

BAB II

SOLUSI DAN PERMASALAHAN

2.1 Permasalahan

Keterbatasan video *company profile* RSUD UMM yang hanya tersedia dalam bahasa Indonesia menjadi hambatan utama dalam menjangkau audiens internasional, khususnya dari negara-negara Arab. Hal ini mengurangi efektivitas video sebagai media promosi dan informasi bagi calon pasien atau mitra yang tidak memahami bahasa Indonesia. Sebagai bagian dari institusi Muhammadiyah yang memiliki visi internasionalisasi, RSUD UMM perlu menghadirkan sarana informasi yang terbuka untuk masyarakat luas. Ketidadaan konten multibahasa, terutama dalam bahasa Arab, menjadi penghambat dalam mewujudkan visi tersebut.

Permasalahan ini semakin terasa mengingat bahwa RSUD UMM yang belum memperluas jangkauan dan jaringan internasional, termasuk dalam hal layanan kesehatan. Negara-negara Arab memiliki jumlah populasi yang besar, dengan banyak individu yang mungkin membutuhkan layanan medis dari luar negeri. Tanpa adanya media yang dapat menjangkau audiens ini, upaya internasionalisasi yang diharapkan akan lebih sulit tercapai. Keterbatasan bahasa dapat menjadi penghalang signifikan dalam memperkenalkan RSUD UMM kepada pasar internasional, khususnya dari negara-negara Arab yang memiliki bahasa dan budaya yang berbeda.

2.2 Solusi

Salah satu solusi yang dapat diimplementasikan adalah rebranding video *company profile* RSUD UMM yang awalnya hanya tersedia dalam bahasa Indonesia, untuk diterjemahkan dan diproduksi ulang dalam bahasa Arab. Hal ini penting agar video dapat diterima dengan baik oleh audiens target dan menyampaikan pesan yang sesuai dengan nilai-nilai budaya mereka.

Penggunaan narator yang memiliki kemampuan bahasa Arab yang baik dan benar sesuai dengan standar internasional akan sangat mendukung rebranding ini. Narator yang fasih dalam bahasa Arab, dengan pengucapan dan intonasi yang sesuai, dapat meningkatkan kualitas video. Selain itu, memastikan penggunaan bahasa Arab yang baku dan tepat akan meminimalisir kesalahpahaman serta memberikan kesan profesional kepada audiens internasional. Proses ini akan memperkuat daya tarik video sebagai media promosi yang efektif di pasar global.

Proses sinkronisasi antara *voice over* berbahasa Arab dengan visual video harus dilakukan dengan cermat agar pesan yang disampaikan dapat terserap secara efektif. Hal ini penting agar audiens internasional tidak hanya mendengarkan, tetapi juga memahami dengan jelas informasi yang disampaikan. Sinkronisasi yang tepat akan memastikan pengalaman menonton yang lancar dan menyeluruh, meningkatkan kualitas komunikasi dan citra profesional RSUD UMM di mata audiens global.

Distribusi video *company profile* berbahasa Arab perlu dilakukan melalui platform digital yang dapat diakses secara global, seperti website resmi RSUD UMM, YouTube, dan media sosial lainnya. Ini akan memperluas jangkauan video dan meningkatkan visibilitas RSUD UMM di tingkat internasional. Platform-platform ini memungkinkan RSUD UMM untuk lebih mudah terhubung dengan audiens internasional dan memperkenalkan layanan-layanan unggulannya kepada masyarakat di negara-negara Arab.

Dengan melakukan rebranding video *company profile* ini, RSUD UMM dapat mendukung visi internasionalisasi Muhammadiyah secara nyata. Penyediaan konten dalam bahasa Arab menunjukkan komitmen RSUD UMM untuk memperluas pengaruhnya secara global, sekaligus meningkatkan daya saing dan kredibilitasnya di pasar internasional. Langkah ini akan memperkuat posisi RSUD UMM sebagai institusi kesehatan yang profesional, inklusif, dan siap melayani masyarakat internasional, khususnya dari negara-negara Arab.

Secara keseluruhan, rebranding ini akan memberikan dampak positif bagi RSUD UMM dalam memperluas jaringan internasionalnya. Dengan mengadopsi bahasa Arab yang sesuai dengan standar internasional, RSUD UMM dapat mengatasi hambatan bahasa, menjangkau audiens yang lebih luas, dan menunjukkan komitmennya terhadap visi internasionalisasi Muhammadiyah.