

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PLATFORM
KOMUNIKASI PUBLIK PADA RUMAH SAKIT KHUSUS GINJAL
RASYIDA MEDAN**

Adek Safitri

Email: safitriadek71@gmail.com

Universitas Sumatera Utara

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai platform komunikasi publik pada Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat luas, termasuk dalam bidang layanan kesehatan. Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi terkait layanan, program kesehatan, serta promosi rumah sakit kepada publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif untuk menggali bagaimana Instagram digunakan sebagai media komunikasi, serta dampaknya terhadap interaksi dengan pasien dan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan rumah sakit, memperkuat citra rumah sakit, serta mempermudah akses informasi bagi pasien. Namun, perlu adanya peningkatan dalam pengelolaan konten dan interaksi dengan audiens untuk memaksimalkan potensi media sosial ini.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Komunikasi Publik.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan bagian dasar realitas dalam kehidupan manusia. Komunikasi merupakan komponen pokok terlaksananya interaksi sosial, memungkinkan terjadinya reaksi atau respon-respon saling menguntungkan. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan, tulisan, isyarat atau melalui perantara media komunikasi yang kini semakin berkembang dan menunjukkan eksistensinya di segala kalangan.

Seiring berkembangnya zaman dan motivasi kepada masyarakat modern, untuk memenuhi suatu kebutuhan komunikasi masyarakat dalam hal suatu kepuasan berkomunikasi pada sebuah pelayanan, maka salah satu hal yang dapat mendukung adalah dengan hadirnya beberapa macam teknologi dibidang komunikasi yang tepat, cepat dan mudah. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik di negara maju maupun negara berkembang. Keberadaan teknologi dan internet menjadi perangkat penting dalam proses interaksi komunikasi. Selanjutnya, keberadaan teknologi internet ini pun akan berpengaruh dan menjadikannya berbeda dengan konsep komunikasi langsung pada umumnya. Namun, perlu disadari bahwa sifatnya yang interaktif pada akhirnya menjadikan fungsi internet sebagai media yang serupa dengan komunikasi langsung dan cenderung memotong jarak atas komputer sebagai media pembatasnya (Adhani, 2017).

Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, muncul istilah new media atau media baru biasa disebut juga media digital. New Media adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar

teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. (Adhani, 2017). Ciri utama dari new media adalah kesaling terhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada "di mana-mana" (Dennis McQuail, 2011).

Perkembangan TIK menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat. Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telephone seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon cerdas (smartphone). Dengan hadirnya smartphone, fasilitas yang disediakan dalam berkomunikasi pun semakin beraneka macam, mulai dari sms, chatting, email, browsing serta fasilitas sosial media. Internet dimanfaatkan sebagai penyimpan berbagai informasi untuk disebar kepada khalayak yang ada di seluruh dunia yang mampu mengakses. Melalui internet, dapat dilihat perkembangan terkini maupun informasi terkait dengan hal apapun. Agar semua pihak dapat memperoleh semua informasi yang dibutuhkan, maka diperlukan suatu sarana diseminasi dan sosialisasi informasi. Diseminasi informasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, seperti misalnya publikasi pada media sosial.

Publikasi menurut Astika (2008) adalah sebuah upaya untuk menyebar luaskan informasi yang bermanfaat dalam bidang apapun yang berupa tulisan, video, foto dan lain-lain. Publikasi informasi merupakan cara berkomunikasi antara humas kepada publik eksternal.

Media publikasi dalam aktivitas digital public relations tentu sangat beragam sehingga praktisi humas perlu mengetahui jenis media apa yang efektif untuk mendukung publikasi tersebut. Data We Are Social mengungkapkan bahwa pada awal tahun 2024 terdapat 185,3 juta pengguna internet di Indonesia, sebesar 139,0 juta pengguna tersebut menggunakan internet untuk mengakses media sosial setara dengan 49,9 persen dari total populasi di Indonesia. Data yang dipublikasikan dalam sumber periklanan Meta menunjukkan bahwa Instagram memiliki 117,6 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2024. Berdasarkan data tersebut maka media sosial Instagram dapat menjadi pilihan praktisi humas dalam melakukan publikasi. Publikasi menjadi taktik dalam meningkatkan citra positif sebuah organisasi. Selain itu, aktivitas publikasi juga menjadi reminder akan keberadaan suatu organisasi. Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida merupakan sebuah organisasi Rumah Sakit Khusus dengan pelayanan kekhususan atau Sub-Spesialis Ginjal dan Hipertensi, yang dilengkapi dengan pelayanan penunjang medis 24 jam. Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida terletak di Jln. D.I Panjaitan Nomor 144, Kelurahan Sei Sikambing D, Kecamatan Medan Petisah. Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. RSK Ginjal Rasyida memiliki media sosial berupa Instagram yang digunakan untuk melakukan publikasi kepada masyarakat mengenai informasi organisasi juga edukasi kesehatan.

Dalam era digital saat ini, penggunaan platform media sosial telah menjadi alat penting dalam menyampaikan informasi, termasuk di bidang kesehatan. RSK Ginjal Rasyida sebagai institusi kesehatan yang spesifik, menghadapi tantangan unik dalam mengedukasi masyarakat mengenai berbagai aspek kesehatan ginjal, termasuk pencegahan, pengobatan, dan perawatan.

Media sosial menawarkan berbagai keunggulan, seperti kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat dan efisien. Namun, di sisi lain, informasi yang disampaikan melalui media sosial sering kali tidak terkurasi dengan baik, sehingga berpotensi menimbulkan kesalah pahaman atau penyebaran informasi yang keliru. Dalam konteks ini, penerapan perspektif komunikasi organisasi menjadi sangat relevan.

Perspektif komunikasi organisasi menekankan pentingnya strategi komunikasi yang terencana dan terkoordinasi, yang dapat membantu RSK Ginjal Rasyida menyampaikan informasi kesehatan dengan jelas dan akurat. Dengan memanfaatkan media sosial secara efektif, rumah sakit tidak hanya dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kesehatan ginjal, tetapi juga membangun hubungan yang lebih baik dengan pasien, keluarga, dan komunitas.

Namun, saat ini media sosial masih dianggap hanya sebagai media pelengkap saja karena kerap ditemukan akun media sosial yang dimiliki organisasi kurang dikelola maksimal seperti terlambat dalam menyebarkan suatu informasi, belum tercipta komunikasi dua arah serta konten yang kurang menarik dan terkesan dibuat seadanya. Selain itu, didapati juga postingan hanya menampilkan gambar tanpa disertai dengan keterangan (caption) yang berguna untuk menghindari kesalahan makna, menegaskan posisi serta memberikan kesan lebih komunikatif.

Ketiadaan informasi dapat menyebabkan ketidak tepatan pengambilan keputusan yang pada akhirnya membawa opini publik yang didasarkan pada asumsi. Di samping sebagai media komunikasi, media sosial jika dimaksimalkan dapat bermanfaat dan berkembang menjadi media edukasi publik (public education), sarana pengaduan baik dalam menyampaikan keluhan dan memberikan saran (public reporting), bahkan menjadi taktik dalam menjalankan suatu kampanye kebijakan organisasi (public campaign). Jika hal-hal tersebut telah diterapkan, itu menandakan bahwa praktisi humas organisasi telah mampu memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif dalam aktivitas digital public relations.

Organisasi publik harus dapat membuka diri dan mengidentifikasi saluran-saluran yang efektif sesuai perkembangan zaman seperti menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan program dan kebijakan publik sehingga dapat memberikan pemahaman menyeluruh dan mudah dipahami oleh pihak yang berkaitan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, maka dalam penelitian ini perlu ditelaah kembali mengenai Penerapan Perspektif Komunikasi Organisasi di Masyarakat sehingga penelitian ini berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Platform Komunikasi Publik pada Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan".

METODE

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif dengan analisis data kualitatif. Pengertian kualitatif adalah bertujuan untuk memahami realitas sosial, yaitu melihat dunia dari apa adanya, bukan dunia yang seharusnya. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan, dalam penelitian kualitatif harus memiliki bekal teori untuk menganalisis dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan untuk mengetahui makna yang tersembunyi, memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data dan meneliti sejarah perkembangan. Metode penelitian kualitatif juga sering disebut sebagai metode

penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) (Mamik, 2015).

Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan temuan tidak berdasarkan prosedur statistik atau cara kuantifikasi tertentu dan biasanya merujuk kepada pengalaman hidup seseorang, perilaku, emosi, perasaan, fungsi organisasi, gerakan sosial dan fenomena interaksi budaya (Juliandi, Azuar. Irfan. Manurung, 2014). Prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan, melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Dikarenakan penulis bermaksud memperoleh gambaran tentang Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Platform Komunikasi Publik pada Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan.

HASL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida merupakan Rumah Sakit Khusus dengan pelayanan kekhususan atau Sub-Spesialis Ginjal dan Hipertensi, yang dilengkapi dengan pelayanan penunjang medis 24 jam. Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida terletak di Jln. D.I Panjaitan Nomor 144, Kelurahan Sei Sikambang D, Kecamatan Medan Petisah. Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Telpon (061) 4521144, 4526225, 4148722.

Pendirian Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida didasari atas upaya untuk memenuhi keinginan masyarakat dalam hal layanan yang lebih unggul dan luas yang berkaitan dengan penyakit Ginjal dan Hipertensi. Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida merupakan Rumah Sakit Khusus Swasta dengan Klasifikasi C. Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida memberikan beragam jenis pelayanan medis antara lain Poliklinik Rawat Jalan yang meliputi Unit Gawat Darurat, Poliklinik Ginjal dan Hipertensi, Poliklinik Bedah Vascular, Poliklinik Ginjal Anak, Pelayanan Hemodialisis, serta Rawat Inap yang terdiri dari kelas I, II, III, VIP, dan Super VIP yang dilengkapi dengan pelayanan penunjang seperti USG, Laboratorium, Radiologi, Farmasi, Bioscan, Ruang Operasi, dan Perawatan Intensif.

Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida awalnya adalah berupa Klinik Spesialis Ginjal dan Hipertensi yang didirikan pada tanggal 10 November 1995, dengan status berada dibawah kepemilikan Yayasan UMMI Rasyida Medan dan terakhir sehubungan dengan peraturan pemerintah maka status Yayasan diubah menjadi perseroan terbatas yaitu PT. Nurani Umni Rasyida pada 01 Agustus tahun 2002 dihadapan notaris Nursaida Hasibuan, SH.

Adapun pendiri, sekaligus pemilik Klinik Spesialis Ginjal dan Hipertensi Rasyida adalah Prof.dr.Harun Rasyid Lubis Sp.PDKGH sekaligus sebagai direktur dan Ibu Dra. Siti Asrah Siregar juga selaku pemilik dan ketua Yayasan Umni Rasyida. Pada awal berdirinya Klinik Spesialis Ginjal dan Hipertensi Rasyida didukung oleh empat orang dokter yaitu dr. Abdurrahim Rasyid Lubis, Sp.PD, dr. Sally Rosefi Nasution, Sp.PD dan dr. Alwi Thamrin Nasution, dan satu orang radiolog yaitu dr. Ridwan Pane, Sp.Rad. Pelayanan kesehatan utama yang ada pada waktu itu adalah layanan hemodialisis serta dilengkapi oleh beberapa layanan penunjang, seperti Poliklinik Ginjal dan Hipertensi, laboratorium mini, X-Ray, USG, EKG, CAPD, kamar obat, kamar bedah vascular dan fisioteraphy. Dengan jumlah lima mesin hemodialisis, tenaga perawat 4 orang dan 2 orang tenaga kerja lainnya, maka pelayanan hemodialisis dimulai. Saat pendirian klinik dicanangkan target pengembangan kualitas dan kuantitas layanan

yang diiringi oleh pengembangan infrastruktur.

Sebagai klinik yang baru berdiri maka jumlah pasien yang dilayani tidak terlalu banyak, bahkan terkadang Klinik Rasyida beroperasi tanpa adanya pasien. Setelah adanya Perjanjian Kerja Sama resmi antara Klinik Rasyida dengan PT ASKES yang melayani pasien Askes Mandiri, Askes PNS, dan beberapa perusahaan swasta seperti PT. London Sumatera, PT. Telkom, PTPN IV, PT.Djarum, Pertamina, PLN dalam pelayanan Hemodialisis barulah jumlah pasien mulai meningkat sejak tahun 1998.

Pada perjalanannya Klinik Spesialis Ginjal dan Hipertensi Rasyida telah melakukan beberapa kali pengembangan yaitu di tahun 2003, 2007, dan tahun 2012. Dalam meningkatkan mutu, Klinik Rasyida pada tahun 2010 sudah terakreditasi ISO 9001 : 2008 dalam hal Sistem Manajemen Mutu di bidang Pelayanan Hemodialisis, Administrasi Medis dan Administrasi Umum dan Keuangan. Akreditasi ISO 9001: 2008 berakhir sampai dengan bulan November tahun 2016, dan tidak diperpanjang lagi dikarenakan perencanaan perubahan status klinik menjadi rumah sakit khusus.

Keputusan perubahan status klinik menjadi rumah sakit khusus telah dimulai sejak akhir tahun 2015 dengan keputusan rapat Komisaris, Direktur dan unsur terkait Klinik Spesialis Ginjal dan Hipertensi yang memutuskan agar dimulainya perubahan klinik menjadi rumah sakit khusus. Alasan perubahan ini adalah untuk mewujudkan pencanangan ketika Klinik Rasyida berdiri dan untuk memenuhi keinginan masyarakat dan membantu program pemerintah dalam hal peningkatan layanan yang lebih unggul dan luas dibidang ginjal dan hipertensi.

Di atas lahan tanah +/- 2000 meter persegi perubahan untuk pemenuhan standar minimal sebuah rumah sakit khususpun dilakukan dengan melakukan perubahan-perubahan tata ruang, perekrutan sumber daya manusia, dan pengurusan izin-izin yang dibutuhkan. Dan pada tanggal 10 November 2016 Dinas Kesehatan mengeluarkan izin Operasional Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida dengan nomor : 445/442.31/XI/2016 dengan klasifikasi C.

Dengan fasilitas 53 mesin hemodialis, dan 7 tempat tidur rawat inap dan fasilitas pendukung lainnya maka Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida pada tanggal 26 Januari 2017 mulai beroperasi. Bersamaan dengan peringatan kegiatan Hari Ginjal Sedunia maka pada tanggal 13 Maret 2017 Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida diresmikan di Hotel Four Point dengan dihadiri oleh Kepala Dinas Kesehatan Kota Medan Ibu Hj. drg. Usma Polita Nasution, M.Kes dan pejabat BPJS Kesehatan Kota Medan yang dihadiri oleh Bpk. dr. Sudarto.

Peran Humas Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan

Bidang Humas Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan merupakan sebuah jembatan penting yang menghubungkan antara petugas dan masyarakat. Keberadaan humas Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan merupakan vektor informasi utama untuk memberikan layanan kepada publik. Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan mewajibkan adanya standar/prosedur perlakuan untuk mempekerjakan layanan kehumasan yang transparan dan akuntabel melalui fungsi kehumasan untuk memberikan informasi kepada masyarakat masyarakat.

Salah satu komponen dalam sebuah manajemen yang diperlukan oleh setiap organisasi adalah humas. Kehadiran seorang humas menjadi salah satu elemen yang sangat penting untuk menentukan keberlangsungan sebuah organisasi secara positif. Humas mencakup semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan.

Dalam perannya sebagai komunikator, humas Rumah Sakit Khusus Ginjal

Rasyida Medan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat menggunakan media sosial seperti Instagram, Channel Youtube dan Website resmi Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan yang bertujuan agar lebih mempermudah masyarakat mendapatkan informasi seputar layanan dari Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan. Humas Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan pada peran ini dengan membina hubungan baik dan menjaga hubungan baik antara pihak internal maupun pihak eksternal yang dimana memberikan perhatian penuh kepada masyarakat, memberikan pelayanan yang sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang juga merupakan tindakan yang wajib bagi para pegawai dan memiliki kemampuan dalam membina serta menjaga hubungan baik yang sudah terjalin antara instansi-instansi yang bekerjasama.

Tugas pokok Humas Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan adalah sebagai berikut:

- a. Upaya dalam memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat mengenai berbagai aspek kesehatan ginjal, termasuk pencegahan, pengobatan, dan perawatan.
- b. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta dalam pelaksanaan edukasi kesehatan.
- c. Pengumpulan dan pengolahan data serta penyajian informasi dan dokumentasi kegiatan yang berkaitan penyampaian berita di lingkungan Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan
- d. Peliputan, produksi, pemantauan dan juga dokumentasi informasi yang berkaitan dengan tugas Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan
- e. Menyelenggarakan peliputan, pemantauan, dan evaluasi kegiatan program humas Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan
- f. Memberikan pelayanan, menyebarluaskan pesan-pesan dan informasi mengenai kebijaksanaan hingga mampu mensosialisasikan program.

Menjadi komunikator sekaligus mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan di satu pihak dan menampung aspirasi dan opini publik (masyarakat), serta memperhatikan keinginan-keinginan dilain pihak.

Media Sosial Instagram Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan

Di zaman sekarang, media sosial sudah menjadi kebutuhan bagi setiap organisasi atau perusahaan. Terlebih sebagai media untuk mengedukasi mengenai berbagai aspek kesehatan ke masyarakat. Bagi organisasi, media sosial menjadi wadah untuk sosialisasi atau mempropagandakan hal-hal yang positif terkait kinerja dan inovasi pelayanan. Media sosial Instagram merupakan sarana yang digunakan oleh Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Perkembangan teknologi yang tidak dapat dihindari membuat Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan perlu melakukan sebuah inovasi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat khususnya dalam pelayanan bidang kesehatan. Salah satu inovasi yang dilakukan Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan adalah menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat khususnya informasi terkait pelayanan kesehatan.

Humas Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan mengalihkan penyebaran informasinya melalui media sosial salah satunya yaitu instagram sejak tahun 2019. Media sosial instagram menjadi wadah yang menyediakan berbagai macam informasi,

komunikasi dan jaringan sosial yang dibutuhkan. Selain itu, design yang menarik dan fitur yang disediakan memudahkan para penggunanya dalam menggunakan media sosial instagram. Melalui media sosial instagram menjadikan humas lebih mudah untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan masyarakat. Instagram Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan berisikan tentang informasi dari layanan kesehatan serta edukasi kesehatan termasuk pencegahan, pengobatan, dan perawatan.

Aktivitas Komunikasi Publik pada Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan

Komunikasi publik merupakan aktivitas yang pada dasarnya berkaitan dengan tindakan sosialisasi sebuah pesan terhadap publik. Maka, seorang humas di sini harus bisa membentuk nilai-nilai, pemahaman, sikap, hingga perilaku publik agar sejalan dengan tujuan organisasi. Melalui pengemasan pesan-pesan komunikasi yang lebih banyak memuat mengenai apa, siapa serta manfaat keberadaan instansi yang berkaitan.

Dalam konteks ini, humas menjalankan fungsi kehumasan di Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan turut menyelenggarakan komunikasi publik guna memberi pengetahuan mengenai instansi, menyediakan informasi kepada khalayak sasaran, meningkatkan kepedulian serta mempengaruhi sikap atau perilaku khalayak sasaran. Komunikasi semacam ini penting dilakukan agar masyarakat mengetahui bahwa pentingnya edukasi mengenai berbagai aspek kesehatan ginjal, termasuk pencegahan, pengobatan, dan perawatan.

Media Komunikasi Publik

Memasuki era revolusi industri 4.0 dimana pada revolusi ini menggabungkan teknologi digital dan teknologi otomatisasi, maka era media digital juga turut berkembang terlihat dari penggunaan digitalisasi dan komputerisasi mendominasi pada setiap kegiatan manusia. Hal ini juga turut mempengaruhi aktivitas praktisi public relations dari menggunakan media konvensional beranjak ke media digital dalam melakukan pekerjaannya. Dimana fenomena ini sering disebut sebagai Cyber Public Relations atau Digital Public Relations. Sejalan dengan hal ini, Rizki Novitasari selaku pegawai yang bertanggung jawab atas media sosial Instagram di Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan menguraikan pendapat mengenai praktik cyber PR.

“Kita saat ini sudah memasuki revolusi industri 4.0 yang semua serba digital, jadi tentunya kita juga harus cepat menyesuaikan. Cyber PR menurut saya sangat efektif dalam melakukan komunikasi dan kegiatan sarana promosi dan juga korporat. Kelebihannya biaya lebih murah, jangkauan lebih luas dan pesan cepat tersampaikan kepada masyarakat. Kami di bidang kesehatan juga harus beradaptasi dengan pengelolaan hubungan dan penyebaran informasi melalui dunia maya sehingga masyarakat dapat melihat aktivitas edukasi kesehatan kapanpun tanpa dibatasi ruang dan waktu” (Rizki Novitasari, 2024)

Maka, dalam hal ini organisasi terkait bersama dengan humas harus dapat membuka diri dan mengidentifikasi saluran-saluran yang efektif sesuai perkembangan zaman seperti menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan program dan edukasi publik sehingga dapat memberikan pemahaman menyeluruh dan mudah dipahami oleh pihak yang berkaitan. Melalui komunikasi yang efektif, hal ini dapat mendukung organisasi dalam mencapai tujuannya. Salah satu media sosial yang intens digunakan Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan dalam kegiatan komunikasi publik ialah Instagram.

“Mengapa Instagram lebih intens dipilih karena menurut saya Instagram merupakan situs jaringan medsos terbesar, punya pengikut paling banyak dan punya

penggemar fanatik. Jadi Instagram dapat lebih banyak menjangkau masyarakat sehingga informasi tersebar lebih luas” (Rizki Novitasari, 2024).

Gambar 1: Profil Akun Instagram Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan



Sumber: Akun Instagram Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan (2024)

Akun Instagram Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan dengan nama @rskginjalrasyida yang dibuat pada 13 Februari 2019 lalu tersebut menjadi sebuah platform yang dimanfaatkan untuk membagikan edukasi masyarakat mengenai berbagai aspek kesehatan, termasuk pencegahan, pengobatan, dan perawatan serta informasi organisasi Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan.

Pembuatan Konten

Konten menjadi salah satu hal yang perlu dipikirkan dan dirumuskan dengan baik dan benar agar pesan bisa tersampaikan dengan tepat. Konten biasanya menjadi kunci keberhasilan program digital. Dalam hal ini, konten media sosial dapat diartikan sebagai segala macam informasi yang dapat ditemukan pada media sosial baik berupa tulisan, gambar, infografis, foto, video, podcast, tautan dan lain sebagainya. Proses pembuatan konten yang baik adalah konten yang dimulai dari perencanaan yang matang hingga sampai pada eksekusi yang tepat. Pada Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan, Urip Supriyadi menjelaskan bagaimana proses pembuatan konten untuk media sosial Facebook.

“Ada petugas dokumentasi yang mengikuti dan mendokumentasikan baik foto maupun video setiap kegiatan setelah selesai file melalui proses editing dan disimpan. Masing-masing pengelola sudah diberikan arahan mengenai materi postingan sehingga bisa langsung mengolah pesan dan memposting untuk penyebarluasan informasi” (Urip Supriyadi, 2024).

Dengan sifatnya yang masif sehingga dapat menyebarkan informasi dengan cepat dalam hitungan detik, maka terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membuat konten untuk menghindari kekeliruan. Hal ini dapat berupa menyiapkan berbagai elemen yang akan dijadikan konten seperti merumuskan caption dan foto maupun video. Foto yang diambil merupakan foto jurnalistik, foto yang mampu bercerita dengan memperhatikan unsur EDFAT yaitu Entire, Detail, Frame, Angle dan Time (Urip Supriyadi, 2024).

Gambar 2: Postingan di Akun Instagram Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan



Sumber: Akun Instagram Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan (2024)

Foto yang disajikan yakni foto yang jernih serta jelas menggambarkan apa yang dilakukan kegiatan Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan. Kemudian untuk menghindari kesalahan makna, menegaskan posisi serta memberikan kesan lebih komunikatif, maka dibutuhkan adanya caption/keterangan. Pada media sosial Instagram Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan, hal-hal yang perlu ada di penulisan caption yakni tempat dan waktu, penjelasan singkat mengenai kegiatan serta pejabat yang hadir dalam acara tersebut. Penggunaan bahasa yang digunakan dalam setiap postingan selalu menggunakan bahasa Indonesia yang formal.

Tujuan Komunikasi Publik

Secara umum, tujuan dari public relations adalah untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang bersangkutan dan memperbaiki citra yang menurun maupun rusak. Hal ini turut dipaparkan Rizki Novitasari (2024) yang mengatakan bahwa media sosial itu merupakan sarana untuk mempromosikan dan menyebarluaskan program dan kegiatan kesehatan, dengan mempromosikan aktivitas yang positif harapannya masyarakat mendukung sehingga hal ini juga meningkatkan citra Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan.

Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan dalam aktivitas komunikasi publik memiliki tujuan, antara lain:

- a. Memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai organisasi.

Dalam hal ini informasi yang dibagikan Bagian humas Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan melalui media sosial Instagram kepada masyarakat yakni mengenai berbagai aktivitas organisasi dan edukasi kesehatan yang sangat penting bagi masyarakat.

- b. Menjalinkan hubungan antara organisasi dengan masyarakat.

Publikasi yang dilakukan Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan melalui media sosial Instagram merupakan bentuk jalinan komunikasi yang dibangun untuk senantiasa terhubung dengan masyarakatnya.

- c. Strategi Komunikasi Publik Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan

Sebuah strategi akan menjadi penentuan rencana yang disusun oleh organisasi untuk tujuan jangka panjang atau bisa dikatakan sebagai upaya tentang bagaimana suatu tujuan dapat dicapai. Di dalam strategi yang baik, terdapat kerja sama antara tim, tema yang jelas, mampu mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai, dana yang efisien serta memiliki taktik untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi yang dilakukan Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan untuk meningkatkan engagement dengan masyarakat dalam aktivitas komunikasi publik melalui media sosial yakni:

a. Mendesain media sosial untuk menjaga dan meningkatkan reputasi organisasi

Dalam hal ini Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan konsisten mempublikasikan aktivitas maupun program positif organisasi, terutama yang berorientasi bagi kepentingan dan memberikan nilai manfaat untuk masyarakat seperti misalnya keberhasilan perawatan pasien hingga sembuh dan berbagai pencapaian organisasi.

b. Media sosial sebagai dokumentasi online.

Karena sifatnya yang terbuka, hal ini membuat Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan telah memahami jenis informasi apa yang patut dan tidak pantas untuk dipublikasikan. Pada akun Instagram-nya, humas banyak mengangkat aktivitas positif pimpinan yang berkaitan dengan kepentingan kesehatan masyarakat.

c. Menjadikan media sosial lebih interaktif.

Dalam usaha menciptakan media sosial Instagram sebagai platform komunikasi publik agar menjadi lebih interaktif, Bagian humas sedang berencana membuat podcast sebagai pilihan taktik, seperti yang diutarakan Urip Supriyadi.

“Saat ini kami sedang berencana untuk membuat podcast bersama Para Dokter yang nantinya akan ditayangkan pada media sosial Instagram. Karena kami lihat sekarang podcast banyak dinikmati kaum muda, jadi harapannya mereka bisa turut mengikuti perkembangan apa yang ada terutama dalam edukasi kesehatan melalui podcast itu” (Urip Supriyadi, 2024).

d. Menjangkau publik lebih luas

Jika dibandingkan dengan media lama (konvensional) seperti koran, pamflet, maupun papan pengumuman, media sosial yang menjadi bagian dari media baru memiliki banyak keunggulan. Keunggulan tersebut di antaranya biaya akses yang terjangkau, penyebaran informasi yang masif dan serentak serta kemudahan akses. Terlebih media sosial Instagram yang tidak dapat diragukan lagi kepopulerannya dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan sehingga pesan dapat tersampaikan dan diterima seluruh lapisan masyarakat.

Tantangan Komunikasi Publik Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan

Di dalam komunikasi publik saat ini yang sedang dalam era digital, transparansi dan kepercayaan terhadap informasi menjadi penting. Ini menjadi tantangan tersendiri untuk praktisi humas. Tujuan utama komunikasi publik adalah perubahan perilaku akibat informasi yang diberikan mengenai kebijakan terkait. Pekerjaan humas belum selesai dalam komunikasi publik jika hanya sekedar menyampaikan pesan melalui berbagai media tetapi belum terjadi perubahan perilaku publik. Hal tersebut turut disetujui oleh Rizki Novitasari.

“Untuk hambatan, sampai saat ini belum ada hambatan yang berarti, tapi yang menjadi tantangannya itu terus berpikir bagaimana cara berinovasi lagi agar tidak monoton dan pesan-pesannya dapat lebih diterima, misalnya dengan rencana kami tadi mengenai pembuatan podcast bersama para Dokter. Selain itu juga untuk mengubah perspektif karena keingintahuan masyarakat mengenai edukasi kesehatan cenderung kurang” (Rizki Novitasari, 2024).

Hal lain yang menjadi tantangan Bagian humas yakni mengembangkan strategi komunikasi yang mampu menjadikan lembaga sebagai media terdepan dalam melayani kebutuhan informasi publik agar membentuk citra positif organisasi dengan

memberikan update mengenai hal-hal yang telah, sedang maupun rencana yang akan dilakukan organisasi secara real time melalui media sosial Instagram-nya. Selain itu, model komunikasi yang terdapat pada Bagian humas ialah model two-way asymmetric, dimana segala publikasi yang dilakukan di media sosial mengarahkan publik agar beradaptasi dengan organisasi. Hal ini terlihat ketika terdapat komentar dari masyarakat, Bagian humas tidak memberikan respon balik untuk menjawab komentar-komentar tersebut. Ini menunjukkan bahwa publikasi hanya bersifat telling (menceritakan) tentang organisasi tanpa ingin mendengarkan apa yang diharapkan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai platform komunikasi publik Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan adalah sebagai berikut:

1. Bagian humas telah menyelenggarakan aktivitas komunikasi publik pada era digital dengan memanfaatkan new media berupa media sosial. Media sosial yang intens digunakan yakni Instagram karena media sosial ini begitu populer sehingga memiliki banyak pengguna dari berbagai kalangan. Tidak hanya sebagai media hiburan, Instagram juga mulai dimanfaatkan lembaga organisasi guna menyebarkan informasi mengenai berbagai aspek kesehatan ginjal, termasuk pencegahan, pengobatan, dan perawatan..
2. Strategi yang dilakukan Bagian humas dalam rangka meningkatkan engagement dengan masyarakat melalui media sosial Instagram diantaranya mendesainnya untuk menjaga dan meningkatkan reputasi lembaga melalui publikasi positif kegiatan pimpinan serta mengimplementasikan tren masyarakat saat ini yaitu melalui perencanaan pembuatan Podcast Para Dokter di Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan
3. Tantangan yang dihadapi Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan yakni Berinovasi agar pesan tidak monoton, mengembangkan strategi komunikasi agar lembaga menjadi media terdepan dalam melayani kebutuhan informasi publik dengan memberikan update hal-hal yang telah, sedang maupun rencana organisasi secara real time melalui Instagram-nya, serta mengembangkan model komunikasi two way asymmetric menjadi model komunikasi yang mampu membangun pemahaman bersama dengan memperhatikan feedback publik.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah dibahas pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai platform komunikasi publik Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan media sosial Instagram milik Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan perlu dimaksimalkan seperti memberikan update informasi secara real time terkait aktivitas pimpinan agar humas sebagai sumber yang kredibel dapat menjadi lembaga terdepan dalam menyebarkan informasi kepada publik.
2. Terkait model komunikasi teori excellence PR, humas masih perlu mengembangkan model komunikasi publik dengan mengutamakan komunikasi secara penuh terhadap publiknya serta fokus pada upaya membangun hubungan dan pemahaman bersama, seperti memberikan respon balik terhadap komentar

dari masyarakat di media sosial Instagram sehingga memungkinkan media sosial tersebut menjadi platform untuk berdiskusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). Peranan Media Sosial Modern. Bening Media Publishing. www.bening-mediapublishing.com
- Adhani, A. (2017). Political Imaging in Philosophical Communication Review. In F. G. dan N. Sukmono (Ed.), *Komunikasi Berkemajuan Dalam Dinamika Media dan Budaya*. Buku Litera Yogyakarta.
- Anisah Nur, Sartika Maini, K. H. (2021). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN LITERASI KESEHATAN PADA MAHASISWA Nur Anisah, Maini Sartika, Hendra Kurniawan Universitas Syiah Kuala. *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa*, 4(2), x-107.
- Bi Rahmadi, N. A. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Febi UINSU PRESS.
- Dennis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail Edisi Buku Denis McQuail (6th ed.). Salemba Humanika.
- Hamdani M. Syam, Azman, D. Y. (2022). Komunikasi Krisis Strategi Menjaga Reputasi Bagi Organisasi Pemerintah (M. dan S. Nusuf (ed.)). Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh.
- Ismayanti. (2018). Analisis Manajemen Keuangan Rumah Tangga Keluarga Nelayan (Studi kasus di pasar terendam kecamatan barus kabupaten tapanuli tengah). *Repository.Unisu.Ac.Id*, 3(2), 106. [http://repository.uinsu.ac.id/5300/1/ANALISIS MANAJEMEN KEUANGAN RUMAH TANGGA KELUARGA NELAYAN.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/5300/1/ANALISIS%20MANAJEMEN%20KEUANGAN%20RUMAH%20TANGGA%20KELUARGA%20NELAYAN.pdf)
- Juliandi, Azuar. Irfan. Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* (Z. Fahrizal (ed.)). UMSU PRESS.
- Kartini, Ningrum, I. M., Sari, J. E., & Khoirunnisa. (2020). Penelitian tentang Facebook. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 146–153.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif* (A. Choiroel (ed.)). Zifatama Publisher.
- Matheus, R., Faber, R., Ismagilova, E., & Janssen, M. (2023). International Journal of Information Management Digital transparency and the usefulness for open government. *International Journal of Information Management*, 73(August), 102690. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102690>
- Mucharam, A. (2022). MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK YANG EFEKTIF. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVII(1), 71–82.
- Muktiyo, W. et. al. (2023). *Komunikasi Publik Masalah-Masalah Stratejik* (B. A. Suparno (ed.); 1st ed.). Penerbit Gunadarma.
- Mulia, S. H. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. In *Journal Educational Research and Social Studies: Vol. Volume 2 N*.
- Rohmadi, A. (2016). *Tips Produktif Ber-Social Media Memanfaatkan Aneka Sosial Media Populer*, Riset sosial Media, Promosi Online. PT.Alex Media Komputindo.
- Sanjaya, W. (2013). *Penelitian Pendidikan Jenis, Metode dan Prosedur*. Prenada Media Group.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media Fantastis Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet dan Follower*. PT.Alex Media Komputindo.
- Suparno, B. A. et al. (2016). *Media Komunikasi Representasi Budaya dan Kekuasaan*. UNS PRESS Surakarta.
- Suryadharma, B., & Susanto, T. D. (2017). Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah di Indonesia. *Journal of Information Technology*, 2, No 2, 1–10.
- Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Kementerian Komunikasi dan Informatika.