Deloitte Center for Health Solutions.
- Kominfo RI. 2018. *Angka Penggunaan Media Sosial Orang Indonesia Tinggi, Potensi Konflik Juga Amat Besar*. [online] Tersedia di: https://kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0%20rotan_media. (Diunduh pada tanggal 3 Januari 2020).
- Kominfo RI. 2018. *Kementerian Kominfo Sebut Pengguna Internet Indonesia Capai 54 Persen*. [online] Tersedia di: https://kominfo.go.id/content/detail/15380/kementerian-kominfo-sebut-pengguna-internet-indonesia-capai-54-persen/0%20rotan_media. (Diunduh pada tanggal 3 Januari 2020).
- Kotsenas, Amy L, dkk. 2018. *The Strategic Imperative for the Use of Social Media in Health Care*. *Journal American College of Radiology*, Volume 15, hal 155-161.

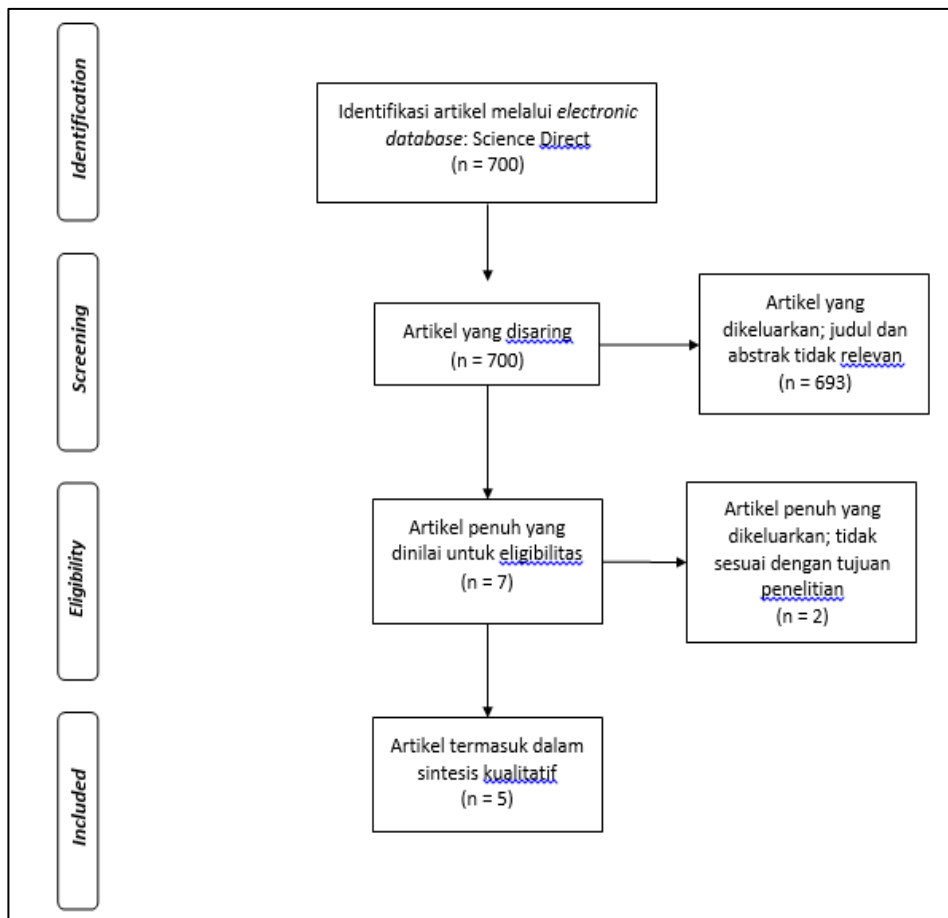
Tabel 1. Karakteristik metodologi dari peninjauan artikel

No	Judul / Penulis / Tahun	Latar Belakang	Metode	Hasil	Kesimpulan
1	Benefit of social media on patient engagement and satisfaction: Results of a 9-month, qualitative pilot study using Facebook (Dhar V.K. et al, 2018. USA)	Terlepas adanya potensi manfaat dari media sosial, penyedia pelayanan kesehatan sering enggan untuk menjangkau pasien melalui media sosial. Tujuan penelitian dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana implementasi media sosial dapat mempengaruhi keterlibatan dan kepuasan pasien	Grup dukungan Facebook dibentuk untuk pasien transplantasi hati untuk digunakan sebagai forum komunitas virtual. Data demografi pengguna dan aktivitas grup dikaji. Survei dilakukan untuk mengevaluasi persepsi pengguna terkait partisipasi dalam grup	Selama 9 bulan, 350 pengguna unik (50% pasien transplantasi hati, 36% perawat pasien/teman, 14% petugas pelayanan kesehatan) berkontribusi 339 pesan, 2338 komentar, 6274 reaksi, dalam grup. 98% pesan dikomentari dan direaksikan oleh anggota lain dalam grup. pasien adalah pengguna paling aktif. Suatu survei dilakukan menghasilkan 95% responden mendapat dampak positif terhadap pelayanan kesehatan terkait. Sebanyak 97% melaporkan motivasi utama ikut dalam grup adalah untuk menyediakan dan mendapat dukungan dari orang lain	Penelitian ini mengindikasikan integrasi media sosial pada praktik klinis dapat menguatkan pemberi pelayanan kesehatan untuk menciptakan dukungan komunitas yang efektif sehingga meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pasien
2	How U.S. children's hospitals use social media: A mixed methods study (Wong C.A. et al, 2015. USA)	Media sosial menyediakan saluran baru bagi rumah sakit untuk terlibat dalam komunitas, suatu tujuan yang semakin penting sebagaimana rumah sakit non-profit menghadapi manfaat komunitas yang semakin terbatas dengan adanya Affordable Care	Data media sosial dari rumah sakit anak dikumpulkan mulai September - November 2013. Penggunaan media sosial dikaji bagi setiap rumah sakit yang membuat konten Facebook, Twitter, YouTube, Google dan Pinterest. Penggunaan Facebook Page, akun Twitter dan pesan Facebook dideskripsikan.	Penulis mengkaji 5 media sosial yang melibatkan 45 rumah sakit anak dan 2004 pesan Facebook. Semua rumah sakit menjalankan akun Facebook dan Twitter, kemudian Youtube (82%), Google (53%) dan Pinterest (69%). Rumah sakit yang lebih besar menunjukkan	Pengadopsian media sosial oleh rumah sakit anak di Amerika Serikat tersebar luas. Implikasi terhadap peran pemasaran tradisional ialah media sosial dapat berperan sebagai saluran untuk edukasi kesehatan dan terlibat dalam komunitas, termasuk

No	Judul / Penulis / Tahun	Latar Belakang	Metode	Hasil	Kesimpulan
		Act (AAC). Penulis mendeskripsikan variabilitas dalam keberadaan media sosial di antara rumah sakit anak di Amerika Serikat dan distribusi konten yang ada.		kinerja lebih tinggi pada Facebook (67% vs 10%, $p=0.01$) dan Twitter (75% vs 17%, $p=0.05$), dibandingkan rumah sakit yang lebih kecil. Topik pesan Facebook terdiri dari promosi rumah sakit 35% (706), kerjasama komunitas atau manfaat 24% (474), penggalangan dana 21% (426), dan kisah cerita 12% (241). Dari edukasi kesehatan, 73% (509) menyediakan panduan kesehatan anak.	mendapat manfaat komunitas (kepercayaan publik).
3	The use of social media among Saudi residents for medicines related information (Alhaddad M.S., 2018. Saudi Arabia)	Pasien semakin banyak menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube dan Instagram untuk mengakses informasi pelayanan kesehatan. Penelitian bertujuan untuk mengukur penggunaan media sosial untuk informasi terkait kesehatan di antara penduduk Arab Saudi, frekuensi dan sumber informasi serta preferensi pasien.	Studi cross-sectional dilakukan antara 20 September - 1 Desember 2017. Kuesioner yang sudah divalidasi didistribusikan secara langsung ke responden di area publik dan melalui survei online pada grup-grup media sosial. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 22.	Sebanyak 751 responden yang valid dari total 1200 undangan survei. WhatsApp adalah aplikasi utama yang digunakan diantara semua responden, yaitu sebesar 83,8%. Sekitar 18% responden menggunakan media sosial untuk mencari informasi terkait pengobatan secara mingguan. Sebanyak 12,6% responden mendapat informasi terkait medis secara harian. Teman adalah sumber utama informasi medis pada media sosial yaitu 28,5% dari seluruh respons. Informasi dari spesialis kesehatan sebanyak	Petugas kesehatan yang berwenang harus secara teratur mengkaji konten informasi kesehatan yang ada di sosial media serta mengedukasi pasien terhadap pentingnya memvalidasi informasi medis yang disediakan oleh para penyedia pelayanan kesehatan

No	Judul / Penulis / Tahun	Latar Belakang	Metode	Hasil	Kesimpulan
				20,1%. Sepertiga dari responden memperoleh informasi kesehatan secara harian dan mingguan. lebih dari 90% responden lebih memilih untuk mendapat informasi kesehatan dari sumber resmi yang terpercaya dan setuju bahwa edukasi kesehatan melalui media sosial akan meningkatkan penggunaan obat-obatan yang rasional	
4	Optimising The Digital Age Health-Wise: Utilisation of New/Social. Media by Nigerian Teaching Hospitals (Batta& Iwokwagh, 2015)	Penelitian bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial untuk meningkatkan dampak promosi kesehatan, pencegahan penyakit, atau pengetahuan kesehatan secara umum pada RS Pendidikan di Nigeria.	Metode penelitian dengan cara analisis konten induktif untuk meneliti website 20 RS Pendidikan di Nigeria. Konten yang diteliti adalah konten edukasi/kesehatan masyarakat dan promosi, pegawai dan hubungan masyarakat, serta konten rawat jalan dan rawat inap.	Diketahui bahwa 65% RS memiliki website RS, beberapa memiliki LinkedIn, Twitter, dan Facebook namun tidak ada RS yang memiliki Youtube. Facebook digunakan untuk menunjukkan kepuasan pasien. Sebanyak 100% RS Pendidikan menggunakan sosial media untuk mendapat umpan balik dari pasien. Sebanyak 25% rumah sakit menggunakan media sosial untuk memberi informasi medis dan kesehatan untuk digunakan publik.	RS Pendidikan di Nigerian menggunakan media sosial untuk tujuan publisitas dan mengembangkan image RS.
5	Social Media's Impact on Healthcare Services (Pentescu A. et al, 2015. Romania)	Peningkatan akses ke internet, eksistensi perangkat seluler dan kemudahan komunikasi	Dengan menggunakan data sekunder, makalah ini bertujuan untuk menampilkan isu terkait dampak media sosial pada	Sebanyak 49% penduduk Rumania menggunakan komputer untuk alasan personal. Sedangkan terkait	Dengan semakin banyaknya informasi yang tersedia, sehingga mengubah cara orang-orang

No	Judul / Penulis / Tahun	Latar Belakang	Metode	Hasil	Kesimpulan
		akibat pertumbuhan media sosial, mendorong penulis untuk menginvestigasi dampak sosial media terhadap pelayanan kesehatan di Rumania.	pelayanan kesehatan dan mendiskusikan dampak penggunaannya di Rumania.	aktivitasnya, 31% menggunakan ponsel pintar untuk membuka media sosial. Informasi kesehatan yang dicari pasien melalui media sosial dan internet bervariasi. Kebanyakan yang dicari adalah terkait penyakit tertentu yang diidap oleh seseorang. Selain itu pasien juga mencari dukungan informasi dan emosional. Media sosial dapat berkontribusi untuk meningkatkan pengertian terhadap masalah pasien dan kebutuhannya, yang nantinya dapat memberikan dampak yang lebih baik pada kondisi pasien.	berkomunikasi, termasuk meningkatkannya perhatian terhadap kesehatan, teknologi baru akan terus mempengaruhi sektor pelayanan kesehatan. Atas dasar ini, investigasi lebih lanjut perlu dilakukan untuk menilai dampak sebenarnya dari media sosial terhadap keputusan terkait pelayanan kesehatan, yang diambil oleh profesional penyedia pelayanan kesehatan maupun pasien.



Gambar 1. PRISMA systematic review identification, screening, eligibility, and inclusion