

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi sangat berpengaruh dalam memberikan bahkan menyebarkan informasi secara luas, perkembangan teknologi informasi ini dimanfaatkan oleh banyak pemangku kepentingan salah satunya *Public Relations Officer* (PRO) yang menggunakan internet sebagai media penyebaran informasi. Bagi *Public Relations Officer* (PRO) dengan kemajuan teknologi ini dapat memberikan pengaruh positif terhadap hubungan baik dengan masyarakat, berkaitan dengan pengelolaan dan penyebaran informasi di suatu lembaga dan menggunakan teknologi sebagai media informasi yang biasa disebut dalam kehumasan yaitu *Cyber Public Relations*.

Rumah Sakit Tasik Medika Citratama (TMC) adalah Rumah Sakit Umum (RSU) swasta ini adalah salah satu rumah sakit tipe C yang berlokasi di Tasikmalaya, Jawa Barat. Rumah sakit ini menyediakan layanan kesehatan dengan dukungan dokter spesialis dan dilengkapi berbagai fasilitas medis lainnya. Rumah Sakit TMC memanfaatkan Sosial media Instagram sebagai alat untuk meningkatkan penyebaran informasi. Mengelola dan mengembangkan komunikasi serta informasi melalui kegiatan kehumasan, rumah sakit ini memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Sosial media berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara publik dan institusi, memungkinkan interaksi serta penyampaian layanan informasi yang lebih baik. Instagram sebagai salah satu platform Sosial media terpopuler, menjadi pilihan utama bagi banyak institusi dan

lembaga untuk membangun serta mempertahankan keberadaannya. Dengan memanfaatkan *cyber public relations*, Rumah Sakit TMC mampu beradaptasi dengan perubahan media dalam menyebarkan dan mengelola informasi kepada publik. Rumah sakit ini menggunakan Instagram sebagai bagian dari strategi *cyber public relations* untuk membangun hubungan yang baik dan menyampaikan informasi kepada masyarakat. Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar pada April 2023, meningkat sebesar 12,2% dari periode tahun sebelumnya. Di Indonesia sendiri, pengguna Instagram telah mencapai 106 juta pada April 2023. Dari data tersebut, Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia mengalami perubahan signifikan setiap tahunnya. Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar per April 2023 dan jumlah tersebut meningkat 12,2% dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya.

Berdasarkan data dari pra-penelitian, Instagram Rumah Sakit TMC dengan *username* Instagram @rs_tmc memiliki jumlah pengikut sebanyak 12 ribu dan 592 postingan yang telah disebarluaskan. Menggunakan *design* berwarna biru dan putih yang sesuai dengan logo Instagram Rumah Sakit TMC yang menarik menggunakan warna biru yang dapat memberikan kesan hidup pada Instagram. Akun Instagram @rs_tmc pertama kali dibuat yaitu pada tanggal 12 Agustus 2017 dengan membuat konten dan membagikan mengenai kegiatan internal Rumah Sakit TMC dengan jumlah suka sebanyak 200 *likes*, yang bisa dikatakan tergolong banyak untuk sebuah akun Instagram baru. Konten yang

sering diposting yaitu mengenai konten jadwal dokter, masyarakat pun memang memantau dan sering mengunjungi atau bahkan mengikuti instagram @rs_tmc untuk mengetahui mengenai jadwal dokter sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat yang membutuhkan informasi tersebut. Mengenai konten jadwal dokter ini di update setiap hari dengan mengupload jadwal selama seminggu penuh.

Berdasarkan data pra-penelitian, konten pada tanggal 16 Oktober 2023 dengan salah satu masyarakat yang sering melakukan *check-up* kesehatan ibu nya kepada dokter spesialis dalam, Juag Indah Nuraenun mengatakan bahwa sering melakukan konsul kesehatan untuk orang tua dan selalu mendapatkan informasi mengenai jadwal dokter itu dari instagram, jadi bisa mendatangi langsung ke rumah sakit dan menyesuaikan dengan jadwal. Konten tersebut menunjukkan minat dan kebutuhan masyarakat teratasi dengan konten yang dibuat pada sosial media instagram sebagai bentuk penyebaran informasi kepada masyarakat. Pengemasan konten yang dibuat pada Instagram @rs_tmc sangat jelas dan informatif menyampaikan sebuah informasi penting dalam suatu konten.

Bentuk menarik lainnya dilihat dari jenis konten yang diunggah oleh akun Instagram @rs_tmc pada tanggal 10 Juli 2023 yang berjudul “Nganter Anak Vaksin DBD” konten ini terkesan menarik dengan menggunakan konsep konten pembuatan dengan gaya *trendy* yaitu dengan melakukan *take* video mengambil informasi tata cara untuk vaksin DBD pada anak dengan memperhatikan penggunaan fasilitas yang ada di Rumah Sakit TMC. Konten tersebut menarik karena selain banyak nya komentar masyarakat yang merasa terbantu dengan video *reels*, dari komentar

konten tersebut juga dapat menarik perhatian audiens sehingga menyebabkan terjadinya interaksi di kolom komentar dimana konten tersebut pertama diunggah mendapat 100 komentar dengan 306 orang yang menyukai dan pemutaran video 38rb tayangan postingan tersebut. Akun Instagram tersebut juga selalu mengunggah jenis konten yang membuat audiens berinteraksi melalui kolom komentar.

Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya memiliki departemen Humas dengan tim khusus yang bertanggung jawab atas penyebaran informasi di Sosial media, bertujuan untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap kinerja serta program-program lembaga menjadi lebih positif, transparan, dan solutif. Pengelolaan sosial media suatu lembaga memerlukan strategi yang tepat, karena hal ini merupakan faktor penting dalam memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat serta membangun citra positif di mata publik terkait informasi yang disampaikan melalui Sosial media. Perkembangan internet telah mendorong para praktisi *public relations* untuk memanfaatkan media online, khususnya Sosial media. Pengelolaan Sosial media menjadi sangat penting bagi lembaga yang memiliki *platform* tersebut, karena dapat menyebarkan informasi mengenai berbagai kegiatan serta informasi umum yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsep *The Circular Model of Some for Social Communications*. *The Circular Model of Some for Social Communications* merupakan sebuah model yang diciptakan oleh Regina Luttrell untuk memudahkan para praktisi Sosial media untuk melakukan perencanaan komunikasi pada Sosial media. Terdapat empat aspek dalam model ini, keempat aspek tersebut memiliki kekuatan dalam bagiannya masing-masing,

tetapi bersama-sama aspek ini memungkinkan praktisi untuk mengembangkan strategi yang solid. Model ini dibuat melingkar karena Sosial media adalah percakapan yang terus berkembang, ketika sebuah lembaga berbagi (*Sharing*) sesuatu, dapat mengelola (*Manage*) atau terlibat (*Engage*) dan bahkan mengoptimalkan (*Optimize*) pesan secara bersamaan.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, penelitian ini mendalami konsep tentang *The Circular Model of Some for Social Communications* yang menjelaskan bagaimana proses pembentukan citra pada lembaga/yayasan melalui akun Sosial media Instagram. Pertanyaan penelitian yang merupakan turunan dari fokus penelitian diatas, yaitu :

- 1) Bagaimana Rumah Sakit TMC melakukan tahap membagikan konten pada pengelolaan akun media sosial Instagram @rs_tmc?
- 2) Bagaimana Rumah Sakit TMC melakukan tahap mengoptimalkan pesan pada pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc?
- 3) Bagaimana Rumah Sakit TMC melakukan tahap mengelola informasi pada pengelolaan akun media sosial Instagram @rs_tmc?
- 4) Bagaimana Rumah Sakit TMC melakukan tahap mengikutsertakan pada pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini ialah :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana Rumah Sakit TMC melakukan tahap membagikan konten pada pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc.
- 2) Untuk mengetahui bagaimana Rumah Sakit TMC melakukan tahap mengoptimalkan pada pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc.
- 3) Untuk mengetahui bagaimana Rumah Sakit TMC melakukan tahap mengelola informasi pada pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc.
- 4) Untuk mengetahui bagaimana Rumah Sakit TMC melakukan tahap mengikutsertakan pada pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Secara Akademis

Penelitian ini secara akademis akan memberikan informasi khususnya mengenai *Cyber Public Relations* melakukan penyebaran informasi dalam menggunakan sosial media Instagram dengan memperhatikan aspek-aspek *The Circular Model of Some for Social Communications* agar dalam pembuatan maupun penyebaran informasi melalui sosial media akan sesuai.

1.4.2 Kegunaan Secara Praktis

Penelitian ini secara praktisnya diharapkan sebagai bahan evaluasi dan juga masukan bagi Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya yang berkaitan dengan penyebaran informasi sebagai bentuk Aktivitas *Cyber Public Relations* dan untuk memberikan pemahaman kepada yang baru menggunakan sosial media untuk sebagai salah satu penyebaran informasi dapat memperhatikan aspek membagikan konten, mengoptimalkan konten, mengelola konten dan mengikutsertakan.

1.5 Kajian Penelitian Terdahulu

Sebuah penelitian dapat menggunakan studi kajian literatur penelitian sebelumnya guna mendapatkan sebuah referensi, gambaran yang relevan, serta menambah kajian pustaka dari penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil temuan peneliti, terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya :

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Chitra Bella dan Roswita Oktavianti dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara pada tahun 2019 berjudul "Strategi Digital Public Relations Pegiat Podcast dalam Membangun Brand Engagement: Studi Kasus dalam Podcast Duo Budjang" bertujuan untuk mengidentifikasi strategi digital public relations yang digunakan oleh pegiat podcast dalam meningkatkan keterlibatan merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui Sosial media, khususnya Instagram, terbukti lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan promosi melalui website, terutama untuk generasi milenial yang sangat aktif di platform tersebut., terutama untuk generasi milenial yang sangat aktif menggunakan Instagram.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Amri Dunan dari Puslitbang Aptika dan IKP pada tahun 2020 dengan judul Komunikasi Pemerintah di Era Digital: Hubungan Masyarakat dan Demokrasi menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara semi-terstruktur. Informasi yang diperoleh berasal dari lingkungan Ditjen IKP Kementerian Kominfo, dan data dianalisis menggunakan model analisis Miles & Huberman. Temuan dari penelitian ini menunjukkan

bahwa interaksi antara pemerintah dan publik dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan Sosial media, yang memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dan langsung dalam konteks hubungan masyarakat dan demokrasi.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Rosliana dan Riris Loisa dari Program Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara berjudul *Strategi Cyber Public Relations dalam Memanfaatkan Sosial media untuk Membangun Citra Perusahaan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus*. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan Billy Gani, CEO PT Eannovate Creative Technology, serta Daud Julio dan Isabela Beatrix, yang merupakan karyawan perusahaan tersebut yang mendapatkan pekerjaan melalui Sosial media. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari tabel pengkodean jawaban yang diberikan oleh narasumber. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana perusahaan memanfaatkan strategi *cyber public relations* untuk membangun citra positif melalui Sosial media.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT Eannovate Creative Technology menerapkan strategi *cyber public relations* dengan memanfaatkan Instagram dan Facebook sebagai platform untuk membangun citra perusahaan serta mendekatkan diri dengan publik. H. M. Ghulam Rosul dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa sangat penting untuk memahami langkah-langkah yang diambil dalam mengatasi krisis kepercayaan masyarakat, terutama mengingat banyaknya isu negatif yang beredar, seperti yang terjadi pada Polresta.

Keempat, Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Tasya Rizkia Hanifah dari Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tahun 2021 berjudul Pengelolaan Akun Sosial media Instagram @BiroSDMPoldaJabar Sebagai Upaya Employer Branding Polda Jabar menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan menerapkan konsep *The Circular Model of Some for Social Communication* untuk mendalami lebih dalam pengelolaan Instagram Polda Jabar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan akun Sosial media Instagram yang dilakukan oleh Polda Jabar sudah sesuai dengan konsep *The Circular Model of Some for Social Communication*, yang mencakup berbagai aspek dalam membangun komunikasi yang efektif antara institusi dan publik.

Kelima, penelitian skripsi oleh Kevin Liande pada tahun 2021 dari jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul Strategi *Cyber Public Relations* Melalui Website Resmi www.trustmepr.com. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis cara penyajian informasi oleh *Cyber Public Relations* Trustme PR menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode deskriptif kualitatif yang berlandaskan pada konsep Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Trustmepr Consultant menerapkan strategi *cyber public relations* melalui website dengan pendekatan media online yang efektif. Berdasarkan penelitian sebelumnya, penulis menyimpulkan bahwa penelitian ini memiliki perbedaan dan keunikan, karena fokus utamanya adalah pada aktivitas *cyber PR* Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, terutama melalui Sosial media instagram.

Keenam, Penelitian ini dibuat oleh Geswita Maharani, merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan judul penelitian “Aktivitas *Cyber Public Relations* Dalam Penyebaran Informasi Melalui Akun Sosial Media Instagram @rs_tmc”.

Tabel 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Relevansi
1.	Citra Bella Roswita Oktaviani (2019) Vol. 3 No.2 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara	Strategi <i>Digital Public Relations</i> Pegiat <i>Podcast</i> dalam Membangun <i>Brand Engagement</i>	Studi Kasus	Penelitian ini sama-sama mengambil objek penelitian berupa <i>podcast</i> dan membahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan <i>digital public relations</i> atau <i>cyber public relations</i> .
2.	Amri Dunan (2020) Vol. 5 No.1 Jurnal Pekommas	Komunikasi Pemerintah di Era Digital : Hubungan Masyarakat dan Demokrasi	Studi Pendekatan Kualitatif	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan peneliti yakni mengidentifikasi interaktivitas antara lembaga pemerintah dan publik melalui Sosial media.

3.	Rosliana dan Riris Loisa	Strategi <i>Cyber Public Relations</i> dalam Memanfaatkan Sosial media untuk Membangun Citra Perusahaan	Deskriptif Kualitatif	(H. M. Ghulam Rosul) menyebutkan dalam hasil penelitian ini bahwa peran mengetahui langkah-langkah apa saja yang diambil dalam rangka menanggulangi krisis kepercayaan dari masyarakat karena banyak isu negatif dari Polresta itu sendiri.
4.	Tasya Rizkia Hanifah (2021) UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Pengelolaan Akun Sosial media Instagram @BiroSDMPoldaJabar Sebagai Upaya <i>Employer Branding</i> Polda Jabar	Analisis Deskriptif Kualitatif	Relevansi penelitian terdapat pada konsep yang mana menggunakan <i>The Circular Model of Some for Social Communications</i> , namun berbeda pada letak objek penelitian yang mana peneliti berfokus pada <i>podcast</i> Juara dan peneliti terdahulu berfokus pada Instagram Polda Jabar.

5.	Kevin Liande (2021) UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Strategi <i>Cyber Public Relations</i> Melalui Website Resmi www.trustmepr.com	Studi Kasus Pendekatan Deskriptif Kualitatif	Strategi <i>cyber public relations</i> yang dilakukan oleh TrustmePR, pengidentifikasian mendalam mengenai pesan atau informasi yang disampaikan objek penelitian tersebut, sedangkan pada penelitian yang akan datang menggunakan studi deskriptif kualitatif melalui <i>podcast</i> .
6.	Geswita Maharani, Ilmu Komunikasi Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.	Aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> dalam Penyebaran Informasi Melalui Akun Sosial Media Instagram @rs_tmc	Pendekatan Kualitatif	Penelitian yang akan dilakukan terdapat relevansi dan kesamaan dalam tema yang diambil yaitu <i>Cyber Public Relations</i> dan penelitian ini masih dalam tahap observasi dan pengelolaan data.

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Cyber Public Relations adalah aktivitas kehumasan yang dilakukan melalui media internet, di mana banyak institusi memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram untuk membangun reputasi dan memudahkan

interaksi dengan publik. Landasan teoritis ini menjadi pedoman bagi peneliti dalam melaksanakan aktivitas *cyber public relations* Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya melalui akun Instagram @rs_tmc.

Penelitian yang akan dilakukan akan membahas tentang aktivitas *cyber public relations* dalam penyebaran informasi melalui akun Sosial media Instagram @rs_tmc dengan menerapkan model *Circular Model of SoMe for Social Communications*. Model ini terdiri dari empat aspek, yaitu berbagi (*sharing*), mengoptimalkan (*optimize*), mengelola (*manage*), dan melibatkan (*engage*).

Peneliti menggunakan *Circular Model of SoMe for Social Communication* sebagai landasan teoritis, karena adanya keterkaitan dengan fenomena penelitian aktivitas *cyber public relations* dalam penyebaran informasi melalui akun sosial media Instagram @rs_tmc yaitu bagaimana sosial media instagram @rs_tmc dalam penyebaran informasi berbagi (*sharing*) kepada publik, kemudian berusaha mengoptimalkan (*optimize*) informasi yang diberikan, dan berusaha mengelola (*manage*) komunikasi yang terjadi pada sosial media dan untuk melibatkan (*engage*) khalayak publik dalam Sosial media Instagram @rs_tmc.

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Circular Model of SoMe for Social Communication* yang terdapat empat. Luttrell (2015: 41-42), menjelaskan aspek yang mengacu pada pembahasan aktivitas *cyber public relations* yaitu :

1) Berbagi (*Sharing*)

Berbagi dalam tahap ini adalah kewajiban dari pihak instansi Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya untuk berpartisipasi dalam penyebaran informasi

untuk publik. Melakukan penyebaran informasi dengan berbagi (*sharing*) melalui akun sosial media dapat membangun interaksi dan juga kepercayaan publik terhadap Rumah Sakit TMC. Rumah Sakit TMC pun memiliki latar belakang dalam menggunakan sosial media untuk menyampaikan informasi karena Sosial media memiliki jangkauan yang luas. Luttrell (2015:41) menjelaskan bahwa Sosial media dapat membantu seseorang untuk saling menyebarkan informasi dan bersosialisasi. Memperoleh keyakinan publiknya dalam penyebaran informasi dan melakukan interaksi dalam membagikan informasi mengenai layanan rumah sakit.

Peneliti menggunakan aspek berbagi (*sharing*), karena untuk mengetahui pemahaman mengenai aktivitas *cyber public relations* dalam penyebaran informasi melalui instagram dalam membagikan sebuah informasi melalui akun Instagram @rs_tmc.

2) Mengoptimalkan (*Optimize*)

Mengoptimalkan yaitu pada tahap ini, fokusnya bagaimana Rumah Sakit TMC berpartisipasi dalam diskusi mengenai topik tertentu di Instagram. Rumah Sakit TMC memiliki strategi untuk merespons pertanyaan, kritik, dan saran dari para pengikutnya. Dengan melakukan interaksi langsung, rumah sakit dapat memahami masukan yang diberikan dan menggunakannya dalam pembuatan konten informasi yang lebih relevan dan bermanfaat. Dengan cara ini, Rumah Sakit TMC dapat mengoptimalkan penggunaan Sosial media Instagram @rs_tmc untuk menyebarkan informasi kepada publik secara lebih efektif.

Penelitian ini menggunakan aspek mengoptimalkan (*optimize*) karena untuk melihat bagaimana Rumah Sakit TMC dapat terus mengoptimalkan konten dalam sosial media Instagram @rs_tmc.

3) Mengelola (*Manage*)

Aspek Mengelola (*manage*) yaitu mencakup cara Tahap ini mencakup cara Rumah Sakit TMC dalam melakukan pemantauan media melalui akun Instagram @rs_tmc. Rumah Sakit TMC menggunakan akun bisnis di Instagram yang dilengkapi dengan fitur insights. Fitur ini sangat berguna untuk media monitoring, karena memungkinkan pengguna akun bisnis untuk melihat berbagai statistik, seperti perkembangan jumlah pengikut, rentang usia, lokasi pengikut, serta postingan yang mendapatkan likes dan komentar terbanyak. Dengan cara ini, Rumah Sakit TMC dapat memantau performa konten, memahami audiens mereka lebih baik, dan menyesuaikan strategi komunikasi untuk mencapai hasil yang optimal. Cara kerja Rumah Sakit TMC dalam media *monitoring* akun Instagram @rs_tmc. Rumah Sakit TMC menggunakan Instagram dengan *business account*.

Peneliti menggunakan aspek mengelola (*manage*) untuk mengetahui bagaimana Rumah Sakit TMC mengelola akun sosial media Instagram @rs_tmc upaya yang dilakukan dengan *monitoring* akun Instagram sudah menjadi gambaran bagaimana Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya mengelola akun sosial media Instagram.

4) Melibatkan (*Engage*)

Aspek Melibatkan (*engage*) yaitu Rumah Sakit TMC mengetahui tentang target audiensnya dengan melakukan riset terlebih dahulu untuk memahami

karakteristik dan kebutuhan masyarakat yang mengakses sosial media Instagram @rs_tmc. Melalui riset ini, mereka dapat mengetahui informasi apa yang dibutuhkan oleh audiens, serta preferensi dan perilaku mereka saat berinteraksi dengan konten di Instagram. Dengan informasi ini, Rumah Sakit TMC dapat menyusun strategi yang lebih terarah untuk menjangkau audiens yang tepat dan memberikan informasi yang relevan dan bermanfaat. Riset ini juga membantu Rumah Sakit TMC dalam menentukan siapa target audiens yang paling sesuai dengan layanan dan program yang mereka tawarkan.

Peneliti menggunakan aspek melibatkan (*engage*) untuk melihat gambaran yang dilakukan Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya dalam melibatkan publik untuk kebutuhan dalam penyebaran informasi di sosial media instagram @rs_tmc.

1.6.2 Landasan Konseptual

1) *Cyber Public Relations*

Public Relations sebagai strategi komunikasi baik untuk perusahaan, lembaga dan pemerintahan yang mutlak memiliki sifat adaptif juga *up to date* berarti harus terus menyesuaikan dengan metode terkini dalam penyusunan strategi komunikasi tersebut. Adanya perkembangan teknologi mengharuskan *public relations* juga memperbaharui metode yang digunakannya untuk segala kegiatannya. *Artificial Intelligence* sebagai modal utama adanya istilah baru yaitu *Cyber Public Relations*. Hal inilah yang dimaksudkan sebagai sikap adaptif seorang praktisi *public relations*.

Cyber public relations adalah inovasi dalam aktivitas humas yang sebelumnya, karena memanfaatkan teknologi dalam setiap kegiatan yang

dilakukan. Tentu saja, *cyber public relations* juga memiliki tujuan yang spesifik. Onggo (2004:01) menjelaskan bahwa *cyber public relations* merujuk pada praktik public relations yang menggunakan media online untuk melakukan publisitas dan membangun hubungan dengan publik. Dalam era digital saat ini, hal ini menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Keberadaan internet telah mendorong praktisi *public relations* untuk mengambil inisiatif dan berperan aktif di dunia media online. Melalui *platform* digital, mereka dapat dengan cepat menyebarkan informasi, berinteraksi langsung dengan audiens, dan membangun citra positif dalam waktu yang lebih singkat serta jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan media konvensional. *Cyber public relations* juga bertujuan untuk melakukan publisitas untuk membagikan informasi dan berbagai aktivitas yang memperkuat dan memperkaya identitas serta citra perusahaan di mata masyarakat. Salah satu aspek penting dari strategi ini adalah kemampuan untuk mentransfer komunikasi dengan biaya yang seminimal mungkin, sehingga meningkatkan efisiensi dalam penyampaian pesan dan membangun hubungan yang lebih baik dengan publik. Aktivitas *cyber public relations* berfokus pada penggunaan media digital dan teknologi informasi sebagai sarana komunikasi yang efektif dan efisien untuk membangun hubungan dengan publik, serta mempertahankan identitas dan citra perusahaan. Aktivitas digital ini memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan berbagai platform daring, seperti Sosial media dan website, guna menjangkau audiens yang lebih luas tanpa perlu mengeluarkan biaya besar.

2) Penyebaran Informasi

Seorang praktisi *public relations* bertanggung jawab untuk menyebarluaskan dan mengelola pesan atau informasi kepada publik dengan memperhatikan kualitas informasi mengenai kebijakan yang dikeluarkan oleh para pengambil keputusan. Dalam proses penyebarannya, seorang praktisi humas tidak sembarangan dan selalu mematuhi kode etik yang berlaku dalam profesi humas dan memiliki tujuan media informasi. Media informasi komponen strategi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada siswa meliputi orang, bahan, dan peralatan, serta alat-alat grafis, fotografi, atau perangkat elektronik yang berfungsi untuk merekam, memproses, dan meninjau informasi visual. Inilah cara media informasi didefinisikan. Seorang praktisi humas harus memiliki kemampuan dalam menggunakan media informasi sebagai bentuk penyebaran informasi untuk menjalin hubungan baik dengan publik.

3) *New Media*

New Media konsep ini Aktivitas *cyber public relations* berfokus pada pemanfaatan media digital dan teknologi informasi sebagai alat komunikasi yang efektif dan efisien untuk membangun hubungan dengan publik, serta menjaga identitas dan citra perusahaan. Dengan menggunakan berbagai platform daring, seperti Sosial media dan *website*, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode tradisional. McQuail (2010:148), menjelaskan bahwa *new media* sebagai hasil dari berbagai inovasi yang berasal dari media lama, yang telah berproses dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini dalam bentuk media baru. *New media*

mencakup berbagai aspek, termasuk hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Kedua, *new media* merupakan cara ini adalah cara baru untuk mempresentasikan dunia sebagai komunitas virtual. Selain itu, ini juga menciptakan hubungan baru antara pengguna dan teknologi media. Ketiga, ini memberikan pengalaman baru mengenai gambaran diri dan identitas seseorang dan komunitas. Keempat, merupakan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media. *New Media* mencakupi platform seperti instagram yang secara signifikan mengubah paradigma komunikasi. Dalam konteks new media, Public Relations (PR) menawarkan kesempatan baru untuk menjalin hubungan langsung dengan audiens, mengukur keterlibatan secara real-time, serta menyampaikan pesan dengan lebih tersegmentasi. termasuk dalam kategori platform seperti Instagram, mengubah paradigma komunikasi secara signifikan. *Public Relations* (PR), dalam praktik *new media* memberikan peluang baru untuk membangun hubungan dengan audiens secara langsung, mengukur keterlibatan secara *real-time*, dan menyampaikan pesan secara lebih tersegmentasi.

4) Instagram

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial terbesar saat ini, sangat digemari oleh masyarakat, terutama di Indonesia, karena menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan. Atmoko (2012: 10), menjelaskan bahwa instagram adalah aplikasi Sosial media yang dirancang khusus untuk perangkat smartpone, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video. Meskipun fungsinya mirip dengan twitter dalam hal berbagi informasi secara cepat, perbedaan utama terletak pada fokus instagram yang lebih pada visual. Instagram memungkinkan

pengguna untuk mengunggah foto dan video sebagai cara utama untuk berbagi momen, sementara twitter lebih fokus pada teks dan update berbasis pesan singkat. Instagram menawarkan berbagai fitur seperti filter, stories, dan IGTV yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri secara kreatif, menjadikannya platform yang lebih visual dibandingkan dengan Twitter.. Instagram merupakan jenis Sosial media yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat umum, dalam hal ini instagram sebagai media yang dapat dimanfaatkan sesuai dengan kontes kebutuhan penggunanya.

Fitur yang diberikan oleh Instagram berupa gambar-gambar, video berdurasi pendek juga cerita pendek melalui *instastory* dan fitur *live streaming*. Instagram aktif digunakan dari tahun 2010, dan hingga saat ini perkembangan Sosial media Instagram sangat pesat, dilengkapi dengan berbagai fitur baru dalam setiap pembaruannya, sehingga Instagram menjadi media yang banyak digandrungi oleh masyarakat terkhusus kaum milenial. Instagram sebagai salah satu elemen *new media* akan membantu praktisi humas untuk meningkatkan efektivitas kampanye komunikasi mereka, mencapai target audiens dengan lebih efisien, serta mengoptimalkan interaksi dan keterlibatan pengguna dalam sosialisasi konsep.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Kota Tasikmalaya yang berlokasi di Jl. K.H.Z Mustofa No.310 Kota Tasikmalaya. Objek penelitian ini yaitu

kegiatan *Cyber Public Relations* dalam penyebaran informasi melalui Sosial media Instagram.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

1) Paradigma

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena fokusnya pada pengelolaan Sosial media Instagram. Peneliti ingin memahami bagaimana Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya mengelola akun Instagram mereka. Paradigma konstruktivisme dipilih karena peneliti bertujuan untuk menggambarkan aktivitas *Cyber Public Relations* yang dijalankan oleh Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya. Pendekatan ini didasarkan pada pemahaman bahwa setiap sudut pandang manusia dapat dianggap sebagai suatu bentuk kebenaran dari sebuah realita sosial. Pengelolaan Instagram adalah fenomena yang relevan di era sekarang, sehingga paradigma konstruktivisme akan diterapkan dalam penelitian ini. Ardianto (2011: 11), Paradigma konstruktivisme adalah pendekatan yang menekankan bahwa kebenaran berasal dari fenomena sosial dan dibentuk melalui interaksi serta pengalaman individu dalam konteks sosial. Dalam kerangka ini, kebenaran bukanlah sesuatu yang absolut, melainkan konstruksi sosial yang dibangun melalui proses komunikasi dan pemahaman individu. Paradigma ini menjelaskan bahwa perilaku individu dan masyarakat sangat dipengaruhi oleh lingkungan mereka serta reaksi terhadap diri sendiri. Dengan kata lain, cara orang berperilaku dan berinteraksi dalam masyarakat dipengaruhi oleh bagaimana mereka memahami dan menginterpretasikan pengalaman mereka dalam konteks sosial yang lebih luas.

2) Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena metode ini memungkinkan pengumpulan data yang lebih lengkap dan mendalam. Pendekatan kualitatif memiliki keunggulan dalam memberikan kredibilitas dan makna yang lebih besar pada data yang diperoleh, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai dengan lebih efektif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami konteks sosial dan interaksi yang lebih kompleks, yang sering kali tidak dapat ditangkap oleh pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2017: 115) menjelaskan bahwa penggunaan pendekatan kualitatif dapat menemukan sebuah proses kerja, perkembangan atas suatu kegiatan, deskriptif yang luas dan mendalam, perasaan, sikap mental, adanya norma keyakinan hingga etos kerja dan budaya yang diyakini oleh seseorang atau sekelompok orang. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, karena peneliti hanya ingin melihat secara objektif sesuai dengan keadaan yang ada di lapangan terkait pelaksanaan aktivitas *cyber public relations* Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya, sehingga peneliti dapat mengetahui terkait fenomena yang sedang terjadi dengan sangat mendalam.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk mengkaji pengelolaan akun Sosial media Instagram Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya @rs_tmc sebagai upaya membangun dan mempertahankan citra lembaga. Sugiono (2017:29), menjelaskan bahwa metode deskriptif adalah pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan atau memberikan gambaran

mengenai fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti memilih metode deskriptif kualitatif karena sesuai dengan tujuan pengumpulan data yang diinginkan. Proses selanjutnya melibatkan analisis data berdasarkan fakta dan realitas yang ada, baik di lapangan maupun dalam media massa yang relevan. dan dikuatkan dengan adanya hasil observasi secara mendalam maupun wawancara langsung dengan pihak Rumah Sakit TMC.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah informasi deskriptif yang tidak dapat diukur secara tepat dan disajikan dalam bentuk kata-kata. Data ini diorganisir ke dalam kategori untuk menganalisis berbagai kejadian atau peristiwa dalam penelitian. Data kualitatif terdiri dari kumpulan kalimat yang membentuk narasi atau bersifat deskriptif. Data kualitatif merupakan data berupa gabungan kalimat yang menjadi narasi atau bersifat deskriptif. Jenis data kualitatif ini digunakan untuk mengetahui pengelolaan Sosial media Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya.

2) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data yang dibagi menjadi dua bagian yaitu, sebagai berikut :

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang menjadi dasar atau utama yang digunakan dalam penelitian. Data utama ini diperoleh langsung dari sumbernya. Bungin (2001:29) menjelaskan bahwa informasi yang diperoleh secara langsung

dari sumber aslinya, data tersebut pertama kali dikumpulkan, disebut sebagai data primer. Data primer ini mencerminkan kondisi atau fenomena yang sedang diteliti dan biasanya diperoleh melalui metode seperti wawancara, survei, atau observasi langsung. Data ini memiliki nilai tinggi karena bersifat langsung, relevan, dan spesifik terhadap penelitian yang dilakukan, memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai objek yang diteliti.

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yang didapatkan dari pihak kedua, ketiga, atau seterusnya, dalam hal ini merupakan data pelengkap. Data ini berfungsi untuk memperkaya informasi yang sudah ada, memberikan konteks tambahan, atau mendukung temuan utama dalam penelitian. Meskipun bukan data utama, data pelengkap ini dapat memberikan perspektif yang lebih luas dan membantu peneliti dalam memahami fenomena yang sedang diteliti dengan lebih mendalam. Sugiyono (2015:456), Sumber data sekunder adalah informasi yang tidak diperoleh secara langsung dari sumbernya, tetapi melalui perantara, seperti individu lain atau dokumen. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder mencakup beberapa referensi yang memberikan pengetahuan dan informasi pendukung, termasuk fakta-fakta yang dikumpulkan dari berbagai sumber seperti arsip, dokumen, literatur, dan Sosial media yang relevan dengan pengelolaan akun Instagram @rs_tmc Kota Tasikmalaya.

1.7.5 Teknik Pemilihan Informan

Teknik Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan narasumber yang memiliki pengetahuan dan pemahaman

yang relevan mengenai topik yang diteliti. Tujuannya adalah untuk memudahkan proses pencarian informasi dan data yang diperlukan. Dengan memilih informan yang tepat, diharapkan penelitian dapat berlangsung dengan lebih efektif dan efisien, serta menghasilkan informasi yang lebih akurat dan mendalam. Pemilihan informan yang tepat akan memungkinkan peneliti untuk menggali wawasan yang lebih relevan dan kaya terkait dengan topik yang sedang dianalisis. Rahmadi (2011:62) menjelaskan bahwa informan adalah individu yang memberikan informasi penelitian berdasarkan kriteria tertentu seperti, keterlibatan dalam kegiatan, partisipasi aktif, dan ketersediaan waktu untuk memberikan informasi. Objek yang dijadikan narasumber peneliti adalah orang yang ada hubungannya dan mempunyai ilmu pengetahuan dibidangnya, yaitu pengurus lembaga rumah sakit TMC dan admin pengelola akun instagram Rumah Sakit TMC. Subjek yang dijadikan penelitian sebagai informan adalah pengurus dan admin pengelola akun instagram Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya.

- a) Informan merupakan pengelola Sosial media Instagram Rumah Sakit TMC.
- b) Informan merupakan pembuat konten untuk Sosial media Rumah Sakit TMC.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang di gunakan dalam pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara dan observasi partisipasi pasif.

a) Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara Pendekatan wawancara terstruktur diterapkan dalam penelitian ini untuk menentukan sendiri masalah serta pertanyaan yang akan

diajukan, dengan tujuan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang telah dirumuskan. Menurut Bungin (2001:136), wawancara ini bersifat informal dan dapat berlangsung dalam waktu yang cukup lama tanpa panduan yang ketat. Pertanyaan yang diajukan bersifat spontan dan fleksibel, disesuaikan dengan situasi yang ada di lapangan. Jenis wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam dari pihak Humas Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya selama wawancara berlangsung. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih kaya dan mendalam mengenai konteks serta pengalaman yang relevan dengan topik yang diteliti.

Kegiatan wawancara ini dilakukan dengan narasumber yang relevan untuk penelitian ini, yaitu pihak Humas Rumah Sakit Kota Tasikmalaya, khususnya yang bertanggung jawab dalam mengelola Sosial media Instagram @rs_tmc. Wawancara dilaksanakan secara langsung untuk mengumpulkan data dan informasi terkait dengan *cyber public relations* serta strategi pengelolaan Sosial media tersebut. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana Rumah Sakit TMC memanfaatkan Instagram sebagai alat komunikasi dan untuk membangun hubungan dengan publik.

b) Observasi Partisipasi Pasif

Observasi partisipatif juga akan dilakukan dalam penelitian ini, di mana peneliti akan terjun langsung ke lapangan untuk mengamati dan memantau pengelolaan Sosial media Instagram Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya secara langsung. Creswell (2012:267) Observasi adalah kegiatan di mana peneliti dapat menggambarkan fenomena yang terjadi dengan langsung turun ke lapangan untuk

mengamati aktivitas serta perilaku individu yang menjadi informan utama. Teknik ini melibatkan pengamatan langsung terhadap situasi yang diamati. Observasi ini bertujuan agar peneliti dapat melihat dan mengamati secara langsung maupun tidak langsung aktivitas pengelolaan Sosial media @rs_tmc, dengan memperhatikan serta mencatat secara rinci mengenai apa yang telah diamati di lokasi penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik yang diterapkan dalam pengelolaan akun Sosial media tersebut.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang krusial dalam penelitian atau studi ilmiah. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik dokumentasi untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, seperti dokumen, catatan, arsip, atau materi yang berkaitan dengan pengelolaan Sosial media Instagram @rs_tmc. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengakses dan menganalisis informasi yang relevan dari berbagai dokumen yang tersedia. Sukmadinata (2008:221) Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan analisis berbagai jenis dokumen, baik itu dokumen tertulis, gambar, atau dokumen elektronik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang relevan dengan lebih efisien, sekaligus memberikan konteks yang lebih mendalam mengenai materi yang sedang diteliti. Dengan menganalisis dokumen yang ada, peneliti dapat memperoleh informasi tambahan yang mungkin tidak diperoleh melalui wawancara atau observasi, serta mengonfirmasi temuan atau pola-pola yang muncul dari data lain yang sudah

dikumpulkan. Penelitian ini pada objek dokumentasi, peneliti akan memperoleh hasil dengan bentuk nyata berdasarkan fakta di lapangan nantinya. Teknik dokumentasi pada sumber pengelolaan akun Sosial media instagram @rs_tmc akan mencatat dan menunjukkan fakta-fakta pada fokus penelitian yang terkait dengan pengelolaan Sosial media instagram Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan metode penelitian analisis deskriptif kualitatif. Creswell (2014:11), Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data memerlukan pendekatan yang komprehensif dan rinci. Proses analisis data yang diusulkan oleh Creswell menekankan pentingnya pemahaman mendalam mengenai konteks dan kompleksitas fenomena yang sedang diteliti. Teknik ini melibatkan identifikasi pola-pola yang muncul dari data yang telah dikumpulkan, di mana peneliti mencari tema-tema utama yang muncul secara konsisten. Dengan cara ini, peneliti dapat menggali makna yang lebih dalam dari data, menghubungkan informasi yang relevan, dan mengembangkan pemahaman yang lebih luas tentang fenomena yang sedang dianalisis. Selain itu, pemahaman terhadap konteks juga sangat penting, dengan memperhatikan aspek-aspek sosial, budaya, dan historis yang dapat memengaruhi cara data diinterpretasikan dan dimaknai.

Berbeda dengan pendekatan kuantitatif, metode penelitian analisis deskriptif kualitatif yang diterapkan dalam studi ini mengelola data melalui kalimat, narasi, dan deskripsi yang mencerminkan kenyataan secara teoritis tanpa adanya rekayasa. Peneliti menggunakan metode analisis data model Miles dan

Huberman dalam melakukan penelitian ini. Miles dan Huberman (2009 : 16), menjelaskan bahwa proses- proses yang dilakukan pada analisis data yaitu :

a) Reduksi Data

Tahapan pertama mencakup proses pemilihan, pemutaran, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah yang diperoleh di lapangan sehingga menghasilkan data yang lebih jelas terkait dengan hasil pengamatan dan wawancara mengenai pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc. Data pendukung yang diperoleh meliputi wawancara, pemberitaan di situs resmi Rumah Sakit TMC, akun resmi Instagram @rs_tmc, serta informasi yang dimuat di media daring. data kasar yang ada di lapangan hingga pada akhirnya data yang diperoleh menjadi lebih jelas terkait dengan hasil pengamatan dan wawancara mengenai pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc. Data pendukung yang didapatkan berupa wawancara, pemberitaan di website resmi Rumah Sakit TMC, akun resmi instagram @rs_tmc dan data-data yang dimuat di media daring.

b) Penyajian Data

Tahapan selanjutnya berupa pemaparan data dengan bantuan grafik, tabel, gambar dan lain sebagainya yang bertujuan untuk membuat pembaca nyaman dan mudah memahami mengenai maksud dan tujuan penelitian yang ada dalam penelitian ini terkait pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc.

c) Simpulan

Tahapan terakhir dari teknik analisis data ialah simpulan. Simpulan

merupakan sebuah proses akhir, membuat sebuah simpulan berdasarkan data yang sudah diproses dan dikaji pada tahap pertama dan kedua yakni reduksi data dan penyajian data. Pembuatan simpulan ini membutuhkan bukti yang kuat, bukti bisa didapatkan dari informasi yang telah digabung dan disusun dalam penyajian data berupa hasil wawancara dan observasi terhadap Rumah Sakit TMC Kota Tasikmalaya. Berkumpulnya data tersebut membuat peneliti dapat memaparkan simpulan analisis dari sudut pandang peneliti mengenai objek yang diteliti yakni pengelolaan akun Sosial media Instagram @rs_tmc.

