



Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Rumah Sakit Pamengpeuk

Susan Juliantika^{1*}, Enjang As¹, Aep Wahyudin²

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Humas, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : susanjuliantika261@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan media sosial pada instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk melalui model the circular model of SoMe for social communications. Metode penelitian yang digunakan yakni metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan pengelolaan media social Instagram dilakukan dengan empat tahapan yaitu 1) share meliputi meningkatkan partisipasi publik dan menentukan media sosial, saling terhubung dengan publik dan membangun kepercayaan publik, 2) optimize meliputi mengoptimalkan konten Instagram dengan mengecek profile dan like pada akun Instagram dan melakukan pengoptimalan konten melalui hastag terhadap konten, 3) manage meliputi media monitoring, memberikan respon cepat dan memanfaatkan fitur reels, 4) engage meliputi menjalin hubungan dengan influencer, mengetahui keberadaan audiens dan mengadakan kegiatan bersama dengan publik.

Kata Kunci: Pengelolaan; Media Sosial; Instagram; Media Sosial, Komunikasi, Informasi

ABSTRACT

This study aims to describe the management of social media on Instagram as a medium of communication and information at Pamengpeuk Hospital through the circular model of SoMe for social communications. The research method used is descriptive qualitative method. The results show that Instagram social media management is carried out in four stages, namely 1) sharing includes increasing public participation and determining social media, connecting with the public and building public trust, 2) optimizing includes optimizing Instagram content by checking profiles and likes on

Instagram accounts and doing optimizing content through hashtags for content, 3) managing including media monitoring, providing quick responses and utilizing the reels feature, 4) engaging including establishing relationships with influencers, knowing the presence of the audience and holding joint activities with the public.

Keywords: Management; Social media; Instagram; Social Media, Communication, Information

PENDAHULUAN

Pengelolaan merupakan proses perencanaan, pengorganisasian pada suatu organisasi. Sistematis manajemen telah menerapkan fungsi yang telah ditetapkan pada suatu organisasi, Lembaga atau perusahaan. Pengelolaan merupakan bentuk usaha kerja suatu perusahaan atau Lembaga untuk melaksanakan fungsi manajemen atau mengatur sumber-sumber yang telah dimuat agar dapat mencapai tujuan Lembaga. Salah satu pengelolaan pada era digital dengan dilakukannya pengelolaan media sosial.

Seorang praktisi public relations harus mampu menyikapi realita perubahan media komunikasi juga dituntut mampu mengembangkan strategi manajemen strategisnya agar dapat merambah dan mendayagunakan new media seperti internet yang menyediakan kebebasan informasi. Darwadi (2019:903) menjelaskan bahwa new media saat ini menjanjikan suatu interaksi yang intens antara pemberi pesan dengan publiknya, hal ini menjadi sebuah tantangan bagi dari pengelolaan untuk menerapkan strategi yang tepat melalui media internet guna mendukung keberlangsungan aktivitas lembaga.

Peran humas dalam sebuah lembaga sangat berpengaruh, dimana segala aktivitas dan interaksi dengan berbagai pihak dikelola dan menjadi tugas seorang humas untuk menjaga dan membangun citra yang baik untuk lembaganya. Penerapan konsep pengelolaan media sosial sudah banyak diterapkan oleh berbagai macam perusahaan dan lembaga untuk menyebarkan informasi, publisitas dan juga sebagai media interaksi antara lembaga dengan publiknya. Hal tersebut juga diterapkan oleh Humas Rumah Sakit Pamengpeuk di bidang Kesehatan Rumah Sakit Pamengpeuk.

Rumah Sakit Pamengpeuk yang memanfaatkan media sosial

Instagram untuk melakukan komunikasi secara online. Praktisi public relations Rumah Sakit Pamengpeuk memanfaatkan media sosial bukan hanya untuk berkomunikasi saja melainkan, penyebaran informasi-informasi serta pesan Lembaga guna membangun citra positif. Rumah Sakit Pamengpeuk Garut sekitar 1.122 ribu pengikut. Meskipun akun media sosial Instagram yang dimiliki Rumah Sakit Pamengpeuk Garut masih terbilang baru akan tetapi media sosial yang dimilikinya terbilang aktif terlihat dari postingan yang memiliki 135 postingan dengan banyak video yang di unggah pada feeds pada Instagram. Terlihat pada postingan pertama yang di unggah pada tanggal 13 januari 2020. Mempostingkan tentang kegiatan tentang kesehatan. Rumah Sakit Pameungpeuk Garut juga sering membuat konten mengenai hari-hari besar Nasional, dan open recruitment karyawan baru. Postingan Foto pada Instagram Rumah Sakit Pameungpeuk Garut memiliki konten video tentang Kesehatan. Menyampaikan sebuah informasi melalui media sosial Instagram merupakan Langkah proses terbentuknya citra yang dimiliki oleh Rumah Sakit Pamegpeuk Garut. Informasi yang diberikan merupakan bagian yang dibutuhkan oleh masyarakat terkhusus informasi Kesehatan.

Informasi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan oleh manusia. Dengan adanya informasi seseorang mampu berkembang dan menciptakan hal-hal yang baru. Enjang (2019:3) ada dua aspek penting agar sebuah informasi tersebut layak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka di perlukannya penataan pesan melalui media itu sendiri dalam mengolah informasi tersebut, penataan pesan informasi yang baik dapat menarik perhatian bagi khalayak. Melalui media inilah pemenuhan kebutuhan khalayak bisa terpenuhi, dengan demikian berita menjadi bagian yang penting bagi media. Dengan kehadirannya yang sangat diperlukan sehingga definisi tersebut mampu memberikan pengertian yang penting bagi ilmu pengetahuan.

Media sosial memberikan perubahan yang cukup besar di era saat ini, media sosial bukan hanya digunakan untuk kepentingna sendiri saja, perubahan yang semakin modern tidak terlepas dari yang namanya media sosial. Kehadirannya media sosial yang menjadi lebih baik. Media menjadi bahan kebutuhan untuk saat ini bagi masyarakat. Informasi yang ter Update dan tercepat sekarang bisa di dapatkan dari media sosial oleh

masyarakat tanpa harus menunggu dari informasi langsung dari orang lain. Jumlah pengguna media sosial semakin hari semakin banyak yang salah satunya Instagram.

Terdapat media sosial Instagram yang dimanfaatkan Humas Rumah sakit Pamengpeuk dalam melaksanakan pengelolaan informasi dan komunikasi. Media sosial tersebut ialah Instagram @rsudpamengpeuk, facebook (RSUD Pamengpeuk Garut), dan You Tube (RSUDPamengpeukGarut). Ketiga media sosial tersebut selalu aktif dalam mengunggah informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, akan tetapi media sosial, yang lebih banyak diakses atau dipakai untuk menyebarkan informasi lebih banyak yaitu pada media sosial instagram dimana media sosial Instagram yang dimiliki Rumah Sakit Pamengpeuk lebih banyak diakses oleh masyarakat terlihat pada postingan yang diberikan oleh humas Rumah Sakit Pamengpeuk dimana memiliki banyak informasi yang beragam baik mengenai Kesehatan atau kegiatan yang dilakukan di Rumah Sakit Pamengpeuk.

Konten-konten yang diunggah pada Instagram RSUD pamengpeuk dimana tidak hanya mengenai foto akan tetapi berbentuk videografi, humas Rumah Sakit Pamengpeuk kemudian dibagikan melalui Multi Media Humas dan juga konten yang dibuat oleh Humas Rumah sakit Pamengpeuk. Konten yang dibuat oleh seksi Humas Rumah Sakit Pamengpeuk berupa Kesehatan, kegiatan, perlombaan, sosialisasi, vaksinasi dan donor darah dimana banyak melibatkan masyarakat. Terciptanya hubungan baik serta citra yang baik di mata masyarakat, perlunya seorang praktisi public relations yang mampu mengelola persoalan serta trend yang baru di masyarakat. Meskipun sudah memiliki media sosial akan tetapi apabila, dalam hal pengelolaan tidak sesuai dengan tujuan Lembaga. Maka, informasi yang di berikan kepada khalayak tidak akan menimbulkan feedback pada Lembaga tersebut.

Data penelitian tersebut menunjukkan bahwa seksi hubungan masyarakat Humas Rumah Sakit Pamengpeuk Garut telah mengelolan pengelolaan media sosial Instagram dengan baik, sehingga pada kesempatan viralisasi meraih target audiens begitu banyak dalam penyebaran informasi kepada publik secara cepat dan tanggap. Media yang

dibuat oleh humas Rumah Sakit Pamengpeuk sangat berperan besar dalam melakukan komunikasi dengan publik serta dapat meningkatkan pelayanan informasi kepada publik dengan efektif keterbukaan informasi kepada publik. Layanan keterbukaan informasi yang dilakukan seksi humas Rumah Sakit Pamengpeuk dengan memanfaatkan media internet ialah melalui Instagram yang digunakan untuk sarana publisitas serta menampung aspirasi publik.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini berfokus pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk. Pertanyaan penelitian ini yaitu, pertama, bagaimana seksi humas Rumah Sakit Pamengpeuk dalam membagikan konten kepada publik melalui media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi? Kedua, bagaimana seksi humas Rumah Sakit Pamengpeuk dalam mengoptimalkan pesan melalui pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk? Ketiga, bagaimana seksi humas Rumah Sakit Pamengpeuk dalam mengelola informasi melalui Pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk? Keempat, bagaimana seksi humas Rumah Sakit Pamengpeuk melibatkan publik pada pengelolaan media Sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk?

Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif digunakan agar dapat menggambarkan bagaimana realitas yang terjadi di lapangan secara sistematis dan utuh berdasarkan pada penemuan-penemuan yang nyata. Paradigma yang digunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Data yang didapatkan pada penelitian ini melalui proses wawancara mendalam, observasi partisipatori pasif dan dokumentasi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Artianasari (2020) dengan judul “Strategi Komunikasi Polres Parepare dalam Menangani Penyebaran Berita Bohong (Hoax) di Media Sosial melalui CPR (Cyber Public Relations) hasil penelitian yang dilakukan berhasil menemukan strategi komunikasi yang digunakan dalam menangani berita hoax dengan

menggunakan empat proses public relations dari cutlip, center and Broom. Sedangkan pada penelitian ini proses cyber public relations yang dilakukan oleh humas polres Indramayu dengan menggunakan konsep Regina Luttrell the circular model of SoMe for social communications dengan melalui empat tahapan.

Firman Irwansyah dan Nova Yulianti (2015) membahas tentang proses operasional cyber public relations dengan menggunakan tahap proses operasional public relations menurut Cutlip Center and Broom. Peneliti berhasil mengidentifikasi tahapan operasional tersebut. Pada penelitian yang akan peneliti lakukan ialah mengidentifikasi pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk dengan menggunakan tahapan SoMe oleh Regina Luttrell untuk meningkatkan citra yang dimiliki oleh Polres Indramayu melalui pengelolaan website dan media sosial.

LANDASAN TEORITIS

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini ialah konsep *the circular model of SoMe for social communications* dari Regina Luttrell. Konsep tersebut digunakan sebab tahapan yang terdapat di dalamnya relevan dengan tahapan yang dilakukan Rumah Sakit Pamengpeu. Lutrell (2015:40-45) menjelaskan model komunikasi yang dilakukan oleh seorang *public relations* disebut *The circular model of SoMe for social communication*. Lutrell juga menjelaskan bahwa model ini telah mendapatkan dukungan fundamental The Cluetrain Manifesto walaupun belum banyak diterima secara luas. Model komunikasi ini terdapat empat komponen dalam media sosial, yaitu *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola) dan *engage* (mengikutsertakan).

Pertama, tahap *share* pada model ini merupakan tahap dengan tiga aspek yakni *participate* (partisipasi), *connect* (menghubungkan) dan *build trust* (membangun kepercayaan). Tahap *share* atau membagikan ini menjadi bagian yang penting bagi praktisi *public relations* untuk lebih mengetahui dan memahami bagaimana dan dimana audiens atau publik mereka berinteraksi. Menurut Satyadewi, et al., (2017:157) tahap *share* juga menjadi

kesempatan bagi lembaga untuk menghubungkan, membangun kepercayaan dan mengidentifikasi saluran komunikasi yang efektif.

Kedua, tahap *optimize* atau mengoptimalkan menurut Rizky, et.al, (2020:186) ialah suatu proses melaksanakan suatu program yang terencana guna mencapai target tujuan, sehingga dapat meningkatkan kinerja secara optimal dalam membagikan pesan kepada publik. Tahap ini terdapat dua aspek penting yang perlu diperhatikan, yaitu *listen & learn* dan *take part in authentic conversations*. Maksud dari aspek *listen & learn* ialah mendengarkan dan mempelajari segala hal yang tengah terjadi dilingkungan publik.

Ketiga, Tahap *manage* atau mengelola menurut Mahmudah, et al., (2020:5) menjelaskan bahwa tahap *manage* ini ialah bagaimana komunikator dapat mengelola atau mengatur media sosial dengan baik dengan cara memantau, menanggapi respon publik dan juga mengukur keberhasilan atau kegagalan dalam pengelolaan konten. Terdapat tiga komponen penting dalam tahap ketiga ini, diantaranya media *monitoring*, *quick responses* dan *real time interactions*. Bila pada tahap sebelumnya lembaga harus mengetahui apa saja yang sedang ramai diperbincangkan oleh publik, maka pada tahap ini merupakan langkah yang berkelanjutan dari sebelumnya.

Keempat, tahap *engage* yang berarti melibatkan atau mengikutsertakan. Tahap ini menegaskan bagaimana seorang praktisi *public relations* harus mampu melibatkan publik dengan strategi komunikasi yang dilakukan di media sosial. Terdapat tiga aspek penting didalamnya, yaitu *influencer responses*, *where is the audience*, dan *how do I reach them*. Secara singkat Hajati, et al., (2018:62) mengatakan bahwa tahap akhir dalam model Lutrell ini yaitu *engage* ini bahwa mengelola strategi *engagement* bukanlah hal yang mudah, namun ketika lembaga menyadari akan kelebihan dari keterlibatan publik maka hubungan yang tepat dapat dibangun.

J.C. Seidel dan W. Emerson Rech dalam Sari (2017:6) menerangkan bahwa *Public relations* adalah sebuah proses yang berkelanjutan dari sebuah usaha *management* memperoleh *goodwill* dan pengertian dari publik baik pelanggan, pegawai dan publik eksternal lainnya, mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri dengan komunikasi kedalam, **Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat** VoL. 5 No. 2 (2020)193-214

komunikasi keluar dengan mengadakan pertanyaan-pertanyaan.

Sebagai sebuah lembaga tentunya memiliki kebijakan dan kepentingan dalam penyampaian informasi kepada publik. upaya tersebut dapat dilakukan dengan memaksimalkan fungsi humas atau *public relations*. J.C. Hoofman dalam Nurtjahjani (2018: 11-12) menjelaskan bahwa sebagai praktisi *public relations* untuk membangkitkan opini publik yang positif terhadap lembaga harus diberi penjelasan-penjelasan yang lengkap dan objektif terkait kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan publik, sehingga menumbuhkan kepercayaan dan pengertian daripadanya.

Informasi menurut Bodnar (2000:1) merupakan proses data yang diolah demi mengambil keputusan yang tepat, agar tujuan diarpakan menghasilkan sebuah keputusan yang efektif. dengan adanya informasi yang di dapatkan maka pengetahuan yang diperoleh akan semakin luas sehingga bisa memberikan informasi yang akurat.

Instagram menurut Sherief (2014:47) ialah salah satu aplikasi jejaring sosial dengan berbagai foto, dan video. Perubhana yang dibuat oleh media sosial sangat membantu perkembangan baru bair pada ranah dunia bisnis atau pemerintahan. Penyebaran informasi atau kegiatan aktivitas yang ada di Rumah Sakit Pamengpeuk mampu memanfaatkan media sosial Instagram sehingga mempermudah masyarakat untuk lebih bisa mengakses terutama dalam hal Kesehatan. Perkembangan suatu lembaga terlihat bagaimana proses pengelolaan serta tujuan yang dibangun oleh humas Lembaga tersebut. Media menjadi bahan kebutuhana untuk ter *Update* nya suatu informasi yan aka di samapaikan kepada publik. Pemanpaatannya juga mampu membangun citra perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah Sakit Pameungpeuk merupakan Rumah Sakit Umum kelas C milik Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang merupakan Rumah Sakit rujukan di wilayah Jawa Barat Selatan. yang berada di Garut Selatan. Rumah Sakit Paemeungpeuk Jawa Barat dengan peraturan Gubernur Jawa Barat No. 100 tahu 2015 tentang pengelolaan Pasca Ali Status Rumah Sakit Pameungpeuk Daerah Kabupaten Garut menjadi Rumah

Sakit Umum Daerah Provinsi Jawa Barat dengan kode Rumah Sakit Umum Daerah 3205022.

Rumah Sakit Umum Daerah Pameungpeuk mulai di oprasionalkan dan menjadi UPTD Kesehatan Provinsi Jawa Barat mulai awal tahun 2016. Dalam UU Negara Republik Indonesia nomor 44 BAB I Pasal 1 menyatakan. Rumah Sakit adalah Institusi Pelayanan Kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan Kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Sakit Pamengpeuk melewati empat tahapan dalam melakukan pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi melalui model SoMe, yakni tahap *share* (membagikan) konten, tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan, tahap *manage* (mengelola) informasi dan tahap *engage* (melibatkan) publik.

Tahap *Share* (Membagikan) Konten

Tahap *share* (membagikan) konten yang dilakukan seksi humas Rumah Sakit Pamengpeuk pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi merupakan sebuah upaya yang bertujuan untuk menginformasikan kepada publik segala giat yang dilakukan setiap harinya. Sebagai lembaga Kesehatan yang memberikan pelayanan, kenyamanan dan keakuratan informasi bagi publik, tentunya upaya membagikan konten menjadi hal yang penting diperhatikan.

Pada tahap *share* (membagikan) konten dalam pengelolaan media sosial instgram sebgai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk terdapat tiga aspek yang harus dilakukan. Ketiga aspek itu diantaranya, meningkatkan partisipasi publik dan menentukan media sosial, saling terhubung dengan publik, serta membangun kepercayaan publik melalui konten yang dibagikan.

Adanya partisipasi publik dalam setiap giat yang dilakukan merupakan hal yang penitng. Menurut Pusvita, et.al (2017:06) menjelaskan bahwa partisipasi dalam lembaga pemerintahan dikategorikan kedalam tiga bentuk. Pertama, interaksi satu arah atau manajerial dimana

pemberian informasi hanya dari pemerintah kepada masyarakat. Kedua, interaksi dua arah atau konsultif, dimana interaksi yang terjalin antara pemerintah dan masyarakat. Dan yang ketiga, partisipasi lebih baik dari dua arah, dimana antara pemerintah dan masyarakat saling berinteraksi satu sama lain.

Selain berinteraksi dengan publik di media sosial Instagram yang dimiliki Humas Rumah Sakit Pamengpeuk juga digunakan untuk berinteraksi dengan publik serta memberikan informasi terkait Kesehatan, jadwal praktik doctor, informasi mengenai donor darah dan lainnya. Menurut Anwari (2021:31) dengan adanya sosial media, berbagai aktifitas terjalin secara dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan bahkan saling berinteraksi dalam berbagai bentuk, seperti tulisan, visual maupun audiovisual. Media sosial diawali dari tiga hal yaitu diantaranya *sharing*, *collaborating*, dan *connecting*.

Humas Rumah Sakit Pamengpeuk memanfaatkan pergeseran teknologi yang semakin pesat saat ini untuk meningkatkan citra baik dimata publik melalui media sosial salah satunya instagram dalam membagikan berita dan informasi publik. Van Dijk dalam Nasrullah (2015:15) menerangkan bahwa media sosial ialah sebuah platform media yang berfokus pada eksistensi penggunanya yang memberikan fasilitas bagi mereka untuk beraktifitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial menjadi fasilitator online yang menguatkan hubungan antar penggunanya.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, secara umum hubungan antara lembaga dengan publik sudah sangat baik dengan menghubungkan kepentingan yang sama. Hal tersebut selaras dengan pernyataan Laksamana (2018:46-47) yang menerangkan bahwa di saat ini di era konvergensi, praktisi *public relations* diharapkan mampu menjadi seorang producer dan publisher. Sebagai producer, praktisi *public relations* dituntut untuk menyajikan *story*, *article*, *contents* baik berupa video, tulisan maupun vlog kepada target audiens. Dirasa cukup penting bagi seorang praktisi *public relations* memiliki kreativitas yang tinggi.

Berbagai macam upaya dilakukan untuk dapat dekat dengan publik agar interaksi terjaga dengan baik sehingga terbangunnya kepercayaan

publik melalui konten yang dibagikan. Konten yang dibagikan salah satunya ialah konten mengenai kesehatan serta giat sehari-hari. Menurut Gahrn (2005:18) konten adalah apa yang harus disampaikan, bisa saja melalui: teks, gambar, suara, video, kata-kata yang diucapkan, matematika, Bahasa symbol, kode Morse, music, bahasa tubuh dan sebagainya.

Kegiatan yang dibagikan melalui instagram mengenai kegiatan Rumah Sakit Pamengpeuk melalui media sosial secara tidak langsung akan membangun opini publik yang baik terhadap kinerja Rumah Sakit Pamengpeuk. Ketika opini publik telah terbentuk, maka kepercayaan publik pun akan terbangun. Terbangunnya kepercayaan publik menjadi modal utama untuk meningkatkan citra yang baik dimata masyarakat.

Cook dalam Idris (2020:65) mengatakan bahwa kepercayaan publik terhadap pemerintah akan melemah jika pemerintah jarang memberikan informasi mengenai kinerja dan kagiatan yang dilakukan dilingkungan pemerintahan. Maka secara jelas hal ini yang mendasari humas Rumah Sakit Pamengpeuk untuk aktif membagikan konten secara factual di media sosial dan website tribatanewspolresindramayu.com.

Tahap *Optimize* (Mengoptimalkan) Pesan

Tahap *optimize* (mengoptimalkan) yang dilakukan Humas Rumah Sakit Pamengpeuk bahwa terdapat dua unsur yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi. Unsur-unsur tersebut ialah bagaimana melakukan media screening untuk melihat sejauh mana pesan yang tersampaikan kepada publik, lalu bagaimana meningkatkan efektivitas kerjasama dengan kelompok kerja.

Menurut Rizky, et.al (2020:186) optimalisasi ialah suatu proses melaksanakan suatu program yang terencana guna mencapai target tujuan, sehingga dapat meningkatkan kinerja secara optimal dalam membagikan pesan kepada *public*. Hal demikian senada dengan pernyataan (wibawa, 2020) bahwa tujuan serta tanggung jawab praktisi *public relations* ialah salah satunya dengan membuat sebuah perencanaan. Praktisi *public relations* harus mampu menjadi telinga dari sebuah lembaga sehingga mampu mendengarkan apa yang sedang ramai diperbincangkan publik, apakah berkaitan dengan lembaga atau tidak, apakah berhubungan dengan citra

Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat VoL. 5 No. 2 (2020)193-214

baik atau buruknya lembaga. Untuk itu humas Rumah Sakit Pamengpeuk mengambil upaya media screening guna mencapai tujuan yang dimaksud.

Monitoring pengecekan konten Instagram dan pengecekan profile, *like* juga dilakukan untuk mengetahui konten apa saja yang menarik dimata publik, melihat dan mendengar apa yang dibicarakan publik. Anwari (2021:33) menjelaskan bahwa pada tahap *optimize* seorang praktisi *public relations* diharapkan mampu berinteraksi dengan publik untuk mengetahui pembahasan yang terjadi di masyarakat. Menurut keterangan dari anggota Humas Rumah Sakit Pamengpeuk untuk mengoptimalkan pesan yang disampaikan kepada publik dengan menyematkan atau menambahkan mengenai Kesehatan pada beberapa konten tertentu. Waktu yang digunakan untuk melakukan analisis media berdasarkan keterangan anggota dilakukan secara berkala atau setiap harinya melakukan pengecekan di setiap media sosial yang dimiliki Humas Rumah Sakit Pamengpeuk Menurut Anwari (2021:72) menyatakan bahwa membagiakan beragam konten di media sosial diperlukan perencanaan yang baik dari jenis konten serta waktu pengunggaha yang tepat.

Humas Rumah Sakit Pamengpeuk yang bertugas melakukan screening media menggunakan tools yang ada di media sosial seperti *comment*, *direct message* (DM), mentions, tag, hashtag dan tools lainnya. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan Luttrell (2015:42) bahwa untuk mendapatkan sebuah optimalisasi pesan sebuah organisasi harus mampu melihat dan mendengar segala sesuatu yang dibagikan public melalui media sosial. Salah satu media screening yang dilakukan berdasarkan fitur yang tersedia di instagram, seperti mentions, pengecekan hashtag dan komentar yang diberikan publik kepada lembaga. Dengan adanya pengoptimalan pesan yang disampaikan kepada publik diharapkan pesan dapat diterima secara baik sehingga akan memunculkan kesan yang positif terhadap Humas Rumah Sakit Pamengpeuk. Hal ini senada dengan (Mukarom dan Laksana, 2015) yang menjelaskan bahwa seorang praktisi *public relations* memiliki peran dalam membangun kesan yang positif.

Menyebarkan pemberitaan mengenai Kesehatan tentunya Rumah Sakit Pamengpeuk memiliki peranan yang sangat di perhatikan untuk mempublikasikan beragam informasi pada media sosial instagram.

Seksi humas Rumah Sakit Pamengpeuk memiliki beberapa media sosial seperti You Tube, *Facebook*, Whatshapp Grup dan Instagram. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dari wawancara seksi humas sendiri informasi yang di berikan lebih aktif kepada aplikasi Instagram karena terlihat pada saat ini bahwa media sosial banyak digunakan oleh khalayak luas.

Informasi yang dipublikasikan setiap harinya di media sosial instgaram harus mampu di sebar luaskan dengan sangat efektif sehingga informasi yang di dapatkan oleh khalayak mamapu tersampian dengan baik agar dapat tersebar secara luas dibutuhkannya seperti halnya mentions atau mengupload Kembali terkait *feed*/konten di instanstory. Sehingga banyak dibaca oleh masyarakat luas, khususnya masyarakat Pamengpeuk dan umumnya oleh masyarakat luar Garut Selatan juga. Konten-konten yang didapatkan kemudian akan dijadikan sebuah laporan nantinya oleh Kasi Humas Rumah Sakit Pamengpeuk untuk dipertimbangkan atau dievaluasi baik atau buruknya untuk dijadikan sebuah informasi yang kemudian juga dibagikan kepada rekan-rekan media.

Laporan kegiatan yang dibuat oleh anggota yang bertugas dilapangan, kemudian diberikan kepada Ketua Humas Rumah Sakit Pamengpeuk media untuk dapat di upload di media sosial instagram dengan tema yang sama dan isi informasi yang bermakna serupa namun dengan gaya penulisan yang berbeda. Publik eksternal memiliki peranan penting dalam hal reputasi lembaga, kepercayaan, dan informasi yang tersebar di publik melalui media sosial yang potensinya sangat besar.

Humas Rumah Sakit Pamengpeuk memiliki peranan penting bagi Rumah Sakit Pamengpeuk dalam penyebaran informasi sehingga dibutuhkan media sosial salah satunya instagram yang termasuk hal yang penting untuk membuat informasi tersebut lebih baik humas Rumah Sakit Pamengpeuk bertugas untuk melakukan viralisasi konten Rumah Sakit yang termasuk kedalam kegiatan sehari-hari.

Tahap *Manage* (Mengelola) Informasi

Tahap ketiga yang secara umum sudah dilakukan pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi humas Rumah Sakit Pamengpeuk berdasarkan hasil wawancara mendalam dan dokumentasi yang menjadi pendukung data ialah *manage* (mengelola)

informasi. Terdapat tiga tahap yang harus dilakukan yaitu melakukan media *monitoring* dalam penyebarluasan konten, memberikan respon cepat (*quick responses*) dan menggunakan fitur *Reels* di media sosial untuk dapat berinteraksi secara *real time* dengan publik.

Media monitoring yang dilakukan Humas Rumah Sakit Pamengpeuk ialah salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi strategi digital pengelolaan media sosial yang dapat dilihat dari respon publik terhadap konten yang dibagikan di media sosial. Sebagaimana yang dijelaskan Luttrell (2015:43) bahwa perbincangan yang terjadi di media sosial terjadi dengan cepat bahkan dalam hitungan detik.

Setiap konten yang dibagikan untuk melihat berapa banyak pembaca, menyukai dan membalas tanggapan dari publik. Lembaga kepolisian memiliki indikator tersendiri dalam mengevaluasi atau melakukan media monitoring penyebaran informasi yang dibagikan dipublik yaitu dengan fitur insight pada aplikasi instagram sebagai bentuk dari hasil serta pemantauan yang dilakukan terhadap publik. evaluasi yang dilakukan di media sosial menggunakan aplikasi ini sehingga segala aktivitas atau kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan akan terpantau dengan jelas. Penilaian publik juga bisa didapatkan dengan hasil yang sudah ditunjukkan. Mukarom dan Laksana (2015:218) segala kegiatan komunikasi perlu diperhatikan faktor-faktor keberhasilannya, karena didalamnya terdapat keterlibatan berbagai komponen satu dengan yang lainnya.

Fitur *Insights* juga digunakan sebagai indikator keberhasilan dalam memuat sebuah berita pada website dan media sosial. Sejalan dengan Kriyantono (2012:117) bahwa evaluasi dilaksanakan setelah hasil tulisan atau berita dipublikasikan kepada public atau masyarakat secara berkala, disitulah praktisi humas meriset hasil tulisannya.

Informasi yang dipublikasikan harus sesuai dengan fakta yang ada dilapangan merupakan pemberitaan positif tetapi ditampilkan apa adanya sesuai dengan fakta dan tidak dilebih-lebihkan. Sejalan dengan pernyataan Onggo (2004:184) bahwa berita itu harus berisikan informasi yang bermutu dan layak untuk dibaca oleh masyarakat luas agar paham akan pemberitaan yang dipublikasikan.

Media monitoring juga digunakan untuk mengetahui efektivitas konten yang dibagikan kepada publik untuk mengetahui *engagement rate* dari setiap konten di beragam media sosial yang dimiliki Humas Rumah Sakit Pamengpeuk. Selain itu, Humas Rumah Sakit Pamengpeuk juga melakukan penyebaran informasi melalui link berita kepada internal Humas Rumah Sakit Pamengpeuk agar semakin luas jangkauan publik yang membaca informasi mengenai Kesehatan yang diproduksi oleh Humas Rumah Sakit Pamengpeuk dan menaikkan statistic dari *engagement rate*. Untuk melihat statistic *engagement rate* dapat dilihat pada insight konten di media sosial instagram dari jumlah *like*, *comment*, *share*, kunjungan profil, *reach* dan *impressions*. Sejalan dengan hal tersebut, Suryadi (2008:51) dengan adanya respon yang diberikan masyarakat terhadap kinerja suatu lembaga dapat menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan lembaga.

Melalui fitur komentar dan *direct message* anggota yang bertugas mengelola media sosial, menjawab satu persatu pertanyaan atau tanggapan yang diberikan dengan memperhatikan kata dan kalimat yang digunakan agar dapat diterima oleh masyarakat. Wibawa (2020:47) menjelaskan bahwa praktisi humas dapat dikatakan sebagai posisi vital, karena praktisi humas memiliki tanggungjawab yang besar dalam menjalin hubungan baik dengan publik, baik publik internal maupun eksternal juga menjaga nama baik lembaga. Memiliki tanggungjawab yang besar, menuntut seorang humas harus bekerja secara professional dengan etika moral yang ditaati, diterapkan, dijalankan dan dijadikan acuan dalam menjalankan aktivitas kehumasan.

Salah satu program yang dilakukan Humas Rumah Sakit Pamengpeuk untuk dapat berinteraksi secara real time dengan publik ialah dengan memanfaatkan fitur *Reels* di media sosial seperti instagram. Menurut Agustina (2018:19) menjelaskan bahwa *Reels* ialah inovasi baru yang ada di media sosial yang berusaha untuk menjawab evolusi di era *new media*. *Reels* yang biasa dilakukan ialah dalam program podcast dengan membahas Kesehatan. pada kesempatan tersebut, peran humas Rumah Sakit Pamengpeuk menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan pada saat penanyangan podcast.

Setiap informasi yang diinformasikan secara langsung salah

satunya dengan podcast yang ada di fitur instagram memanfaatkan *Reels* yang ada pada media sosial dikarenakan durasi waktu yang panjang tentunya dengan *fitur* dapat dibagikan dan ditonton kembali oleh publik. Ketika ada kegiatan di lapangan yang mengahruskan melakukan dengan podcast untuk kemudian dijadikan bahan konten, maka publik dapat berinteraksi langsung dengan merespon atau menanggapi pelaksanaan kegiatan.

Tahap *Engage* (Melibatkan) Publik

Tahap *engage* (melibatkan) publik pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi humas Rumah Sakit Pamengpeuk secara umum telah dilakukan dengan baik yakni dengan melakukan tahap keempat yang melibatkan publik terhadap penggunaan media sosial. Terdapat tiga tahap yang dilakukan yakni, menjalin hubungan dengan *influencer*, mengetahui keberadaan audiens dan mengadakan kegiatan bersama dengan publik.

Alam (2020:137) menjelaskan *influencer* merupakan orang yang mempunyai jumlah pengikut banyak dalam media sosial yang memiliki pengaruh bagi pengikutnya. Dengan adanya keberadaan influencer menjadi salah satu langkah yang cepat dalam memberikan informasi kepada publik. *Influencer* menjadi seseorang yang perkataannya dapat mempengaruhi orang lain.

Humas Rumah Sakit Pamengpeuk dalam pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi melibatkan peran *influencer* dalam penyampaian himbauan-himbauan, peringatan hari tertentu sesuai dengan bidangnya masing-masing. Contohnya ketika ada kegiatan mengadakan pencaanangan pembangunan zona integritas menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) yang mana mengundang tokoh perwakilan seperti DPRD Garut, Ridwal Kamil. Wakil Gubernur Garut. Lalu seperti kegiatan donor darah dan vaksinasi yang dimana banyak melibatkan public.

Melibatkan hubungan dengan *influencer* diakui oleh anggota humas Rumah Sakit Pamengpeuk cukup efektif dalam mempengaruhi masyarakat. Menurut Luttrell (2015:117) keterlibatan antara Lembaga

dengan public dan *influencer* merupakan komponen yang sangat *critical*. Pengguna media sosial tidak hanya untuk kebutuhan pribadi atau kepentingan bisnis saja, tetapi juga digunakan untuk sharing beragam informasi. Menurut Anwari (2021:110) menjelaskan bahwa tantangan yang didapat dalam menghadapi public bagi lembaga pemerintahan berbeda dengan pihak swasta yang dengan bebas membagikan beragam konten di media sosial. Kekuatan influencer dapat memberikan *sharing* informasi sebagai bahan sosialisasi bagi publik. selebgram dan sejumlah tokoh masyarakat digunakan dalam memberikan himbauan-himbauan kepada masyarakat.

Humas Rumah Sakit Pamengpeuk melakukan riset dan analisis yang dilakukan oleh anggota yang bertugas pada multimedia untuk mengetahui keberadaan audiens mereka berada. Riset dan analisis ini dilakukan setelah melakukan pengelolaan pada media sosial Instagram sebagai. Dengan mengetahui keberadaan audiens kita akan membantu tahap evaluasi pengelolaan media sosial sebagai media komunikasi dan informasi yang dilakukan kedepannya. Menurut Laksamana (2018:173) era digital dan media sosial saat ini, peran data (riset dan analisis) menjadi semakin penting, seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju.

Humas Rumah Sakit Pamengpeuk menyampaikan bahwa pengikut media sosial mereka kebanyakan dari masyarakat asli pamengpeuk dan dari keempat media sosial yang mereka miliki, instagram dan facebook menjadi media sosial yang paling efektif digunakan dalam penyampaian informasi atau pemberitaan kepada publik. Hal tersebut dikarenakan mayoritas masyarakat Pamengpeuk banyak yang menggunakan dan aktif melibatkan diri di setiap konten yang dibagikan di media sosial salah satunya Instagram yang dilihat dari respon mereka pada fitur *comment*. Meskipun keduanya menjadi media sosial yang paling efektif, akan tetapi keduanya tetap memiliki kerakteristiknya masing-masing.

Langkah selanjutnya yang dilakukan Humas Rumah Sakit Pamengpeuk dalam tahap *engage* (melibatkan) publik ialah dengan mengadakan kegiatan bersama dengan masyarakat. Sejatinya dalam setiap pengunggahan konten yang dibagikan di media sosial instagram juga dapat dikatakan memberikan ruang untuk melibatkan publik didalamnya dalam

setiap kegiatan Rumah Sakit Mengadakan kegiatan atau program bersama dengan publik yang dilakukan oleh Rumah Sakit Pamengpeuk ialah dengan mengadakan perlombaan pada perayaan Berseka memperingati hari kesehatan nasional ke-56 2020. Perlombaan tersebut terbuka untuk masyarakat umum. Kegiatan tersebut diadakan bertujuan untuk memberikan ruang kedekatan antara lembaga dengan publiknya. Mengingat akan pentingnya peran publik pada setiap kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan citra dan nama baik dimata masyarakat. Anwari (2021:109) mengatakan bahwa adanya keterlibatan public dengan Lembaga atau pimpinan maka dapat dikatakan komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.

Keterlibatan publik berharga bagi kelangsungan lembaga untuk meraih *good governance*, dengan adanya keterlibatan publik maka dapat dikatakan komunikasi yang dijalankan dengan publik berjalan efektif. Maryam (2016:1) menjelaskan untuk meraih pemerintahan yang *good governance* yaitu penyelenggaraan pemerintahan yang efektif, efisien, akuntabel, transparan dan bertanggung.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya bahwa Humas Rumah Sakit Pamengpeuk pada Pengelolaan media sosial sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk dilakukan dengan empat tahap pertama, Tahap *sabare* (membagikan) konten humas Rumah Sakit Pamengpeuk menentukan beberapa target atau tahapan untuk membagikan informasi pada pengelolaan media sosial dimana meningkatkan partisipasi publik serta menentukan media sosial yang dianggap relevan serta di pandang tepat untuk penyebaran informasi, yang nantinya sebagai upaya menjalin hubungan interaksi antara Rumah Sakit Pamengpeuk dengan publik, agar nantinya membangun kepercayaan publik (*build trust*) terhadap Rumah Sakit Pamengpeuk melalui konten media sosial.

Kedua, tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan humas Rumah Sakit Pamengpeuk dalam pengelolaan pesan yang dikelola melalui media sosial Instagram menentukan target atau tahapan, untuk tahapan awal

dimana humas Rumah Sakit Pamengpeuk pengeoptimalan konten Instagram dengan pengecekan profile dan *like* pada akun Instagram @rsudpamengpeuk dan melakukan pengoptimalan konten pada hastag terhadap konten pada akun media sosial Rumah Sakit Pamengpeuk.

Ketiga, tahap *manage* (mengelola) informasi pada tahap ini humas Rumah Sakit Pamengpeuk pada pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk menentukan beberapa target atau tahapan humas Rumah Sakit Pamengpeuk melakukan monitoring dalam penyebaran konten pada akun media sosial @rsudpamengpeuk, memberikan respon cepat (*quick responses*) melalui fitur Instagram komentar, dan Q&A, dan memanfaatkan fitur *reels* pada Instagram sebagai program podcast untuk dapat menyediakan ruang nyata dengan publik.

Keempat, tahap *engage* (melibatkan) publik humas Rumah Sakit Pamengpeuk menentukan beberapa tahapan pada pengelolaan media sosial sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Pamengpeuk dimana menjalin hubungan dengan *influencer* guna sebagai kebutuhan konten pada media sosial serta menjalin hubungan lebih luas, mengetahui keberadaan audiens dengan melakukan riset melalui media sosial, dan melibatkan publik pada setiap program kegiatan untuk memepertahankan hubungan publik dengan Rumah Sakit Pamengpeuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial. *Diakom Jurnal Media dan Komunikasi*, 1,1. 17-23.
- Alam, S. (2020). Peran Influencer sebagai Komunikasi Persuasif untuk Pencegahan Covid-19. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(2), 136-148.
- Anwari, S. M. (2021). *Pengelolaan Cyber Public Relations dalam meningkatkan reputasi pimpinan: Studi deskriptif pada Media Sosial Instagram, Facebook, dan YouTube Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Subang* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

- Ardianto, E. (2013). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Darwadi, M. S. (2019). *Pembentukan Citra Positif Perusahaan Melalui Cyber Public Relations*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 8(8), 901-915.
- Dewi, I. K. (2021). Cyber Public Relation dalam Akun Instagram@ Official. Antam PT. Aneka Tambang untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 88-95.
- Hajati, R. P., Perbawasari, S., & Hafiar, H. (2018). Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram@ Indonesiabaik. Id (Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram@ indonesiabaik. I). *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 3(2), 57-75.
- Idris, H. (2020). Transparansi Informasi Meningkatkan Level Kepercayaan terhadap Laporan Kinerja Pemerintah. *BIJC: Bata Ihyas Journal of Accounting*, 1(1), 65-72.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media public Relatins dan Publisitas Korporat*. Jakarta: kencana Prenada Media Group.
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations: In The Age if Disruption*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Luttrell, R. (2019). *Social Media: How To Engange, Share, and Connect*. Lanham: Rwwan & Littlefield, Third Edition.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9.
- Maryam, N.S. (2017). Mewujudkan good governance melalui pelayanan publik. *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi UNIKOM*, 6(1), 1-18.
- Mukarom, Z. M.W. Laksana. (2015). *Manajemen Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurtjahjani, F & Trivena, Shinta M. (2018). *Public Relations Citra dan Praktek*. Malang: Polinema Press.
- Onggo, B., J. (2004). *Cyber Public Relations*. Jakarta : PT Elex Media

Komputindo.

- Pusvita, V, Widyaman dan Mardhani Ria Setiawan. (2017). Jenis Partipasi Masyarakat dalam Government 2.0 (Studi Kasus Halaman Facebook Ridwan Kamil. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*. 6(1), 1-14.
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 178-190.
- Rusmulyadi, R., & Hafiar, H. (2018). Dekonstruksi citra politik Jokowi dalam media sosial. *PRofesi Humas*, 3(1), 120-140.
- Satyadewi, A. J., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2017). Pemilihan Akun Media Sosial Instagram oleh Holiday INN Bandung. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 153-162.
- Suryadi, Karim. (2008). *Komunikasi Politik Internasional*. Bandung: Pustaka Jaya.
- Wijaya, M. Mukti Ariyandi, A. S. Enjang, and Aang Ridwan. "Tabligh Melalui Media Sosial LINE." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1.1 (2016): 45-64.
- Wibawa, Darajat. (2020). *Hukum dan etika Humas: Membina Hubungan Baik dengan Wartawan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Susan Juliantika, Enjang As, Aep Wahyudin