

ABSTRAK

Fathia Maulani Mahmud: Aktivitas *Digital Public Relation* dalam Penyebaran Informasi Melalui Media Instagram (Studi Pada Rumah Sakit Hermina Arcamanik @rsuherminarcamanik di Bandung).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat serta kehadiran media *digital* memudahkan dalam bertukar informasi. Media digital seperti media sosial Instagram, banyak dimanfaatkan oleh perusahaan, instansi, ataupun organisasi untuk memberikan informasi kepada publik secara mudah. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk menjangkau publiknya adalah Rumah Sakit Hermina Arcamanik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses *digital public relation* melalui media Instagram @rsuherminarcamanik yang dilaksanakan melalui empat tahap yang secara teoritis sejalan dengan salah satu teori *The Circular Model of Some* yang digagas oleh Regina Luttrell. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Sakit Hermina Arcamanik menggambarkan aktivitas *digital public relation* yang sejalan dengan salah satu teori *The Circular Model of Some* yang terdiri dari empat tahapan yaitu *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*.

Pada tahapan *Share* dilakukan melalui proses penentuan target sasaran didasarkan pada demografi usia dan tempat dan Identifikasi *channel* dengan menggunakan template yang seragam pada konten infografis. Pada tahapan *Optimize*, dilakukan melalui proses penentuan jadwal yang dilakukan sebulan sebelumnya dan publikasi pada sore hari, dalam mengikuti perkembangan *trend* dengan memberikan konten kesehatan yang relevan dan isu-isu terbaru pada saat ini, dan untuk penggunaan gaya bahasa yang digunakan yaitu bahasa formal tidak kaku dan membosankan. Pada tahapan *Manage*, dilakukan melalui teknik penyebaran informasi dengan melakukan perencanaan sebulan sebelumnya, persiapan membuat konten dan meminta persetujuan kepada pimpinan untuk di publikasi, kegiatan media monitoring dengan melakukan pemantauan serta menggumpulkan data agar dapat menjadi bahan evaluasi untuk evaluasi yang dilakukan melalui tiga tahap yaitu mingguan, bulanan, dan triwulan. Dan tahapan *Engage*, yang dilakukan melalui proses membangun percakapan dengan publik melalui kolom komentar dan direct message, dan melakukan kegiatan bersama publik yaitu dengan mengadakan seminar kesehatan, gathering dengan komunitas, dan mengadakan Hermina Fun Run, agar dapat memperluas jangkauan audiens.

Kata Kunci: *Digital public relation*, Penyebaran Informasi, Instagram

ABSTARCT

Fathia Maulani Mahmud: *Digital Public Relation Activities in Information Dissemination Through Instagram Media (Study at Hermina Arcamanik Hospital @rsuherminaarcanik in Bandung).*

The rapid development of technology and the presence of digital media make it easier to exchange information. Digital media, such as social media Instagram, is widely used by companies, agencies, or organizations to provide information to the public easily. One of the companies that took advantage of Instagram's social media to reach the public is Hermina Arcamanik Hospital.

The research aims to identify the digital public relation process through the Instagram media @rsuherminaarcanik which is carried out through four stages that are theoretically in line with one of the theories of The Circular Model of Some suggested by Regina Luttrell. This research uses a constructivist paradigm with a qualitative approach. The methods used in this research are descriptive methods with data capture techniques through observation, in-depth interviews and documentation.

He results show that Hermina Arcamanik Hospital describes digital public relation activities that are in line with one of the The Circular Model of Some theories that consists of four stages: Share, Optimize, Manage, and Engage.

The Share phase is carried out through a target determination process based on age and location domographs and channel identification using a uniform tamplate on the infographic content. In the Optimize phase, it is done through the scheduling process carried out a month earlier and publication in the afternoon, in following trends by providing relevant health content and current issues, and for the use of language styles that are not rigid and boring formal language. In the Manage phase, it is carried out through information dissemination techniques by planning a month in advance, the preparation of the content and asking for the approval of the leadership to be published, media monitoring activities perform monitoring and gathering data to be evaluation material for the evaluation that is conducted through three phases: weekly, monthly, and three-monthly. And the Engage phase, which is carried out through the process of building public conversations through comment columns and direct messages, and conducting public joint activities by holding health seminars, gathering with the community, and holding Hermina Fun Run, to expand the audience reach.

Keywords: *Digital public relation, Information dissemination, Instagram*