



## Pengelolaan Media Sosial Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam Diseminasi Informasi

Aulia Robbaniyah<sup>1\*</sup>, Dadan Anugrah<sup>2</sup>, Lida Imelda Cholidah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi Humas, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

<sup>2</sup>Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : [aulia08robbaniyah@gmail.com](mailto:aulia08robbaniyah@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam diseminasi Informasi dengan menggunakan model four steps public relations; pertama pencarian fakta berisikan UU mengenai keterbukaan informasi publik, peraturan walikota, pemenuhan pelayanan publik dan besarnya pengaruh media sosial; Kedua perencanaan terdapat penetapan tujuan melalui pimpinan, analisa kebutuhan publik dan pencarian informasi; Ketiga pelaksanaan terdapat pencarian informasi, mengolah informasi, diseminasi informasi, respon umpan balik dan monitoring media sosial; Keempat evaluasi, melihat keluhan masyarakat, analisa sederhana dan perbaikan pelayanan. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan melaksanakan observasi dan wawancara mendalam bersama tiga informan.

**Kata Kunci:** Pengelolaan; Media Sosial; Dinas Kesehatan Kota Bandung; Diseminasi Informasi

### ABSTRACT

*This research aims to find out how the management of social media carried out by the Public Relations of the Bandung City Health Office in disseminating information using the four steps public relations model; The first fact-finding contains a law on public information disclosure, mayoral regulations, fulfillment of public services and the magnitude of social media influence. Both planning there is goal setting through leadership, analysis of public needs and information search. The three implementations include information search, processing information, dissemination of information, feedback response and monitoring of social media. Fourth evaluation, looking at community complaints, simple analysis and service improvements. The study used descriptive qualitatives by conducting observations and in-depth interviews with three informants.*

**Keywords:** *Management; Social Media; Bandung City Health Office; Dissemination of Information*

## **PENDAHULUAN**

Langkah awal pada penelitian ini adalah penulis mengamati penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis sebagai bahan referensi dan rujukan untuk menambah, melengkapi dan memperkuat kajian pustaka penelitian ini.

Pertama, penelitian yang diteliti oleh Aprilina Dwi Astuti yang berjudul *Pengelolaan Media Sosial di TVRI Sumatera Selatan pada Era New Media*, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian tersebut penulis menjelaskan bagaimana pengelolaan media sosial di TVRI Sumatera Selatan. Sedangkan pada penelitian ini, penulis berfokus pada bagaimana terselenggaranya kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam diseminasi informasi.

Kedua, penelitian yang diteliti oleh Muhammad Rafi Pradana, Hanny Hafiar, Heru Ryanto Budiana yang berjudul *Pengelolaan Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi PT. Patra Bangun Properti*, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian tersebut peneliti menjelaskan bagaimana tahapan pengelolaan media sosial instagram yang dilakukan oleh PT Patra Bangun Properti sebagai media komunikasi dengan menggunakan konsep ROSTIR. Sedangkan pada penelitian ini, penulis berfokus pada bagaimana terselenggaranya kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam diseminasi informasi.

Ketiga, penelitian yang diteliti oleh Fajar Syuderajat, Kenanga Puspitasari yang berjudul *Pengelolaan Media Sosial oleh Uni Corporate Communication PT. GMF Aerosia*, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Pada penelitian tersebut peneliti menjelaskan tentang pengelolaan media sosial yang digunakan oleh PT. GMF Aerosia sebagai strategi komunikasi brand awareness. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada bagaimana terselenggaranya kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam diseminasi informasi.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Ardani Christi Bunga Miranda dalam jurnal yang berjudul *Pengelolaan Media Sosial Twitter oleh Kementerian Pendidikan dan kebudayaan dalam Sosialisasi Perpres Penguatan Pendidikan Karakter* dengan metodologi penelitian kualitatif. Penelitian tersebut menjelaskan tentang pengelolaan akun twitter Kemdikbud\_RI dalam sosialisasi Perpres Penguatan Pendidikan Karakter. Sedangkan pada penelitian ini, penulis berfokus pada bagaimana terselenggaranya kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam diseminasi informasi.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Chasanah Utami Putri, Aat Rachniat Nugraha dalam jurnal yang berjudul Proses Branding melalui Pengelolaan Media Sosial pada PT. SDO dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pada penelitian tersebut peneliti menjelaskan tentang bagaimana peengelolaan media sosial Instagram oleh PT. SDO adalah sebuah strategi komunikasi yang mencakup berbagai macam tujuan seperti menjadi media untuk berkomunikasi dengan publik, customer service, menarik konsumen baru, serta membentuk brand image atau citra merek CVR sebagai penyelenggara acara lari virtual untuk tujuan sosial. Sedangkan pada penelitian ini, penulis berfokus pada bagaimana terselenggaranya kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam diseminasi informasi.

Disemanasi informasi atau penyebaran informasi adalah pesan yang disebarakan untuk memberikan pengertian tentang pesan yang ingin disampaikan, informasi tersebut disampaikan dengan memberikan fakta yang ada dengan tujuan untuk memberikan pesan yang benar dan jelas.

Kegiatan diseminasi yang dilakukan melalui media sosial ini berkaitan dengan cyber public relations, dimana seorang humas memanfaatkan media internet untuk mempublikasikan informasi mengenai lembaga yang diwakilinya baik kepada publik internal maupun eksternal secara lebih efektif dan efisien serta tanpa memerlukan pihak ketiga dalam proses diseminasi informasi yang dilaksanakan tersebut.

Dinas Kesehatan Kota Bandung melakukan disemanasi informasi melalui media sosial yang diperuntukan kepada masyarakat Kota Bandung untuk lebih memudahkan ketika masyarakat akan memberikan aspirasi, keluhan dan pertanyaan-pertanyaan yang ingin diajukan khususnya terkait dengan masalah kesehatan.

Pengelolaan media sosial adalah dimana sebuah media sosial dikelola untuk menghasilkan konten-konten yang diperlukan oleh target publik sasaran untuk mencapai tujuan secara maksimal. Pengelolaan media sosial menjadi peran penting untuk sebuah lembaga dimana media sosial dijadikan sebagai platform untuk melakukan interaksi, kolaborasi, menerima dan membagikan informasi.

Dinas Kesehatan Kota Bandung merupakan kedinasan yang bertugas untuk melaksanakan sebagian urusan pemerintah daerah pada bidang kesehatan yang didasari asas otonomi dan pembantuan. Dinas Kesehatan Kota Bandung berfungsi untuk melaksanakan tugas teknis operasional dan fungsional pada bidang kesehatan yang didasari atas kebijakan Wali Kota Bandung dan

melaksanakan pelayanan teknis administrasi ketatausahaan.

Berdasarkan data pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui sosial media instagram resmi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung @dinkeskotabdg dan twitter resmi @Bandung\_Dinkes tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui bagaimana Dinas Kesehatan Kota Bandung dapat memberikan pelayanan kepada publiknya melalui pengelolaan media sosial yang memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi mengenai kesehatan dan program lembaga tanpa batasan jarak dan waktu.

## LANDASAN TEORITIS

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *four steps public relations* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom. Model tersebut digunakan oleh peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di kantor divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung, bahwa model dan teori tersebut memiliki keterkaitan dengan objek yang ada pada penelitian ini yaitu dalam bentuk kegiatan yang dilakukan.

Perlu adanya tahapan yang digunakan oleh sebuah lembaga dalam menjalankan kegiatannya untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan sesuai dengan yang diinginkan. Model *four steps public relations* ini merupakan model yang memiliki empat tahapan yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom (2006: 320) untuk menjalankan kegiatan yang akan dilaksanakan oleh sebuah lembaga.

*Tahapan pertama fact finding*, seorang humas perlu mengumpulkan data dan fakta yang ada dilapangan sebelum menjalankan tahapan selanjutnya yaitu perencanaan, untuk mengetahui situasi dilapangan seperti apa. *Tahapan kedua planning*, seorang humas perlu merencanakan apa dan bagaimana program yang akan dilaksanakan agar lebih terstruktur dan mendapatkan hasil yang diinginkan.

*Tahapan ketiga taking actions and communicating*, setelah menyusun perencanaan yang matang, hasil dari perencanaan tersebut dilaksanakan dan dikomunikasikan sebaik-baiknya untuk menjalankan program. *Tahapan keempat evaluating the program*, setelah menjalankan ketiga tahapan sebelumnya, seorang humas perlu mengadakan evaluasi untuk melihat apakah ada yang kurang dalam pelaksanaan program tersebut atau apakah ada yang perlu diperbaiki untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal lagi.

Istilah pengelolaan memiliki kesamaan makna dengan istilah manajemen. Kedua istilah tersebut pun memiliki tujuan yang sama, yaitu tercapainya sebuah

Pengelolaan Media Sosial Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam Diseminasi Informasi tujuan dari suatu lembaga atau perusahaan. Wardah (2017: 4) menjelaskan bahwa *Management* ditafsirkan pada bahasa Indonesia artinya adalah pengelolaan atau manajemen. Dalam hal ini kedua kata tersebut memiliki kesamaan arti, yaitu untuk mengontrol, mengatur ataupun mengurus.

Ada banyak sekali istilah penyebutan yang digunakan oleh para akademisi mengenai perkembangan teknologi dan informasi, beberapa di antaranya ada yang menggunakan media baru, siber, media sosial, *website*, virtual, online, dan digital PR.

Digital *public relations* (PR) merupakan sebuah keilmuan profesi humas yang dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital saat ini. Onggo (2004: 14) mendefinisikan digital atau *Cyber PR* merupakan sebuah kegiatan kehumasan yang memanfaatkan perkembangan teknologi dan menggunakan internet sebagai media publikasinya.

Kegiatan digital PR dimaknai sebagai bentuk implementasi tugas dan fungsi humas dengan memanfaatkan media digital untuk melakukan interaksi dengan publiknya. Irfandi (2021: 14) menjelaskan bahwa digital atau *online PR* merupakan suatu kegiatan humas yang dilakukan dengan cara menggunakan bantuan teknologi internet untuk dapat terhubung dengan media, komunitas dan publiknya.

Pemanfaatan teknologi sebagai kegiatan digital PR memiliki banyak manfaat bagi perusahaan atau lembaga, salah satunya ialah membentuk *corporate image* yang lebih baik. (Taniarza, et al., 2018: 71) menjelaskan bahwa Manfaat digital PR bagi suatu instansi atau perusahaan antara lain menjadi media atau saluran komunikasi perusahaan yang dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik dan membangun citra atau reputasi positif perusahaan.

Pengertian Informasi menurut kamus besar bahasa Indonesia bahasa merupakan sebuah penerang atau pemberitahuan, sedangkan publik merupakan kumpulan orang-orang. Suhendar (2010: 245) menjelaskan bahwa informasi publik adalah data dalam bentuk catatan yang secara tidak sengaja direkam dan diarsipkan dan baik diambil segera untuk pengambilan keputusan atau ditempatkan dalam konteks yang lebih bermakna dan berguna dan dikomunikasikan kepada penerima untuk pengambilan keputusan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung dengan menggunakan media sosial *instagram* dan *twitter* adalah salah satu dari fungsi humas untuk memberikan pelayanan informasi dan

**Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat.** Vol. 5 No. 2 (2020) 143-156xx

komunikasi antara masyarakat dengan lembaga. Hubungan yang dapat saling mengerti satu sama lain secara mudah akan berguna dalam kemudahan setiap proses kegiatan komunikasi dan koordinasi yang terjalin.

Pengelolaan adalah sebuah proses yang perlu dilakukan oleh setiap lembaga dengan tujuan agar mencapai hasil yang diinginkan secara maksimal. Daryanto (1997 : 348) menyebutkan pengelolaan merupakan sebuah kegiatan untuk mengelola suatu kegiatan dengan membutuhkan sumber daya manusia dan sumber daya tenaga yang lain, dari proses yang ada didalamnya terdapat pengawasan pada kegiatan dan kebijaksanaan yang dilaksanakan untuk mencapai sebuah tujuan.

Bentuk nyata dari *new media* adalah media sosial dengan didasari oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Kaplan dan Haenlein (2010: 59) menyebutkan bahwa media sosial adalah kumpulan aplikasi yang dasarnya adalah internet yang diciptakan dari kumpulan ide dan teknologi web 2.0, dimana didalamnya terjadi pembuatan dan pertukaran sebuah konten atau informasi yang dibuat oleh para penggunanya.

Pengelolaan media sosial merupakan sebuah strategi komunikasi untuk mencapai banyak tujuan, salah satunya sebagai wadah untuk dapat berkomunikasi dengan publik sasaran, *customer service*, dan membangun citra dari sebuah lembaga.

Diseminasi persamaan dari kata penyebaran, sehingga diseminasi informasi merupakan penyebaran sebuah informasi. Penyebaran informasi dapat dilakukan dengan berbagai aktivitas, baik dengan memanfaatkan media ataupun secara langsung seperti pertemuan, sosialisasi dan sebagainya. Sastropetro (1990: 21-22) mendefinisikan penyebaran informasi adalah sebuah penyebaran pesan yang didalamnya terdapat fakta sehingga pesan yang diberikan adalah nyata, benar dan yang mendapatkan informasi tersebut dapat mengerti mengenai informasi yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan melalui proses wawancara mendalam bersama tiga informan secara *online*. Divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung melaksanakan empat tahapan *public relations* pada proses pengelolaan media sosial dalam diseminasi informasi, yakni tahapan *fact finding*, tahapan *planning*, tahapan *taking action and communicating*, dan tahapan *evaluating b the program*. Berikut ini merupakan pembahasan dari empat tahapan *public relations* pengelolaan media sosial Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam diseminasi informasi.

### **Tahap Pertama Fact Finding**

Setiap tahap yang dilakukan merupakan hal yang penting, namun tahapan tersebut dimulai dengan mengumpulkan sebuah data untuk mendiagnosis sebuah fakta yang ada dilapangan, Cutlip, Center dan Broom (2006 : 321) menjelaskan bahwa pencarian fakta dimulai dengan mengadakan sebuah penilaian mengenai sesuatu yang seharusnya berjalan lebih baik. Setelah melaksanakan penilaian dan menjadi sebuah riset, maka riset tersebut digunakan untuk menentukan sebuah fakta yang sedang terjadi dilapangan. Pencarian fakta dapat dilakukan dengan cara mengamati lingkungan sekitar, melihat fenomena yang sedang terjadi dalam waktu dekat. Hal tersebut merupakan langkah awal dalam mengelola kegiatan digital PR. Permasih, dkk (2018: 34) menjelaskan *fact finding* merupakan tahapan pertama yang meliputi kegiatan untuk meneliti dan mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak yaitu pihak – pihak yang berkepentingan atau terpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi atau perusahaan.

Pengumpulan sebuah data terbagi menjadi dua cara, Morissan (2014 : 121) menjelaskan bahwa tahap pencarian fakta dapat dilaksanakan dengan menggunakan dua jenis penelitian. Pertama, riset formal yang dilakukan dengan cara menganalisis data sekunder, survey, observasi dan menganalisis isi. Riset ini dilaksanakan dengan cara yang sistematis dan akurat, sehingga menghasilkan data yang objektif dan tidak menyimpang.

Kedua adalah riset informal dimana riset ini dilakukan dengan cara acak. Terdapat beberapa cara dalam riset informal, yaitu *key informan*, *ombudsman*, kontak personal, diskusi kelompok, telfon, internet, menganalisis surat dan laporan lapangan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan ketiga informan mendapatkan bahwa divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung melakukan tahapan pencarian fakta dengan cara riset formal dan informal.

*Riset formal*, tahapan awal pencarian fakta yang dilakukan oleh divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung adalah melalui riset informal dengan merujuk pada data sekunder yaitu UU Nomor 14 Tahun 2008 mengenai Keterbukaan Informasi Publik yang menjad dasar atas adanya Perintah Walikota Nomor 1340 Tahun 2017 mengenai Pedoman Pengelolaan Pelayanan Informasi dan Dokumentasi di Lingkungan Pemerintah Kota Bandung.

*Riset informal*, Tahapan kedua pencarian fakta yang dilakukan oleh divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung adalah melalui diskusi kelompok, diskusi kelompok yang dilakukan oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung

dilakukan agar tidak adanya kekeliruan informasi yang akan diberikan kepada masyarakat. Diskusi kelompok ini dilakukan dengan pimpinan yaitu Ketua Dinas Kesehatan Kota Bandung untuk melaksanakan kegiatan pengelolaan media sosial untuk pemenuhan pelayanan publik, serta memanfaatkan media internet untuk mencari informasi mengenai kebutuhan masyarakat.

Diskusi kelompok Kitzinger dan Barbour (1999: 21) adalah melaksanakan mencari sebuah fenomena khusus yang dilaksanakan dengan berfokus pada aktivitas diskusi bersama diantara individu yang terlibat dalam sebuah diskusi yang dibuat untuk menghasilkan kesepakatan bersama. Hollander (2004: 612) menjelaskan bahwa interaksi sosial sekelompok individu tersebut dapat saling mempengaruhi dan menghasilkan data/informasi jika memiliki kesamaan dalam hal, antara lain memiliki kesamaan karakteristik individu secara umum, kesamaan status sosial, kesamaan isu/ permasalahan, dan kesamaan relasi/hubungan secara sosial.

Perkembangan pesat yang terjadi pada teknologi informasi dan komunikasi menjadikan hampir segala kegiatan dapat dilakukan dengan memanfaatkan internet. Cutlip, Center dan Broom (2011: 287) menjelaskan bahwa pada saat ini adanya perbedaan jarak bukan faktor penghalang untuk menjalankan kegiatan komunikasi dan saling menukar informasi. Internet menjadi jaringan informasi yang dapat menjangkau jutaan umat manusia yang terdapat di seluruh dunia, walaupun antar individu memiliki perbedaan jarak yang sangat jauh namun dengan menggunakan internet kegiatan tukar informasi masih dapat dilakukan.

Hasil temuan penelitian mengenai pencarian fakta yang dilakukan oleh divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung dilakukan dengan menggunakan riset formal dengan merujuk pada UU mengenai Keterbukaan Informasi dan Perintah Walikota serta riset informal dengan berdiskusi bersama pimpinan mengenai pengelolaan media sosial akan pemenuhan pelayanan publik serta memanfaatkan media internet untuk mengetahui kebutuhan masyarakat.

### **Tahap Kedua Planning**

Perencanaan yang dilaksanakan untuk menentukan sebuah tujuan yang akan dicapai adalah salah satu tahapan dari pengelolaan, Terry (2015 : 4) menjelaskan definisi dari pengelolaan yaitu proses yang dimana terdapat suatu kegiatan pengorganisasian, perencanaan, pengendalian serta pergerakan yang dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya yang lainnya dimana dapat mencapai sebuah tujuan yang telah ditentukan.

*Penetapan tujuan melalui pimpinan*, Langkah awal yang dilakukan divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam melakukan sebuah perencanaan konten



yang akan diunggah pada laman media sosial *instagram* dan *twitter* adalah dengan menetapkan tujuan melalui pimpinan. Menurut Soehardjono (1998: 127) dalam mencapai sebuah tujuan dari kinerja yang tinggi dan memiliki guna perlu adanya seorang pemimpin yang berperan untuk memberikan dorongan, pengawasan dan dapat berkomunikasi dengan baik dengan anggotanya.

Lembaga pemerintah menjadi salah satu sarana komunikasi dan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga diperlukannya informasi yang tepat untuk disebarkan ketengah masyarakat, menghindari informasi tidak aktual. Divisi Humas melaksanakan beberapa tahapan dalam melakukan perencanaan, Morissan (2014: 149) menjelaskan bahwa tahapan awal dalam proses perencanaan yang perlu dilaksanakan adalah penetapan tujuan.

*Analisa kebutuhan masyarakat*, tahapan dalam membuat sebuah informasi diperlukan sebuah data yang dimana data tersebut menjadi bahan utama informasi, dicari melalui sumber terpercaya untuk diolah menjadi sebuah informasi yang mudah dimengerti sehingga menjadi hal yang bermanfaat untuk masyarakat. Sutabri (2005: 23) menjelaskan bahwa informasi merupakan sebuah data yang telah diolah menjadi hal yang dapat dimengerti dan memiliki nilai bagi penerimanya dapat berpengaruh dalam keputusan yang diambilnya dimasa kini ataupun nanti.

*Pencarian informasi*, masyarakat informasi menjadikan informasi sebagai salah satu kebutuhan sehari-hari, Krikelas (1983: 6) menjelaskan bahwa seseorang membutuhkan sebuah informasi dengan tiga alasan, yaitu kebutuhan dalam penyelesaian sebuah penelitian, kebutuhan akan informasi yang muncul karena sebuah tugas dan kebutuhan informasi yang berkaitan dengan sebuah subjek yang sedang menjadi perhatian masyarakat.

Model siklus informasi adalah dimana sebuah data yang bermutu diolah dengan menggunakan model tertentu sehingga menghasilkan sebuah informasi. Menurut Davis dalam Kadir (2003: 28) menjelaskan informasi merupakan sebuah data yang telah diolah menjadi sesuatu yang dapat bermanfaat untuk penerimanya dalam mengambil sebuah keputusan.

Hasil temuan penelitian pada tahap perencanaan Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung melakukan tiga tahapan yaitu penetapan tujuan melalui pimpinan, penetapan tujuan dapat disesuaikan dengan visi dan misi dari lembaga. Kedua, menganalisa kebutuhan masyarakat, analisa ini dilakukan melalui umpan balik yang diberikan oleh masyarakat melalui media sosial *instagram* dan *twitter*. Ketiga, pencarian informasi yang bisa didapatkan melalui berbagai sumber terpercaya dan *dicrosscheck* kembali agar dapat memberikan informasi yang valid kepada

### **Tahap Ketiga Taking Action and Communicating**

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan dalam kegiatan pengelolaan media sosial. Sukarna (2011: 10) menjelaskan bahwa dalam sebuah pengelolaan terdapat tahap perencanaan sebelum tahap pelaksanaan. Sama seperti apa yang dijelaskan oleh Suryanto (2015: 177) bahwa terdapat beberapa syarat yang perlu terlaksana sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik, yaitu perlu adanya persiapan dalam membuat pesan disesuaikan dengan kebutuhan dan pesan yang akan disampaikan menggunakan bahasan yang mudah dimengerti.

Pelaksanaan program, morissan (2008: 108) menjelaskan bahwa tahap ini merupakan sebuah tindakan dan melaksanakan komunikasi yang sudah merancang tujuan sejak awal perencanaan. Perencanaan yang sudah diatur sedemikian rupa dilaksanakan pada tahapan ini. Wardah (2017: 10) Langkah ini meliputi implementasi program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan program. Tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung melalui beberapa tahap. menurut Browne dan Wildasvsky dalam Usman (2002: 70) menjelaskan bahwa pelaksanaan adalah sebuah kegiatan yang dapat menyesuaikan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan menunjukkan bahwa adanya intruksi dari pimpinan mengenai pelaksanaan kegiatan pengelolaan media sosial dan konfirmasi terlebih dahulu dengan bidang terakait sebelum informasi disebarluaskan, kepemimpinan merupakan faktor penting dalam pelaksanaan sebuah kegiatan.

Pernyataan diatas sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Terry (2010: 101) bahwa pelaksanaan merupakan kegiatan yang dilaksanakan setelah dilakukannya tahap perencanaan, hal yang dapat dilakukan selanjutnya adalah pemimpin dapat memotivasi anggotanya untuk melaksanakan tugas yang telah diberikan.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikaitkan dengan hasil temuan peneliti yang dilakukan melalui kegiatan wawancara yang telah dilaksanakan yaitu, proses pengelolaan media sosial Dinas Kesehatan Kota Bandung dilaksanakan mulai dari adanya intruksi dari pimpinan, pencarian informasi dengan tata laksana dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, pengolahan data menjadi informasi lalu menyebarkan informasi kepada masyarakat. Kebutuhan masyarakat dapat dilihat dengan analisis sederhana melalui umpan

Pengelolaan Media Sosial Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam Diseminasi Informasi balik yang diberikan masyarakat melalui *instagram* dan *twitter*.

Data-data yang telah didapat kemudian dikelola untuk menjadi sebuah informasi yang dapat diterima dan dimengerti dengan mudah oleh masyarakat, dikelola dengan membuat data tersebut kedalam bentuk digital yang kemudian diunggah menjadi sebuah informasi ke *instagram* dan *twitter*, adapun aduan-aduan yang disampaikan oleh masyarakat diklasifikasikan dan dilaporkan kepada bidang terkait untuk dapat diselesaikan.

Hasil temuan penelitian adalah dapat dilihat bahwa divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung telah melaksanakan kegiatan pelaksanaan dalam program kerja sesuai dengan yang seharusnya yaitu melalui proses perencanaan yang baik, sehingga tahapan kegiatan pelaksanaan berjalan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan yang telah dilaksanakan sebelumnya.

### **Tahap Keempat Evaluating the Program**

Kegiatan evaluasi pada program kesehatan adalah model evaluasi yang berjalan secara terus menerus dengan masing-masing bagian saling mempengaruhi dan bergantung. Menurut Issel dan Fagen (2014: 416-421) terdapat perputaran tahap evaluasi pada program kesehatan yaitu mengevaluasi serta menentukan kebutuhan masyarakat mengenai kesehatan, menjalankan prioritas kebutuhan dan program perencanaan, menerapkan rencana dan mengevaluasi penerapan program dan mengevaluasi dampak kesehatan dari program yang dilaksanakan.

Tujuan evaluasi menurut Worthen dan Sanders dalam Sawitri (2007: 24) dibagi menjadi tiga, yaitu mengetahui kelemahan, memperoleh informasi, dan menjaga catatan. Syahirah (2021: 48-29) menjelaskan bahwa evaluasi merupakan alat ukur keberhasilan sebuah program yang dilaksanakan oleh lembaga dengan melihat umpan balik dari publik internal ataupun eksternal.

Pencapaian keberhasilan pada program *public relations* terbagi menjadi beberapa macam. Mukarom (2015: 242) keberhasilan dari sebuah program public relations dapat ditinjau dari perilaku khalayak, masukan terhadap lembaga, dan sikap. Keberhasilan ini pada pengelolaan digital PR dapat dilihat dari hasil survei kepuasan berupa jumlah permohonan yang dikabulkan.

Kegiatan evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai model, salah satunya adalah model CIPP (*context, input, process dan product*), Stufflebeam, H. MCKee dan B Mckee (2003: 118) menjelaskan bahwa model tersebut dilakukan sebagai sebuah sistem yang mana dengan adanya evaluasi itu digunakan untuk tujuan yang lebih baik kedepannya.

Kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh divisi Humas Dinas Kesehatan

Kota Bandung berkaitan dengan model *process evaluation* dan *product evaluations*. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan melihat pelaksanaan serta hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Model evaluasi CIPP ini menurut Sudjana dan Ibrahim (2004: 246) menjelaskan bahwa model ini dapat digunakan diberbagai bidang.

Dinas Kesehatan Kota Bandung merupakan lembaga pemerintah yang memiliki tugas serta tanggung jawab kepada Pemetintah Daerah juga kepada masyarakat. Sudah seharusnya sebagai lembaga pemerintah, wajib untuk melaksanakan pelayanan publik yang sifatnya terbuka dan apa adanya baik kepada publik internal maupun eksternal.

Hasil temuan penelitian adalah dapat dilihat bahwa divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung telah menjalankan tahapan fungsi *public relations* yaitu evaluasi. Komunikasi sebagai alat dari terjadinya kegiatan evaluasi juga dampak yang diberikan terhadap lembaga sebagai hasil dari proses pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan.

## **PENUTUP**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Dinas Kesehatan Kota Bandung mengenai Pengelolaan Media Sosial Dinas Kesehatan Kota Bandung, peneliti telah menjelaskan secara rinci dan detail mengenai jawaban yang diberikan informan dari hasil wawancara mengenai pengelolaan media sosial. Berikut adalah kesimpulan penelitian yang telah dilakukan.

Pengelolaan media sosial yang dikelola oleh divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung berdasarkan atas Undang Undang Nomor 14 Tahun 2008 yang menjelaskan mengenai Keterbukaan Informasi Publik yang menjadi dasar atas adanya Peraturan Wali Kota Nomor 1340 Tahun 2017 mengenai Pedoman Pengelolaan Pelayanan Informasi dan Dokumentasi di Lingkungan Pemerintah Kota Bandung.

Pengayaan pengelolaan tak akan luput dari tahap perencanaan dimana divisi Humas melakukan perencanaan dimulai dari adanya intruksi dari pimpinan dan pada tata laksananya disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sampai pada pencarian data terkait.

Tahap pelaksanaan pengelolaan dimana rencana yang telah dibuat dilaksanakan sebaik mungkin, dengan mengolah data yang telah didapatkan lalu dijadikan sebuah informasi kemudian dilakukannya diseminasi informasi, menjawab *feedback* yang diberikan oleh masyarakat sampai pada merekap hasil dari interaksi yang dilakukan dengan masyarakat baik pada media sosial *instagram* dan *twitter*.

Tahap terakhir evaluasi, tahapan ini dilakukan oleh Ketua Sub Umum dengan melihat pertanyaan, keluhan serta aduan masyarakat sebagai tolak ukur keberhasilan dari kegiatan pengelolaan media sosial yang telah dijalankan yang kemudian dapat menjadi bahan perbaikan dalam hal pelayanan informasi publik.

Pengelolaan media sosial yang dilaksanakan oleh divisi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung menghasilkan keterbukaan informasi publik, pelayanan publik dan diseminasi informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Center, & Broom. (2006). *Effective public relations* (Edisi kesembilan). Jakarta: Kencana.
- Daryanto. (1997). *Kamus umum bahasa Indonesia*. Jakarta: Penerbit Rosda Karya.
- Hollander, J. A. (2004). The social contexts of focus groups. *Journal of Contemporary Ethnography*, 33(5), 602-637.
- Irfandi, M. (2021). *Pengelolaan akun YouTube sebagai bentuk kegiatan online public relations* (Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi Konst. Humas, UIN Sunan Gunung Djati).
- Issel, L. M., & Fagen, M. C. (2014). Evaluation of public health programs. In L. Shi & J. A. Johnson (Eds.), *Novick's & Morrow's public health administration: Principles for population-based management* (3rd ed.). John and Bartlett.
- Kadir, A. (2003). *Pengertian informasi*. Jakarta: Herwin Goernia.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kitzinger, J., & Barbour, R. S. (1999). *Developing focus group research: Politics, theory and practice*. London: Sage Publications.
- Krikelas, J. (1983). Information-seeking behavior: Patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*.
- Morissan, A. (2014). *Metode penelitian survei* (Cetakan ke-2). Jakarta: Kencana.
- Mukarom, Z. L. W. (2015). *Manajemen public relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber public relations*. Jakarta: PT Media Elex Komputindo (Gramedia Group).
- Permasih, I., et al. (2018). Pengelolaan media sosial Instagram humas pemerintah provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1).
- Sastropoetro, S. (1990). *Pendapat publik, pendapat umum, dan pendapat khalayak dalam komunikasi sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

A. Robbaniyah, D. Anugrah, L.I Cholidah

- Sawitri, S. (2007). *Evaluasi program pelatihan keterampilan membuat hiasan busana dengan teknik pemasangan payet bagi pemilik dan karyawan modiste di Kecamatan Gunungpati Semarang* (Tesis, PPs UNY, Yogyakarta).
- Soehardjono. (1998). *Kepemimpinan: Suatu tinjauan singkat tentang pemimpin dan kepemimpinan serta usaha-usaha pengembangannya*. Malang: APDN Malang Jawa Timur.
- Stufflebeam, D. L., McKee, H., & McKee, B. (2003). *The CIPP model for evaluation*. Paper presented at the 2003 Annual Conference of the Oregon Program Evaluation Network (OPEN), Portland, Oregon.
- Sudjana, N., & Ibrahim. (2004). *Penelitian dan penilaian pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sukarna. (2011). *Dasar-dasar manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Suryanto. (2015). *Pengantar ilmu komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sutabri. (2005). *Sistem informasi manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syahirah, S. (2021). *Pengelolaan media relations humas Pemkab Bandung melalui program Ngawangkong dalam upaya menjaga citra*. (Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi Konst. Humas, UIN Sunan Gunung Djati).
- Taniarza, R., Suherdiana, D., & Herman. (2018). Pengelolaan informasi melalui website Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1).
- Terry, G., & Rue, L. W. (2010). *Dasar-dasar manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Usman, N. (2002). *Konteks implementasi berbasis kurikulum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wardah, M. (2017). Pengelolaan website sebagai media informasi publik pada bagian humas dan informasi pemerintah Kota Pekanbaru. *JOM Fisip Kampus Bina Widya*, 4(1).