

ABSTRAK

Program penyuluhan kesehatan dan penjangkaran kesehatan melalui *Event* yang melibatkan lembaga dan komunitas yang telah bekerja sama dengan Rumah Sakit Ibu dan Anak Al Islam Kota Bandung untuk saling menguntungkan antara satu sama lain, terutama untuk Rumah Sakit Ibu dan Anak Al Islam Kota Bandung. Tenaga promosi dalam hal ini adalah Pelaksana HUMAS, *Marketing* dan PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit) membangun hubungan berdasarkan komitmen, perhatian, layanan dan kepercayaan. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui karakteristik *event* pada program penyuluhan kesehatan dan penjangkaran kesehatan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Al Islam Kota Bandung. Untuk mengetahui hambatan pada program penyuluhan kesehatan dan penjangkaran kesehatan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Al Islam Kota Bandung yang telah bekerjasama dengan lembaga dan komunitas terkait yaitu audience yng hadir tidak sesuai dengan jumlah direncanakan, kesepakatan waktu pelaksanaan, dan keterbutuhan materi tentang psikolog anak.. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Subjek pada penelitian ini adalah Pelaksana Humas, *Marketing*, PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit), dan objek penelitian adalah Rumah Sakit Ibu dan Anak Al Islam Kota Bandung. Penentuan informan melalui *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan, uji keabsahan data dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini Pelaksana HUMAS, *Marketing*, PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit) dapat memenuhi kerjasama dengan lembaga dan komunitas yang dilakukan melalui *event* Program Penyuluhan Kesehatan dan Penjangkaran Kesehatan dalam menjalin hubungan dan mengkonformasi tujuan, menggali informasi, mendengarkan, dan memenuhi kebutuhan lembaga dan komunitas, presentasi jasa.

Kata Kunci: Humas, *Marketing*, PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit), *Event*.

ABSTRACT

Al Islam Mother and Child Hospital in Bandung City has collaborated with various institutions and communities to organize health counseling and health screening programs for mutual benefit. The promotional personnel, including Public Relations Executives, Marketing, and PKRS (Hospital Health Promotion), establish relationships based on commitment, attention, service, and trust. The study aims to identify the characteristics of these events and identify any obstacles faced by the hospital. The obstacles include a discrepancy in the number of attendees compared to the planned number, delays in implementing the program, and the need for material on child psychologists. The research used a qualitative method with a descriptive research design, and the subjects were the hospital's public relations executives, marketing personnel, and PKRS. The study employed purposive sampling to select the informants. Data analysis involved techniques such as data reduction, data presentation, and drawing conclusions, with data validity examined using source triangulation. The study concludes that the hospital's promotional personnel play a critical role in promoting and organizing these programs.

Keywords: Public Relations, Marketing, PKRS (Hospital Health Promotion), Event.