

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Online Public Relations* telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam praktik *Public Relations*. Menurut data yang diambil dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) ada sekitar 213 juta orang di Indonesia yang menggunakan internet pada awal Januari 2023. Jumlah pengguna yang mencapai 77% dari total penduduk di Indonesia ini yang menyebabkan praktisi *public relations* menggunakan jaringan internet sebagai alat utama untuk berinteraksi dengan publik karena internet menjadi saluran komunikasi yang sangat potensial untuk mencapai dan berinteraksi dengan audiens yang luas. ([databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) pada 26-10-2023)

*Public Relations Officer (PRO)* dituntut untuk memanfaatkan internet secara optimal dalam upaya menyampaikan pesan dan informasi kepada publik dengan jelas dan efisien. Seorang *PRO* dapat menjalankan tugasnya dengan efektif, penghubung komunikasi antara organisasi atau perusahaan dengan audiens *online*, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan dan visi yang diinginkan jika mereka dapat menguasai *online public relations* dengan baik.

Pengelolaan media sosial menjadi salah satu bagian dari aktivitas *online public relations* yang sangat penting. *PRO* melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya dapat berinteraksi langsung dengan audiens dan menyebarkan konten informatif serta merespons pertanyaan dan umpan balik dari publik. Hal ini membuka peluang besar untuk membangun citra positif,

memperkuat hubungan dengan *stakeholder*, dan mengelola isu-isu yang muncul secara *online*. Lingkungan digital yang terus berkembang menjadikan pengelolaan media sosial yang baik memerlukan pemahaman mendalam tentang audiens, kreativitas dalam menyampaikan isi pesan, memahami konteks, dan membuat konten secara konsisten. Pengintegrasian media sosial kedalam strategi *public relations* secara menyeluruh menjadi langkah yang diperlukan dalam menghadapi perubahan dunia komunikasi saat ini.

Peran media sosial sangat berpengaruh dalam lingkungan perusahaan, organisasi, termasuk dalam lembaga seperti rumah sakit. Rumah Sakit Harapan Keluarga misalnya, telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk terus meng-*update* perkembangan baru dan kegiatan-kegiatan didalam rumah sakit. Rumah Sakit Harapan Keluarga memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk melakukan edukasi, penyebaran informasi, serta mendokumentasikan kegiatan yang dilakukan di rumah sakit tersebut. Rumah Sakit Harapan Keluarga dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses informasi terkait kesehatan dengan lebih mudah dan cepat dengan memanfaatkan media sosial.

Rumah Sakit Harapan Keluarga didirikan pada tahun 2014 yang semula bernama Klinik Bersalin Utama Harapan Keluarga Cipacing. Klinik Bersalin Utama Harapan Keluarga Cipacing berubah menjadi Rumah Sakit Umum Harapan Keluarga (tipe D) pada tahun 2016 dan diresmikan pada tanggal 1 Februari 2017. Rumah sakit ini merupakan rumah sakit yang menanamkan nilai-nilai islam dilihat dari misinya sebagai rumah sakit yang menegakan nilai-nilai islam dalam layanan

Kesehatan sesuai standar sertifikasi syari'ah. (rsharapankeluarga.com pada 26-6-2023)

Rumah Sakit Harapan keluarga yang masih tergolong baru didirikan, harus tetap mengikuti perkembangan teknologi digital. Perkembangan ini menuntut rumah sakit untuk mampu memenuhi kebutuhan informasi pasien dan publik dengan efektif bukan hanya dengan cara-cara tradisional tetapi dengan cara-cara modern dengan menggunakan media internet. Rumah sakit Harapan Keluarga perlu terus mengembangkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan media internet salah satunya adalah media sosial dan platform online sebagai alat komunikasi yang efisien dan efektif untuk merancang strategi *Online Public Relations* yang sesuai.

Berdasarkan observasi pra penelitian, ada dua media sosial yang dimanfaatkan oleh Rumah Sakit Harapan Keluarga. Media sosial tersebut adalah Instagram @rsu\_harkel dan Facebook RSU Harkel. Media sosial yang lebih banyak diakses untuk menyampaikan informasi adalah media sosial Instagram, dilihat pada unggahan yang dilakukan di media sosial Instagram lebih banyak dibandingkan dengan Facebook. Konten yang diunggah di Instagram memiliki banyak informasi dan beragam baik tentang Kesehatan ataupun kegiatan yang diselenggarakan di Rumah Sakit Harapan Keluarga. Pengikut yang berasal dari Instagram juga lebih banyak dibandingkan dengan Facebook. Hal ini dirasa dilakukan untuk mengikuti *trend* yang terjadi di masyarakat. (Observasi, 26-6-2023)

Rumah Sakit Harapan Keluarga sudah memiliki media untuk melakukan komunikasi dengan pihak eksternalnya, tetapi seorang praktisi *public relations* di

Rumah Sakit Harapan Keluarga harus dapat melakukan pengelolaannya dengan baik, seperti pengelolaan konten dan pemilihan media yang tepat untuk digunakan. Hal ini dilakukan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan lebih efektif.

Perkembangan akun media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga cukup signifikan, dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah pengikut dan peningkatan kualitas konten. Berdasarkan data dari observasi pra penelitian yang didapat dari Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga, pengikut dari instagram @rsu\_harkel memiliki 9.714 pengikut pada Mei 2023. Saat ini pada Oktober 2023 jumlah pengikut dari akun Instagram @rsu\_harkel adalah sekitar 11 ribu pengikut. Pertumbuhan sekitar 2 ribu pengikut ini merupakan pertumbuhan yang cukup baik mengingat Rumah Sakit Harapan keluarga masih tergolong baru menggunakan media sosial Instagram. Hal ini dapat dilihat dari unggahan pertamanya yang diunggah pada 13 juli 2019. (Observasi, Mei-Oktober 2023)

Konten yang banyak diunggah adalah konten gambar yang diunggah pada *feeds* Instagram. Saat ini Konten yang sering diunggah oleh @rsu\_harkel sudah cukup bervariasi yang tidak terlepas dari konten mengenai Informasi publik dan kesehatan. Rumah Sakit Harapan Keluarga selalu membuat konten tentang edukasi, lowongan pekerjaan untuk karyawan rumah sakit, informasi dokter baru, informasi fasilitas baru, hari-hari besar nasional, hingga jadwal praktik dokter. (Observasi, 26-10-2023)

Konten edukasi yang diunggah oleh Rumah Sakit Harapan Keluarga adalah bentuk inisiatif sebagai lembaga pelayanan kesehatan. Konten edukasi kesehatan

ditujukan untuk membantu meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang berbagai aspek kesehatan, termasuk pencegahan penyakit, gaya hidup sehat, pemahaman kondisi medis, dan langkah-langkah untuk merawat diri sendiri dan anggota keluarga. Konten edukasi ini diharapkan dapat berperan dalam membantu Masyarakat untuk membuat keputusan yang lebih baik terhadap kesehatan mereka.

Rumah Sakit Harapan Keluarga juga setiap harinya mengunggah konten-konten tentang layanan yang mereka berikan, seperti informasi fasilitas dan jadwal layanan dokter. Hal ini bertujuan untuk dapat terus menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pasien ataupun calon pasien. Penyediaan informasi setiap hari ini menunjukkan bahwa sumber informasi media sosial Instagram @rsu\_harkel dapat diandalkan. (Observasi, 26-10-2023)

Konten yang diunggah oleh Rumah Sakit Harapan Keluarga dalam beberapa bulan terakhir telah mengalami beberapa pembaruan. Konten edukasi yang awalnya hanya berbentuk *slide picture*, sekarang menjadi video edukasi yang disampaikan oleh dokter yang bersangkutan dengan tema yang diambil. Hal ini dilakukan untuk membuat kontennya lebih kredibel dan lebih terarah. (Observasi, 26-10-2023)

Rumah Sakit Harapan Keluarga melalui media sosial Instagramnya menggunakan berbagai cara untuk membangun citra positif di masyarakat. Mereka harus terus menyampaikan informasi yang dibutuhkan masyarakat melalui platform tersebut terutama dalam hal kesehatan. Hal ini penting karena dapat bermanfaat bagi masyarakat untuk tetap terinformasi tentang kesehatan, pencegahan penyakit, perawatan medis, dan tindakan kesehatan lainnya. Rumah Sakit Harapan Keluarga

juga perlu menjaga responsifitas terhadap pertanyaan dan masukan dari masyarakat sehingga membangun hubungan yang kuat dan transparan.

Berdasarkan data dari Napoleon Cat, Jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebesar 94,5 juta hingga Januari 2023. Hal ini berarti ada sekitar 64% dari jumlah penduduk di Indonesia yang menggunakan Instagram dan dapat dijangkau. Jumlah pengguna ini sangat berpotensi untuk dikelola lebih bagus lagi dengan melakukan Pengelolaan yang lebih terorganisir oleh Rumah Sakit Harapan Keluarga. Sesuai dengan kondisi saat ini berbagai instansi dan lembaga menekankan pemanfaatan teknologi informasi dalam menunjang aktivitas kegiatannya. Pemanfaatan media sosial ini diharapkan dapat memberi peluang pada instansi atau lembaga untuk menyampaikan informasi dan membina hubungan dengan publik. (napoleoncat.com pada 26-6-2023)

Perkembangan teknologi informasi dan internet yang semakin pesat telah melahirkan sebuah media baru (*new media*), yaitu media sosial. Media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang penting bagi berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pelayanan kesehatan atau Rumah Sakit. Penelitian mengenai kegiatan *online public relations* ini disayangkan masih terbatas jumlahnya, khususnya pada konteks rumah sakit. Hal ini menjadi ketertarikan tersendiri untuk mengkaji lebih banyak mengenai tema tersebut dalam konteks rumah sakit. (digilib.uinsgd.ac.id pada 26-6-2023)

Pengelolaan media sosial Instagram oleh Rumah Sakit Harapan keluarga menjadi menarik karena beberapa faktor penting yang mencerminkan relevansinya

dalam dunia Kesehatan dan komunikasi. Penggunaan media sosial Instagram dalam kehidupan sehari-hari telah membuat daya tarik sebagai saluran informasi dan interaksi sosial di sektor pelayanan Kesehatan menjadi sangat potensial. Penelitian ini mencerminkan adaptasi Rumah Sakit Harapan Keluarga terhadap perubahan zaman dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal informasi Kesehatan.

Era dimana teknologi Informasi menjadi bagian dari aktivitas instansi dan lembaga membuat pemanfaatan media sosial menjadi semakin penting dalam membangun citra dan menjalin hubungan yang kuat dengan publik. Pengelolaan media sosial yang baik dengan demikian dapat memberikan peluang bagi Rumah Sakit Harapan Keluarga untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan dan memperkuat keterhubungan dengan masyarakat secara lebih efektif.

Perkembangan ilmu dan teknologi yang berlangsung dengan pesat dan canggih memberikan peluang dan kesempatan kepada praktisi kehumasan untuk lebih berpikir progresif serta meningkatkan kompetensi dalam teknologi digital. Salah satunya merupakan pemanfaatan media sosial sebagai salah satu alat bagi seorang praktisi Humas dalam menjalankan komunikasi publik. Penelitian ini mencoba menerangkan bagaimana aktivitas *online public relations* seorang praktisi Humas Rumah Sakit dalam mengelola sebuah media sosial Instagram.

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, fokus penelitian ini akan difokuskan pada pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga yang difokuskan dalam pertanyaan berikut.

1. Bagaimana aspek *Content* (Konten) pada pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga?
2. Bagaimana aspek *Context* (Konteks) pada pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga?
3. Bagaimana aspek *Connectivity* (Konektivitas) pada pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga?
4. Bagaimana aspek *Continuity* (Kontinuitas) pada pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui aspek *Content* (Konten) pada pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.
2. Untuk mengetahui aspek *Context* (Konteks) pada pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.
3. Untuk mengetahui aspek *Connectivity* (Konektivitas) pada pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.

4. Untuk mengetahui aspek *Continuity* (Kontinuitas) pada pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini tentunya akan berdampak dan memiliki manfaat secara akademis maupun praktik di lapangan. Adapun kegunaan penelitian ini antara lain.

##### **D.1 Secara Akademis**

1. Penelitian ini memiliki nilai akademis yang berguna untuk menambah pemahaman dan pengetahuan di bidang komunikasi terutama dalam konteks aktivitas *Online Public Relations* melalui pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.
2. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi sebagai referensi tambahan dalam bidang ilmu komunikasi hubungan masyarakat, serta memberi kritik dan saran bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Penelitian ini dapat menambah pengalaman peneliti dalam melakukan analisis penelitian dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktik serta penerapan *Online Public Relations* melalui pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.

##### **D.2 Secara Praktis**

1. Melalui implementasi konsep *Online Public Relations* dan pengelolaan media sosial Instagram di Rumah Sakit Harapan Keluarga, penelitian ini

diharapkan akan memberikan pemahaman dan kesadaran mengenai peran yang penting dari Humas dalam membangun hubungan yang positif dengan masyarakat.

2. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi atau rujukan bagi pengelola akun media sosial Instagram @rsu\_harkel Rumah Sakit Harapan Keluarga.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat tentang pentingnya menjalin hubungan yang baik dengan media.

#### **E. Kajian Penelitian yang Relevan**

Penelitian yang relevan dapat digunakan sebagai referensi tambahan yang memperkuat atau mengidentifikasi perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, dengan catatan bahwa penelitian sebelumnya memiliki implikasi dan keterkaitan yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Imas Permasih, Yusuf zaenal Abidin, dan Abdul Aziz Ma'arif di tahun 2018. Penelitian yang berjudul Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat ini membahas tentang pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam upaya memenuhi informasi bagi publik dengan menggunakan konsep *four step public relations* dalam penelitiannya. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus.

Hasil dari penelitian ini meliputi beberapa tahap telah diidentifikasi. Tahap awal adalah tahap definisi masalah yang melibatkan pengumpulan data dan analisis data.

Tahap kedua dilakukan tahap perencanaan dan strategi komunikasi yang disebut tahap perencanaan dan pemrograman. Tahap selanjutnya adalah tahap pelaksanaan dan komunikasi yang mencakup implementasi dan komunikasi ke publik. Terakhir, terdapat tahap evaluasi yang melibatkan rapat koordinasi dan pemantauan harian, mingguan, dan bulanan. Semua tahap telah dilaksanakan oleh Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk memenuhi kebutuhan informasi publik.

Kedua, Penelitian ini dilakukan oleh Andrea Amorita Tulung, Sri Ulya Suskarwati, dan Virgin Cansa Abinta di tahun 2021. Judul dari penelitian ini adalah Instagram sebagai Media *Government Public Reations* Kementerian Komunikasi dan Informatika di Masa Pandemi Covid 19. Penelitian ini membahas tentang bagaimana media sosial Instagram @kemkominfo menjadi media *Government Public Relations* di masa pandemi untuk memahami proses komunikasi virtual antara pemerintah dan publik, yang menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah pemahaman tentang rentang, kecepatan, dan jumlah informasi yang disediakan di @kemkominfo untuk menyediakan pengetahuan dan informasi sesuai dengan kebutuhan publik. Melalui Instagram, akun ini memberikan pemahaman dan arahan mengenai Covid-19 kepada publik, serta menyediakan layanan penyebaran informasi melalui akun resmi yang dikelola oleh Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika. Sebagai komunikator dan mediator dalam penyebaran Covid-19 di Indonesia, diterapkan konsep GPR selama pandemi. Kementerian Komunikasi dan Informatika membangun komunikasi yang

kondusif dengan masyarakat Indonesia melalui akun Instagram resmi @kemenkominfo

Ketiga, Penelitian ini dilakukan oleh Diah Eka Septyami dan Saifuddin Zuhri di tahun 2022. Judul dari penelitian ini adalah Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @info\_tuban dalam peningkatan pengikut. Penelitian ini membahas bagaimana pengelolaan konten media sosial di Instagram @info\_tuban meliputi tahap *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*, yang menggunakan model komunikasi *The Circullar Model of SoMe*. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam tahap *share*, @info\_tuban memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikatif serta efektif dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan kepercayaan publik. Dalam tahap *optimize*, @info\_tuban menggunakan metode manual seperti cerita dan *hashtag* untuk mengetahui topik yang sedang dibicarakan oleh pengguna. Dalam tahap *manage*, @info\_tuban telah melakukan berbagai kegiatan, namun belum menggunakan alat-alat media sosial. Terakhir, dalam tahap melibatkan pengguna atau *engage*, @info\_tuban bekerja sama dengan individu yang memiliki pengaruh untuk mencapai audiens target dengan rutin mengunggah konten.

Keempat, penelitian ini dilakukan oleh Trias Yulivia Widyaranti, Hery Sawiji, Patni Ninghardjanti di tahun 2020. Judul dari penelitian ini adalah Pengelolaan Media Sosial untuk Mendukung Aktivitas Humas Pemerintah Kota Surakarta. Penelitian ini membahas tentang manajemen media sosial dalam mendukung

kegiatan divisi hubungan masyarakat dan protokol pemerintah kota Surakarta, serta hambatan dan solusi yang dihadapi dalam manajemen media sosial untuk mendukung kegiatan divisi hubungan masyarakat dan protokol pemerintah kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan teori *four step PR* dan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa divisi hubungan masyarakat dan protokol pemerintah kota Surakarta melakukan manajemen media sosial yang melibatkan beberapa tahap. Tahap-tahap tersebut meliputi perencanaan, pelaksanaan kegiatan manajemen media sosial, strategi manajemen media sosial, implementasi manajemen media sosial, dan pemantauan serta evaluasi.

Kelima, Penelitian ini dilakukan oleh Reinhart Abedneju Sondakh, Endang Erawan, Sarwo Edy Wibowo di tahun 2019. Judul dari penelitian ini adalah Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. Penelitian ini membahas tentang pemanfaatan media sosial Instagram pada akun @geprekexpress dalam mempromosikan restoran Geprek Express. Penelitian ini menggunakan konsep 7C dengan metode deskriptif kualitatif.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Akun Instagram Geprek Express memiliki fitur-fitur yang memenuhi enam elemen dari 7C Framework, yaitu *context*, *content*, *continuity*, *communication*, *connection*, dan *commerce*. Kekuatan utamanya terletak pada elemen *content*, *continuity* dan *connection*. Elemen yang tidak terpenuhi adalah *customization*.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Relevansi Penelitian
1	Imas Permasih, Yusuf Zaenal Abidin, Abdul Aziz Ma'arif (2018)	Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat	Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat menggunakan konsep <i>four step PR</i> dalam pengelolaan akun sosial media Instagramnya. Hal ini dilakukan untuk pemenuhan upaya Humas Pemerintah Jawa Barat dalam menyampaikan informasi bagi publik.	Pembahasan pada penelitian yang dilakukan oleh Permasih, et al. adalah fokus terhadap pengelolaan yang dilakukan oleh Humas Pemerintah, sedangkan penelitian ini fokus pada pengelola Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga. Perbedaan lain adalah metode yang digunakan yaitu menggunakan metode studi kasus kualitatif dan teori yang digunakan yaitu <i>Four Step PR</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan konsep 4C	Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Permasih et al. Adalah membahas tentang pengelolaan akun media sosial Instagram
2	Andrea Amorita Tulung, Sri Ulya Suskarwati, Virgin Cansa Abinta (2020)	Instagram Sebagai Media <i>Government Public Relations</i> Kementerian Komunikasi dan Informatika di Masa Pandemi Covid-19	Konsep enam dimensi CMC ( <i>Computer Mediated Communication</i> ) digunakan untuk menganalisis akun sosial media Instagram Kementerian Komunikasi dan Informatika. Instagram @kemenkominfo dipahami sebagai media komunikasi antara pemerintah dan masyarakat pada masa Covid-19. Masyarakat dapat mengakses informasi seputar	Penelitian yang dilakukan oleh Tulung et al. Menggunakan konsep enam dimensi CMC ( <i>Computer Mediated Communication</i> ), sedangkan penelitian ini menggunakan konsep 4C. Penelitian yang dilakukan oleh Tulung et al. juga menggunakan metode studi kasus kualitatif, berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan	Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Tulung et al. Dengan penelitian ini adalah membahas tentang mengelola akun media sosial Instagram

			Covid-19 dengan mudah dan cepat.	metode deskriptif kualitatif.	
3	Diah Eka Septyami, Saifuddin Zuhri (2022)	Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @info_tuban dalam Peningkatan Pengikut	Keempat tahapan dari konsep <i>Circular Model of SoMe</i> sudah diterapkan dalam pengelolaan akun media sosial @info_tuban walaupun terdapat aspek-aspek yang belum dilaksanakan dengan optimal	Penelitian yang dilakukan oleh Septyami dan Zuhri menggunakan konsep <i>Circular Model of SoMe</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan konsep 4C	Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Septyami dan Zuhri dengan penelitian ini terdapat pada penggunaan metode deskriptif kualitatif dan juga membahas tentang pengelolaan akun sosial media Instagram
4	Trias Yulivia Widyaranti, Hery Sawiji, Patni Ninghardjanti (2020)	Pengelolaan Media Sosial untuk Mendukung Aktivitas Humas Pemerintah Kota Surakarta	Pengelolaan Media Sosial Pemerintah Kota Surakarta menggunakan manajemen PR dengan konsep <i>Four Step PR</i> . Ditemukan kekurangan dalam pengelolaan media sosial Pemerintah Kota Surakarta, yaitu belum tercukupinya sumber daya manusia untuk mengelola semua sosial media dan kurangnya manajemen waktu yang dilakukan pada saat pengelolaan akun media sosial.	Penelitian yang dilakukan oleh Widyaranti menggunakan teori <i>Four Step PR</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan konsep 4C	Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Widyaranti et al. dengan penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif dan membahas tentang pengelolaan akun media sosial Instagram
5	Reinhart Abedneju Sondakh, Endang Erawan, Sarwo Edy	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Geprekexpress Dalam Mempromosi	Akun Instagram Geprek Express memenuhi enam elemen dari <i>7C Framework</i> , yaitu <i>context, content, continuity,</i>	Penelitian yang digunakan oleh Sondakh et al. menggunakan <i>7C Framework</i> , sedangkan penelitian ini	Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Sondakh et al. dan penelitian ini

	Wibowo (2019)	kan Restoran Geprek Express	<i>communication, connection, dan commerce.</i> Kekuatan utamanya terletak pada elemen <i>content, continuity dan connection.</i> Elemen yang tidak terpenuhi adalah <i>customization</i>	menggunakan konsep 4C yang dikemukakan oleh David Armano	ada pada penggunaan metode deskriptif kualitatif pada dan membahas tentang pengelolaan media sosial Instagram.
--	---------------	-----------------------------	---	--	--

## F. Landasan Pemikiran

### F.1 Landasan Teoritis

Seorang *Public Relations Officer* untuk mencapai kesuksesan dalam melaksanakan aktivitas *Online Public Relations*, mereka perlu memiliki pemahaman tentang cara-cara mengoperasikan media sosial. Hal ini diperlukan untuk mengetahui efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan tugas-tugasnya. Menurut David Armano dalam Solis (2010: 263) menjelaskan bahwa media sosial dapat dioperasikan dengan melakukan konsep 4C yaitu *Content, Context, Connectivity, dan Continuity*. Penting untuk menjalankan keempat tahap ini dengan baik agar setiap rencana dapat dilaksanakan secara efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan.

#### 1. *Content*

Hal pertama yang harus diperhatikan dalam mengelola akun media sosial Instagram adalah fokus pada aspek konten. Konten yang berkualitas sangat penting untuk menarik perhatian audiens dan membangun komunitas yang berpengaruh. Fokus utama dalam aspek ini adalah untuk mengetahui bagaimana sebuah lembaga

dalam hal ini Rumah Sakit Harapan Keluarga melakukan aktivitas *Online Public Relations* melalui pengelolaan akun media sosial Instagram, sehingga menghasilkan konten yang informatif dan edukatif tentang kegiatan yang ada di rumah sakit, edukasi Kesehatan yang diberikan, dan penyajian informasi pasien dalam bentuk visual dan audio visual.

## **2. Context**

Hal selanjutnya yang harus diperhatikan dalam mengelola media sosial Instagram yaitu aspek konteks. Konteks yang dimaksud adalah memahami dan mengadaptasi konten agar sesuai dengan situasi, audiens, dan platform. Fokus utama dalam konteks ini adalah bagaimana Rumah Sakit Harapan Keluarga menyesuaikan kontennya agar sesuai dengan konteks, yaitu sesuai dengan situasi, audiens, dan platform yang digunakan.

## **3. Connectivity**

Konektivitas mengacu pada bagaimana cara sebuah lembaga dalam hal ini Rumah Sakit Harapan Keluarga dalam membangun hubungan dengan audiens mereka melalui media sosial Instagram. Hal ini melibatkan interaksi aktif, menjawab komentar, berkomunikasi dengan pengikut mereka, dan memberikan dukungan atau menjawab pertanyaan yang diajukan.

## **4. Continuity**

Kontinuitas dalam hal ini merupakan tentang bagaimana menjaga konsistensi dan kesinambungan dalam publikasi konten pada akun media sosial. Sebuah lembaga dalam hal ini Rumah Sakit Harapan Keluarga perlu menjaga jadwal yang

konsisten dalam mengunggah informasi sehingga pengikutnya dapat mengandalkan sumber informasi yang terus-menerus.

Keempat komponen yang dijelaskan oleh David Armano ini merupakan komponen yang menurutnya harus ada pada setiap media sosial. Komponen-komponen tersebut digunakan untuk memerhatikan isi konten yang berkualitas, menyesuaikan konteks, membangun hubungan dengan publiknya, dan menjadikan pengelolaan media sosial atau penciptaan konten menjadi konsisten. Konsep 4C ini digunakan dalam penelitian ini karena dirasa akan menjelaskan bagaimana aktivitas *online public relations* melalui pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Rumah Sakit Harapan Keluarga.

## **F.2 Landasan Konseptual**

### **1. *Online Public Relations***

*Online Public Relations* adalah bentuk komunikasi *public relations* yang menggunakan media internet dan media sosial sebagai sarana untuk membangun hubungan dengan publik. Media baru ini memungkinkan pengguna dapat dengan mudah menyampaikan informasi kepada publik. Wiratmo et al. (2017: 326) menjelaskan bahwa *Online Public Relations* adalah komunikasi yang terjalin antara institusi dengan publiknya secara *online* dengan memanfaatkan fasilitas internet. *Online Public Relations* dalam konteks ini merujuk pada praktik *public relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana komunikasi.

*Online Public Relations* merupakan upaya yang menggabungkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjalin hubungan dengan publik dan

memfasilitasi akses yang lebih mudah bagi masyarakat terhadap perusahaan atau lembaga tersebut. Menurut Rosidin dan Hamid (2020: 166) kemunculan internet berdampak pada cara kerja praktisi Humas yang dituntut tidak hanya kreatif dan komunikatif, tetapi juga harus kreatif menggunakan lebih dari satu media untuk melaksanakan tugas-tugasnya. Penggunaan media yang lebih dari satu memungkinkan Seorang praktisi Humas dapat dengan cepat dan menyeluruh menyampaikan pesan kepada publik melalui media internet sehingga tercipta hubungan interaktif antara publik dan perusahaan.

Perkembangan teknologi telah menghadirkan kemudahan dalam komunikasi jarak jauh tanpa hambatan. Komunikasi menjadi lebih interaktif dan mudah dengan hadirnya internet. *Feedback* dari komunikasi dapat diberikan secara instan dan penyebaran informasi menjadi lebih cepat. Media internet memberikan keuntungan bagi para *public relations officer* dalam menyampaikan informasi, Disebabkan selain karena kecepatan serta kemudahannya, teknologi ini juga tidak memerlukan biaya besar.

## 2. Pengelolaan

Pengelolaan adalah tindakan atau aktivitas tertentu yang dilakukan secara teratur oleh seseorang untuk mengawasi semua aspek kegiatan yang terjadi dalam suatu organisasi. Menurut Nugroho (2003: 119) Pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen. Pendefinisian ini dipertegas oleh Poerdawarminta (2006: 221) yang menjelaskan bahwa pengelolaan merupakan suatu proses yang berperan dalam merumuskan kebijakan dan tujuan organisasi,

serta melibatkan pengawasan terhadap semua elemen yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan pencapaian tujuan tersebut. Tujuannya adalah untuk menjadikan perencanaan terorganisir dengan lebih efektif.

Definisi lain dikemukakan oleh Sumiati dan Haryanto (2017: 68) yang menjelaskan pengelolaan secara umum merupakan kegiatan mengubah sesuatu hingga menjadi baik yang memiliki nilai-nilai lebih tinggi dari semula. Hal ini berarti pengelolaan dapat disimpulkan sebagai proses yang bertujuan untuk merencanakan dan berusaha melaksanakan rencana tersebut untuk mencapai tujuan tertentu yang meningkat.

Pengelolaan media sosial menjadi hal yang penting untuk dilakukan di era ini. Menurut Syuderajat dan Puspitasari (2017: 82) media sosial menjadi salah satu bahan pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan sebuah perusahaan. Hal ini menegaskan bahwa pengelolaan media sosial dapat menjadi faktor penentu tertarik atau tidaknya konsumen terhadap lembaga atau perusahaan.

### **3. Media Sosial**

Era dimana teknologi Informasi menjadi bagian dari aktivitas instansi dan lembaga membuat pemanfaatan media sosial menjadi semakin penting dalam membangun citra dan menjalin hubungan yang kuat dengan publik. Menurut Kotler (2012: 568) media sosial adalah sarana yang memungkinkan individu untuk saling berbagi teks, gambar, video, dan audio dengan sesama. Pengguna dapat berbagi pengalaman, berita, serta pendapat mereka dengan cepat dan mudah serta

membentuk komunitas online dan mengikuti perkembangan terbaru dalam berbagai topik yang mereka inginkan.

Media sosial memberikan platform bagi pengguna untuk terhubung, berinteraksi, dan berkomunikasi dengan orang lain secara *online*. Wahyuni dan Ernungtyas (2020: 10-11) menjelaskan bahwa seluruh platform media sosial mendorong pengguna untuk ikut serta dan memberikan tanggapan terhadap pesan atau konten yang ada didalamnya. Hal ini berarti bahwa setiap platform media sosial mendorong aktivitas seperti komentar, like, dan berbagi pesan atau konten sehingga menciptakan keterlibatan yang lebih besar antara pengguna dan konten yang mereka temui di platform tersebut.

Sosial media digunakan karena cakupannya yang sangat luas. Menurut Boediman (2022: 219) berbagai platform media sosial saat ini memberikan peluang kepada masyarakat untuk berkomunikasi secara bebas tanpa terkendala oleh jarak dan batasan waktu. Hal ini menyebabkan berbagai jenis media sosial memungkinkan pengguna dapat terhubung satu sama lain dengan mudah dan efisien serta menciptakan konektivitas yang tak terbatas di seluruh dunia.

#### **4. Instagram**

Instagram adalah sebuah platform yang dirancang untuk berbagi foto dan video dengan pengguna lainnya. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan berbagai fitur digital yang memungkinkan penggunanya mempublikasikan konten ke berbagai media sosial lainnya. Atmoko (2021: 10) dengan beragam jenis gambar dan video yang ada di Instagram, platform ini dapat memberikan pemasaran yang efektif dan luas.

Instagram sebagai salah satu aplikasi berbasis Android memungkinkan penggunanya untuk mengambil video dan gambar, kemudian membagikannya kepada berbagai pengguna Instagram lainnya.

Keberadaan elemen visual dalam aplikasi Instagram memberikan daya tarik yang dianggap memiliki banyak kelebihan. Menurut Mahmudah dan Rahayu (2020: 3) Aplikasi jejaring sosial Instagram akan lebih memudahkan pengguna penyuka fotografi untuk berbagi hasil karya mereka melalui media sosial. Sebuah lembaga dengan menggunakan akun Instagram dapat dikenal secara luas oleh pengguna Instagram, yang mampu membantu lembaga tersebut dalam menjalankan komunikasi dan membangun brand dengan pengelolaan yang kreatif dan unik. Hal ini memungkinkan lembaga tersebut untuk bersaing dengan lembaga lainnya. Pengelolaan akun Instagram ini menjadi tanggung jawab praktisi *public relations* untuk terus memperbarui dan mengontrol konten yang menarik di aplikasi ini. Ketertarikan dari pengguna Instagram untuk terus mengakses media sosial yang dimiliki oleh lembaga tersebut akan tumbuh dengan menyampaikan informasi yang menarik.

Instagram digunakan oleh banyak lembaga dengan alasan yang sama seperti kebanyakan dengan alasan mengapa media sosial digunakan. Menurut Lubis dalam Pradana et al. (2020: 160) media sosial Instagram digunakan karena kemampuannya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memfasilitasi interaksi dengan audiens atau pengguna internet. Instagram memudahkan individu ataupun lembaga untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna internet lainnya.

## 5. Rumah Sakit

Rumah sakit diharapkan memiliki tingkat pengenalan yang luas di kalangan masyarakat. Menurut Vionita dan Prayoga (2021: 127) salah satu elemen kunci dalam upaya intervensi kesehatan adalah melibatkan masyarakat umum sebagai audiens target, dengan tujuan memengaruhi perilaku mereka untuk meningkatkan derajat kesehatan.. Hal ini sejalan dengan apa yang dijelaskan oleh Husna (2023: 197) bahwa rumah sakit perlu berupaya untuk menjalankan komunikasi yang efektif di media melalui komunikasi dua arah yang dapat menghasilkan pemahaman bersama. Hal ini menyebabkan Humas rumah sakit berperan penting untuk menyampaikan informasi yang relevan dan mudah dipahami ketika berinteraksi dengan audiens

Fungsi utama rumah sakit adalah menyediakan layanan kesehatan untuk menyembuhkan dan mencegah penyakit yang dialami oleh pasien Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 tahun 2018, rumah sakit merupakan lembaga pelayanan kesehatan yang memberikan layanan kesehatan perorangan secara khusus, termasuk layanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah sakit dalam konteks ini berperan sebagai lembaga kesehatan yang menyediakan perawatan medis yang dibutuhkan untuk mengatasi berbagai kondisi kesehatan yang dihadapi oleh pasien.

## **G. Langkah-Langkah Penelitian**

### **G.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi yang akan dilakukan penelitian terletak di Rumah Sakit Harapan Keluarga Jl. Rancaekek No.KM 20, Cipacing, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363. Objek pada penelitian ini adalah media sosial Instagram @rsu\_harkel didasarkan pada salah satunya bagaimana mengelola Instagram sebuah rumah sakit. Alasan objek ini diambil untuk penelitian adalah menariknya pengelolaan media sosial di sebuah rumah sakit. Berdasarkan data observasi pra penelitian, Media sosial ini terlihat konsisten dan *intens* dalam mengelola media sosial untuk membangun reputasi atau bahkan menjadi sumber informasi.

### **G.2 Paradigma dan Pendekatan**

Suatu penelitian diperlukan acuan sebagai dasar bagi peneliti untuk melaksanakan studi. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Neumann (2015: 115) menjelaskan bahwa konstruktivisme berisi proses yang menjelaskan peristiwa sosial. Paradigma konstruktivisme ini memandang bahwa fakta merupakan hasil dari konstruksi individu dan juga berpendapat bahwa pengetahuan berasal dari konstruksi pemikiran subjek penelitian. Setiap individu pada dasarnya memiliki kebebasan untuk mendeskripsikan suatu fenomena berdasarkan konseptualisasi pemikirannya sendiri. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena ingin memahami bagaimana konstruksi pemikiran dari pengelola akun media sosial Rumah Sakit Harapan Keluarga.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Koentjaraningrat (1993: 89) penelitian kualitatif memiliki tiga format sebagai desain penelitian, antara lain penelitian deskriptif, *verivikatif*, dan *grounded*. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang paling cocok untuk penelitian yang tidak terstruktur.

Paradigma dan pendekatan ini dipilih karena ingin mengkaji tentang bagaimana konstruksi pemikiran dari pengelola akun media sosial Rumah Sakit Harapan keluarga dan menelaah gambaran nyata dari pengelola tentang bagaimana aktivitas *online public relations* melalui pengelolaan akun media sosial di Rumah Sakit Harapan Keluarga. Penelitian ini akan menjelaskan dan mendeskripsikan pengelolaan media sosial berdasarkan konseptualisasi pemikiran dari pengelola.

### **G.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Punaji (2010: 15) menjelaskan metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis atau menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan objek penelitian. Pendekatan ini digunakan untuk memberikan gambaran yang objektif terhadap pengelolaan akun media sosial @rsu\_harkel tanpa melakukan manipulasi atau rekayasa.

Penelitian ini dilaksanakan dengan mempertimbangkan kondisi yang terjadi di lapangan. Menurut Creswell (2012: 46) Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian bergantung pada informasi yang diperoleh dari objek penelitian. Pemilihan metode deskriptif kualitatif dilakukan untuk mengetahui cara

pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis hasil penelitian yang diperoleh. Fenomena yang ingin diidentifikasi dan dideskripsikan adalah mengenai bagaimana pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh pihak Rumah Sakit Harapan Keluarga dari mulai konten, konteks, konektivitas dan kontinuitas yang dilakukan.

#### **G.4 Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data pada penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif terdiri dari informasi yang disajikan dalam bentuk tulisan atau lisan, tidak menggunakan simbol atau angka. Metode kualitatif meskipun memiliki sasaran yang terbatas, namun dalam hal kedalaman dan pendeskripsian, tidak ada batasan yang ditetapkan. Penelitian ini mengumpulkan data tentang konten, konteks, konektivitas dan kontinuitas dalam pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh pihak Rumah Sakit Harapan Keluarga.

##### **2. Sumber Data**

###### **1) Sumber data primer**

Data primer yang merupakan sumber data utama dalam penelitian ini diperoleh melalui pengamatan dan wawancara terhadap para informan. Umar (2013: 42) menjelaskan data yang didapat melalui sumber informan dan didapat dengan wawancara langsung atau pengisian kuisisioner oleh peneliti. Sumber data primer diambil langsung dari pengelola media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.

## 2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung namun dapat memberikan dukungan bagi penelitian. Dokumentasi yang terkumpul dari instansi terkait menjadi sumber data yang mendukung penelitian ini. Data sekunder juga diperoleh dari informasi terkait pengelolaan media sosial Instagram oleh Rumah Sakit Harapan Keluarga, seperti data yang terdapat pada platform Instagram dan sumber lain yang relevan dengan kebutuhan penelitian.

### G.5 Penentuan Informan

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan untuk memilih narasumber yang memenuhi kriteria yang relevan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2014: 293) informan sebagai sumber data sebaiknya memiliki kriteria sebagai berikut.

1. Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga pengetahuan tersebut tidak hanya diketahui tetapi juga dirasakan
2. Mereka masih aktif terlibat dalam kegiatan yang sedang diteliti
3. Mereka yang memiliki cukup waktu untuk memberikan informasi
4. Mereka yang tidak cenderung menyajikan informasi dengan gaya mereka sendiri
5. Mereka yang awalnya tidak begitu akrab dengan peneliti, sehingga lebih termotivasi untuk berperan sebagai pengajar atau narasumber

Informan dapat dipilih berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka terkait dengan data yang akan diteliti serta sebagai pelaku yang terlibat dalam objek

penelitian tersebut. Menurut Heryana (2015: 4) Informan dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu informan kunci, informan utama, dan informan pendukung. Penentuan Informan ini juga dilakukan berdasarkan kejenuhan dari data yang telah diperoleh. Nasution dalam Sugiyono (2018: 220) menjelaskan bahwa penentuan responden dianggap telah memadai apabila telah sampai kepada taraf datanya telah jenuh dan sampel tidak lagi memberikan informasi yang baru. Berdasarkan hal tersebut dan data yang diperoleh saat penelitian, berikut informan yang akan dilibatkan dalam penelitian ini.

1. Informan kunci yang merupakan pihak yang bersedia memberikan informasi dan memaparkan semua informasi mengenai objek penelitian. Informan yang akan dipilih yaitu seorang yang memiliki peran penting ataupun sebagai pihak pengelola media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.
2. Informan utama yang merupakan seseorang dengan keterlibatan dalam pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.
3. Informan Pendukung yang merupakan seseorang dengan keterlibatan dalam media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga.
4. Informan tambahan yang merupakan seseorang dengan tanpa keterlibatan dalam pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga dan memiliki perspektifnya tersendiri pada pengelolaan media sosial tersebut.

## **G.6 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang mendalam untuk memahami perspektif para partisipan melalui beragam strategi yang interaktif. Menurut Nur dan Utami (2022: 3) penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan observasi langsung, observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumen-dokumen, dan teknik-teknik pelengkap. Beberapa Teknik pengumpulan data akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### **1. Observasi Partisipatori Pasif**

Penelitian ini menggunakan metode observasi pasif untuk mengumpulkan data yang terkait dengan tujuan penelitian. Menurut Samoling et al. (2021: 128) Pengamatan partisipasi pasif dilakukan dengan mengamati namun tidak ikut serta dalam kegiatan tersebut. Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan melakukan kunjungan ke Rumah Sakit Harapan Keluarga untuk mengumpulkan data yang lebih jelas dan akurat mengenai pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga. Teknik Observasi pasif ini menjaga kerahasiaan informan baik secara pribadi maupun data instansi.

### **2. Wawancara mendalam**

Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam terhadap informan yang telah dipilih sebelumnya. Menurut Kriyantono (2020: 291-293) wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data dan informasi yang melibatkan pertemuan langsung dengan narasumber untuk memperoleh data yang komprehensif dan mendalam. Teknik wawancara mendalam ini melibatkan

penggunaan pertanyaan terstruktur dan pertanyaan tidak terstruktur yang telah disiapkan sebelumnya. Penelitian ini mengumpulkan data yang terkait dengan fokus permasalahan, yaitu konten, konteks, konektivitas dan kontinuitas yang terjadi di media sosial Instagram @rsu\_harkel.

### **3. Dokumentasi**

Pengumpulan data melalui dokumentasi adalah salah satu metode yang melibatkan pengambilan foto sebagai komponen penting dalam prosesnya. Sugiyono (2015: 329) dokumentasi memiliki peran penting dalam memvalidasi informasi yang diperoleh baik melalui tulisan, dokumen, maupun arsip. Dokumentasi yang diterapkan pada penelitian ini yaitu mengenai pengelolaan konten-konten yang ada pada akun media sosial Instagram @rsu\_harkel. Dokumentasi ini mampu memperkuat penelitian dan membuat pengolahan data menjadi valid.

#### **G.7 Teknik Analisis Data**

Proses analisis data kualitatif dimulai dengan mengamati dan menganalisis berbagai data yang diperoleh oleh peneliti dari lapangan. Menurut Fadilla dan Wulandari (2023: 35) proses analisis data dimulai dengan meninjau secara menyeluruh semua data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara, dokumen pribadi, dokumen resmi, foto, dan lain sebagainya. Data tersebut meliputi kalimat-kalimat, pernyataan-pernyataan, dan dokumen-dokumen yang relevan. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah mengikuti langkah yang

dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Bungin (2001: 145) yaitu sebagai berikut:

### **1. Reduksi Data**

Data yang diperoleh dari lapangan mengalami proses reduksi yang melibatkan berbagai tahapan. Menurut Rijali (2018: 83) Reduksi data adalah upaya menyimpulkan data, kemudian memilah-milah data dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, dan tema tertentu. Tahapan yang akan dijalankan meliputi pemilihan, penekanan, pengabstraksian, dan transformasi data mentah. Proses reduksi data ini dilakukan sepanjang periode penelitian, mulai dari awal hingga akhir. Pada tahap ini, peneliti menyusun ringkasan, mengelompokkan data, dan memfokuskan pada informasi yang relevan terkait pengelolaan kegiatan *Online Public Relations* melalui Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga. Ringkasan tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyajikan informasi dan melakukan analisis lebih lanjut. Analisis data juga melibatkan evaluasi menyeluruh terhadap hasil wawancara, diikuti oleh pengorganisasian dan interpretasi data dengan menggunakan logika ilmiah. Seluruh temuan juga dikaitkan dengan teori yang relevan, termasuk penggunaan kutipan langsung dari narasumber yang terlibat dalam penelitian.

### **2. Penyajian Data**

Hasil pengumpulan informasi yang dilakukan secara sistematis digunakan untuk memperoleh kesimpulan yang terstruktur dan data yang terorganisir dengan baik, misalnya dalam bentuk tabel dan diagram. Tujuan utamanya adalah untuk

memudahkan proses penarikan kesimpulan dan memberikan saran yang relevan. Dalam penelitian ini, data disajikan melalui penyusunan informasi yang telah melalui proses reduksi terkait Pengelolaan media sosial Instagram Rumah Sakit Harapan Keluarga. Data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif yang diklasifikasikan berdasarkan isu dan kebutuhan analisis. Pada tahap ini, upaya dilakukan untuk menyusun data yang relevan sehingga menghasilkan informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna yang jelas.

#### G.8 Rencana Jadwal Penelitian

Daftar Kegiatan	Sep 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023
<b>Tahap Pertama: Observasi lapangan dan pengumpulan</b>								
Pengumpulan Data Proposal Penelitian								
Penyusunan Proposal Penelitian								
Bimbingan Proposal Penelitian								
Revisi Proposal Penelitian								
<b>Tahap Kedua: Usulan Penelitian</b>								
Sidang Usulan Penelitian								

Revisi Usulan Penelitian								
<b>Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi</b>								
Pelaksanaan Penelitian								
Analisis dan Pengolahan								
Penulisan Laporan								
Bimbingan Skripsi								
<b>Tahap Keempat: Sidang Skripsi</b>								
Bimbingan Akhir Skripsi								
Sidang Skripsi								
Revisi Skripsi								