

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PKU MUHAMMADIYAH BANTUL DALAM PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

¹Ikhwan Theo

¹ Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Teknologi Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia;
ikhwantheo883@gmail.com

*Correspondence : ikhwantheo883@gmail.com

ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan Instansi untuk interaksi dengan masyarakat. Tujuan dari Penelitian yaitu mengetahui strategi komunikasi PKU Muhammadiyah Bantul dalam mengelola media sosial Instagram. Metode yang digunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teori *circular model of some for social communication* Regina Luttrell. Pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari teori *circular model of some for social communication* yaitu *share*, tim menyampaikan informasi mengenai pencegahan berbagai penyakit, promo untuk pelayanan, informasi kegiatan dan webinar. *Optimize*, tim humas mencari berita yang sedang ramai dibicarakan publiknya, selanjutnya penggunaan *reels* dan *hashtag* di setiap kontennya. *Manage*, tim publikasi melakukan pemantauan aktivitas konten sebagai bentuk kontrol. *Engage*, tim menerima ruang kritik saran serta memberi ruang tanya jawab masyarakat.

Kata kunci

Humas, Instagram, Perkembangan Teknologi, PKU Muhammadiyah Bantul, Strategi Komunikasi

ABSTRACT

Instagram is one of the social media used by agencies for interaction with the community. The purpose of the research is to find out the communication strategy of PKU Muhammadiyah Bantul in managing Instagram social media. The method used is a qualitative method with a descriptive approach, Regina Luttrell's circular model of some for social communication theory. Data collection with observation, interviews and documentation. The results of the circular model of some for social communication theory are *share*, the team conveys information about the prevention of various diseases, promos for services, information on activities and webinars. *Optimize*, the public relations team looks for news that is being discussed in the public, then uses reels and hashtags in each content. *Manage*, the publication team monitors content activity as a form of control. *Engage*, the team accepts space for criticism and suggestions and provides a space for public questions and answers.

Keywords

Communication Strategy, Instagram, PKU Muhammadiyah Bantul, Public Relations, Teknologi Development

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia saat ini mempengaruhi komunikasi modern yang terjadi di masyarakat. Perkembangan internet yang kini semakin maju, maka mengubah berkomunikasi maupun mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Dalam komunikasi modern saat ini, mempermudah berkomunikasi jarak jauh dengan siapapun dari berbagai daerah bisa dilakukan dengan cepat hanya membutuhkan beberapa menit. Pemanfaatan perkembangan teknologi dengan menggunakan teknologi secara benar, komunikasi modern membutuhkan alat maupun saluran sebagai jembatan dalam berkomunikasi, salah satunya media sosial. Pemanfaatan media sosial sebagai bentuk dukungan adanya perkembangan teknologi.

Penggunaan internet mengubah cara suatu organisasi berinteraksi pada masyarakat dalam memberikan akses dengan tanpa batas (Kharisma & Agustina, 2019). Dalam humas intansi membutuhkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi maupun untuk membagikan kegiatan internal yang dibutuhkan untuk informasi publik. Humas sebelum era digital banyak memanfaatkan media massa konvensional sebagai sarana menyebarkan informasi melalui siaran pers, mengundang wartawan, dan bekerja sama dengan media televisi yang dimanfaatkan untuk iklan maupun program khusus. Namun saat ini aktivitas kehumasan bergerak ke arah digitalisasi, dengan publikasi, aktivasi, dan kampanye melalui kanal digital terutama media sosial. Kehadiran media sosial serta popularitas banyak perusahaan menganggap media sosial sebagai media yang potensial dan bermanfaat (Izatturrahman, Hafiar, & Nugraha, 2023).

Media sosial mulai mengalami perkembangan dapat diketahui dari peningkatan pengguna dan sudah menjadi peran penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia dalam aspek komunikasi, informasi maupun bisnis. Perkembangan media sosial mengubah interaksi dan komunikasi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu media sosial yaitu Instagram. Kemunculannya Instagram pada tahun 2010, media sosial Instagram telah menjadi salah satu *platform* media sosial terpopuler di dunia. Awalnya menyediakan *fitur* sederhana kemudian dikembangkan hingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana individu, komunitas, perusahaan hingga pemerintahan. Perkembangan media sosial Instagram menunjukkan kemajuan teknologi *digital* dan mengubah cara masyarakat dalam berinteraksi dan menggunakan konten *visual*. Instagram juga berperan dalam penerapan strategi komunikasi, tidak sedikit perusahaan memanfaatkan *platform* Instagram dalam mencapai tujuannya melalui konten *visual* yang dikemas menjadi daya tarik masyarakat.

Kemunculannya Instagram pada tahun 2010, media sosial Instagram telah menjadi salah satu *platform* media sosial terpopuler di dunia. Awalnya menyediakan *fitur* sederhana kemudian dikembangkan hingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana individu, komunitas, perusahaan hingga pemerintahan. Perkembangan media sosial Instagram menunjukkan kemajuan teknologi *digital* dan mengubah cara masyarakat dalam berinteraksi dan menggunakan konten *visual*. Instagram juga berperan dalam penerapan strategi komunikasi, tidak sedikit perusahaan memanfaatkan *platform* Instagram dalam mencapai tujuannya melalui konten *visual* yang dikemas menjadi daya tarik masyarakat.

Menurut laporan dari Napoleoncat dalam pernyataannya bahwa jumlah pengguna akun Instagram bulan Februari 2024 mencapai 88,861,000 akun pengguna. Instagram sebagai media sosial banyak digunakan dari beragam demografi pengguna hingga

kelompok masyarakat (Raffi & Dianita, 2024). Instagram kini banyak diminati oleh masyarakat yang mudah untuk diakses hingga memiliki fitur yang bisa digunakan untuk menekankan informasi yang disampaikan untuk khalayak. Dengan memiliki *fitur feed*, *story*, dan *reels* menjadi pilihan untuk menyampaikan informasi, sehingga informasi yang diberikan memiliki karakter yang berbeda-beda.

Pengelolaan media sosial sangat penting dilakukan oleh Humas atau hubungan masyarakat agar penyampaian pesan yang dibutuhkan akan diterima oleh *audience*, bertujuan untuk mengetahui atau memahami *target* dari *audience* yang menerima pesan, serta memiliki unsur untuk memudahkan dalam proses mengevaluasi seluruh aktivitas komunikasi. Dalam pengelolaan media sosial yang benar dapat menentukan tercapainya tujuan dalam organisasi, pemerintah maupun perusahaan. Untuk informasi, bahwa media sosial digunakan dalam rumah sakit sebagai bentuk dukungan ataupun inovasi baru dalam kegiataan e-government untuk memberikan informasi dan komunikasi lebih cepat, efektif dan efisien.

Permatasari (Permatasari, Widyaningrum, Muti, & Nur, 2023) menjabarkan bahwa pentingnya rumah sakit mendukung perkembangan media yang digunakan untuk berkomunikasi, memberikan edukasi kepada publik dan mudah dalam penyampian informasi. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2018 tentang penyelenggaraan promosi kesehatan melalui digital, digunakan untuk mensosialisasikan bahwa rumah sakit diperlukan meningkatkan penggunaan media.

Pengaruh perkembangan media sosial pada proses komunikasi Pku Bantul, kini sudah menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi ataupun publikasi kegiatan. Sebagai salah satu upaya untuk mengikuti perkembangan dalam perubahan *digital*, sehingga bisa setara dengan instansi lain. Instagram dianggap sebagai aplikasi untuk mempermudah mencari informasi untuk layanan dokter, informasi poli maupun informasi kesehatan untuk pasien yang membutuhkan waktu yang cepat untuk mengetahui hal tersebut. PKU Bantul sudah memiliki umur setengah abad mampu untuk mengikuti perkembangan, sehingga masyarakat kini mudah mengetahui informasi melalui instagram.

Dalam perkembangan teknologi telah menjadi pendorong utama transformasi pada instansi Pku Muhammadiyah Bantul dalam meningkatkan efisien operasional serta mempermudah kualitas pelayanan. Transformasi teknologi salah satunya penggunaan media sosial yang digunakan sebagai sarana dalam upaya menerapkan strategi komunikasi yang lebih mudah dan lebih cepat tersampaikan kepada masyarakat. Media sosial Instagram Pku Muhammadiyah Bantul dikelola oleh bagian Humas. Humas memiliki strategi untuk pengelolaan Instagram dan memanfaatkan *fitur* didalamnya. Humas Bantul berupaya untuk meningkatkan pengelolaan instagram untuk terus berkembang mengikuti perkembangan *digital*. Saat ini Bantul memiliki rumah sakit negeri maupun swasta lainnya menjadi hal yang harus diperhatikan oleh Pku Muhammadiyah Bantul agar memiliki karakteristik maupun memiliki daya tarik kepada masyarakat. Sehingga, masyarakat akan tetap mempercayakan pelayanan untuk kebutuhan pasien lama maupun pasien baru dengan tersedianya layanan kesehatan dalam penggunaan BPJS maupun umum.

Hubungan masyarakat atau humas menjadi bagian penting dari strategi komunikasi dengan tujuan membangun, mengelola dan mempertahankan citra instansi. Humas berfungsi sebagai penghubung antara sebuah instansi atau organisasi dengan

masyarakat. Peran strategis humas dalam perusahaan sebagai proses yang terus menerus berupaya dalam manajemen untuk dapat memberikan pemahaman dan kepercayaan dari pelanggan, staf, dan masyarakat umum (Rochma A. Hidayah, 2015). manajemen media dan penyebaran informasi kepada pihak *internal* maupun *eksternal* merupakan tanggung jawab humas instansi untuk mencapai tujuan maka menerapkan strategi komunikasi yang sepadan dengan *respon* publik yang dilakukan oleh humas (Rini, Rusmiwari, & Widodo, 2017).

Strategi komunikasi merupakan rencana yang terstruktur digunakan dalam lingkup humas untuk penyampaian pesan kepada masyarakat, dengan mempertimbangkan tujuan organisasi, karakteristik *target*, pesan yang disampaikan, pemilihan media serta konten yang disampaikan. Berperan penting dalam memperkuat hubungan dengan pihak *internal* maupun pihak *eksternal*. Pemilihan strategi merupakan langkah penting dalam perencanaan komunikasi yang dilakukan dengan terstruktur karena yang dihasilkan dapat beresiko fatal terutama kehilangan waktu, materi, dan tenaga. Konsep strategi disini terletak pada bagian dari perencanaan komunikasi agar dapat tercapainya sebuah tujuan, sedangkan perencanaan strategi merupakan kebijakan komunikasi dalam skala makro agar dapat mencapai *target* yang diinginkan (Wijaya, Ida Suryani, 2015).

Dengan memahami pentingnya strategi komunikasi humas PKU Muhammadiyah Bantul menggunakan media sosial instagram sebagai sarana dalam menyampaikan informasi dengan menyajikan informasi *event* yang sering diadakan seperti, sosialisasi, senam sehat lansia, khitan massal, tips hidup sehat dan layanan dokter. Untuk menganalisis strategi komunikasi yang dimiliki menggunakan teori Cutlip, Center and Broom dan teori *the circular model of some for social communication* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell 2016 terdapat 4 indikator *share, optimize, manage, engage* (Hanifah & Dzuhrina, 2024).

Berikut uraian *the circular mode of SoMe* antara lain: 1) *Share* (berbagi), tahap proses berinteraksi dan proses berbagi konten yang relevan maupun yang dibutuhkan oleh masyarakat. 2) *Optimize* (optimalisasi), upaya yang dilakukan untuk mengoptimalkan dalam interaksi dan berbagi konten, memastikan bahwa konten sudah diterima dengan baik atau memiliki dampak yang lain. 3) *Manage* (mengelola) untuk mengetahui proses manajemen yang baik terkait adanya *respon* dari konten yang dibagikan. Terdiri dari media monitoring, penanganan isu, dan menjaga komunikasi yang efisien. 4) *Engage* (melibatkan), tahap yang menekankan atas pentingnya berinteraksi dengan aktif dalam media sosial, memperkuat dengan pengikut serta merespon dengan baik dan cepat. Untuk meningkatkan ketertarikan pengikut dalam berinteraksi di media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Humas PKU Muhammadiyah Bantul dalam mengelola media sosial Instagram sebagai media publikasi. Melalui penelitian ini, mampu menjabarkan strategi yang dimiliki oleh tim humas PKU Muhammadiyah Bantul dalam mengelola media Instagram berdasarkan teori yang digunakan oleh peneliti

Metode

Penelitian ini menganut post positivisme menciptakan pengetahuan dengan mengumpulkan data, terutama data verbal, secara menyeluruh dan kemudian mengolahnya melalui analisis induktif. Dalam proses ini, para peneliti telah

menginterpretasikan, menafsirkan, dan memaknai data yang menjadi masalahnya (Santika & Fitrananda, 2023). Mengacu pada sebuah kerangka kerja atau sudut pandang dari peneliti dalam memahami sebuah fenomena atau suatu keadaan, mencakup keyakinan, nilai, dan asumsi dasar yang membentuk bagaimana pandangan dari peneliti dalam melakukan penelitian.

Penelitian menggunakan metode kualitatif, dengan memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, dengan cara mendeskripsikan menggunakan bahasa ilmiah disertai metode ilmiah (Moleong, 2016). Serta, menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan dalam menggambarkan atau mendeskripsikan hal yang dinyatakan dalam penelitian, penelitian ini relatif sederhana karena tidak memerlukan landasan teoretis rumit atau pengajuan hipotesis tertentu, peneliti dituntut untuk melakukan penelitian dengan standar layak dan baik. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk mendiskripsikan hal-hal yang akan dikaji oleh peneliti (Ardial, 2015). Menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui bagaimana humas PKU Muhammadiyah Bantul dalam mengelola media sosial Instagram, menggali makna, pola, dan konteks yang mendasari.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dengan pengumpulan data, kedua reduksi data, ketiga penyajian data dan yang keempat penarikan kesimpulan (Latifah & Supena, 2021). Pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi melalui Instagram PKU Muhammadiyah Bantul, mengamati dengan teliti. Wawancara dilakukan dengan tim publikasi humas PKU, dan dokumentasi menggunakan dokumen atau jurnal terdahulu sebagai bahan pendukung penelitian. Reduksi data dengan melakukan rangkuman hasil wawancara dan disusun secara sistematis berdasarkan model analisis. Penyajian data peneliti memiliki hasil penjelasan dari narasumber berbentuk tulisan dengan berdasarkan daftar pertanyaan. Penarikan kesimpulan jawaban berdasarkan kebutuhan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat.

Subjek yang dipilih merupakan salah satu tim Humas Pku Muhammadiyah Bantul yang mengelola konten dalam media sosial Instagram, salah satu orang yang memahami bagaimana strategi yang dimiliki dan mengetahui mengenai proses pengelolaan sosial media @pkubantul. Penelitian dilakukan di lingkup kerja divisi *public relations* dalam kantor PKU Muhammadiyah Bantul di jalan Bantul, Bantul Yogyakarta.

Sumber pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan salah satu tim publikasi dalam divisi humas PKU Muhammadiyah Bantul, untuk mengetahui bagaimana proses dalam mengelola media Instagram.

Keunggulan dari teknik observasi ini diungkapkan oleh (Guba & Lincoln 1991) teknik pengamatan atas dasar dari pengalaman secara langsung, teknik pengamatan memungkinkan peneliti untuk mengamati kemudian mencatat perilaku atau tindakan dan kejadian yang sebenarnya, dalam pengamatan memungkinkan peneliti mencatat keadaan yang diperoleh dari sebuah data, pengamatan memungkinkan peneliti dalam mengetahui situasi yang rumit. (Idrus, 2009). Wawancara merupakan proses percakapan antara pewawancara (peneliti) yang mengajukan pertanyaan dengan narasumber (subjek penelitian) menjawab pertanyaan (Moleong, 2016).

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data dengan menggunakan dokumen atau rekaman sebagai sumber informasi yang nyata, dokumen berupa tulisan, gambar, rekaman audio atau video dari sebuah alat elektronik, yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dari sebuah fenomena atau suatu keadaan (Usman & Akbar, 2017). Peneliti melakukan perekaman hingga penulisan hasil wawancara sebagai pendukung dalam menganalisis data penelitian.

Dalam membuktikan keabsahan data peneliti menggunakan Triangulasi data yang merupakan teknik untuk pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong, 2016), penggunaan teknik triangulasi data memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi sebagai validasi atau memverifikasi data sebuah temuan yang di dapat dari berbagai sumber. Penggunaan triangulasi data sumber dengan melakukan validitas data berdasarkan sumber dari tim humas PKU Muhammadiyah Bantul. Informant dalam penelitian saat ini merupakan tim humas dan tim publikasi Instagram PKU Muhammadiyah Bantul.

Penggunaan teori Cutlip dengan 4 tahap, Tahapan pendefinisian masalah mencakup penyelidikan pada suatu permasalahan seperti opini, sikap, dan perilaku pihak terkait. Berfungsi sebagai penyediaan dari semua langkah dalam proses penyelesaian masalah untuk mengetahui apa yang terjadi saat ini (Cutlip 2006) pendapat lain juga dikemukakan oleh (Mukarom 2015) menjadi langkah awal yang penting dalam perencanaan strategi komunikasi, melibatkan praktisi humas dalam identifikasi dan pemahaman terhadap suatu masalah yang dihadapkan, seperti permasalahan lingkungan hingga permasalahan ekonomi, memungkinkan humas bisa mengumpulkan data permasalahan dari berbagai sumber yang bisa didapatkan seperti media massa, data statistik, percakapan warga, atau keluhan langsung dari masyarakat), Perencanaan dan pemrograman merupakan langkah berlanjut melibatkan pengembangan strategi komunikasi yang digunakan dalam pemecahan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Pada tahap ini merupakan proses mempertimbangkan langkah dari temuan untuk menghasilkan kebijakan (Cutlip 2006), 3.) Pengambilan tindakan dan berkomunikasi pada tahap ini melibatkan implementasi dari tujuan yang telah ditetapkan, sebagai humas dituntut untuk memastikan bahwa pesan komunikasi sesuai *target* sasaran dan tepat waktu, konsisten, dan melakukan dengan melalui saluran komunikasi yang efektif, 4.) Evaluasi program Dalam langkah ini merupakan tahapan terakhir, efektivitas strategi komunikasi memerlukan evaluasi berdasarkan pada sejauh mana tujuan komunikasi tercapai, hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan membuat perubahan yang diperlukan kedepannya untuk penerapan strategi komunikasi yang tepat.

Selanjutnya teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *the circular model of some for social communication* yang dipaparkan oleh Regina Luttrell dengan 4 tahapan *Share*, langkah *share* tim pengelola instagram menetapkan sebuah sasaran masyarakat yang tepat untuk mengoptimalkan tujuan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk saling berinteraksi dengan masyarakat. Penggunaan media untuk membentuk keyakinan, kepercayaan, dan memiliki hubungan baik antara instansi dengan masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Penjelasan temuan tentang strategi komunikasi humas PKU Muhammadiyah Bantul dalam mengelola Instagram dengan berlandaskan Teori Cutlip, Center & Broom yang memiliki 4 tahap dalam menganalisis.

Fact Finding (pendefinisian masalah)

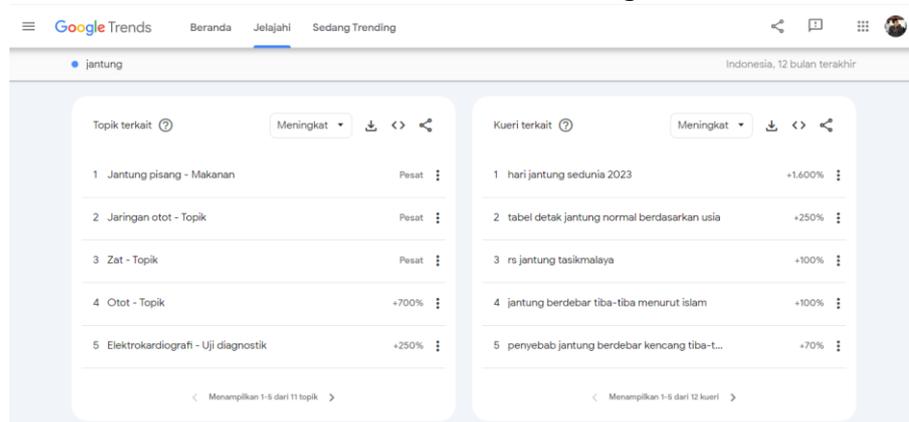
Berdasarkan teori Cutlip dalam tahap awal yaitu pendefinisian masalah, tim humas melakukan riset terhadap keadaan yang sedang terjadi, baik permasalahan *internal* maupun permasalahan *eksternal*. Pengelolaan media sosial seperti Instagram merupakan target utama tim humas dalam melakukan riset. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Syawalia Putri Chafilaudina, 2021). Dalam praktik hubungan masyarakat di mana memiliki posisi yang penting untuk perusahaan dan pemerintahan diperlukan untuk mewujudkan tujuan organisasi yaitu melalui media sosial. Media sosial merupakan alat dalam memperoleh informasi, kegiatan serta menjadi perantara dalam membangun hubungan dengan publik. Sehingga, humas Pku Muhammadiyah menggunakan media sosial nya guna mencari informasi terkait gangguan kesehatan yang sedang marak terjadi dan sering dialami oleh beberapa masyarakat. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh beberapa data yang dapat digunakan untuk bahan publikasi. Data tersebut diperoleh dari hasil analisis terhadap perilaku masyarakat terkait aktifitasnya dimedia sosial khususnya Instagram. Setelah memperoleh beberapa data terkait penyakit yang sering dialami masyarakat, tim humas dapat menyusun beberapa perencanaan.

“untuk mengetahui keadaan masyarakat kita biasanya melihat dari perilaku terkait aktivitasnya pada media sosial” (Wawancara Moh.Zufri santoso , selaku Tim publikasi Humas Pku Muhammadiyah Bantul ,2024).

Planning (perencanaan)

Dalam tahap perencanaan, berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh tim humas, selanjutnya membuat perencanaan tentang konten apa yang harus diciptakan. Tim humas memanfaatkan *Google Trends* untuk mempertimbangkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ketika memiliki data bahwa masyarakat banyak yang mengalami penyakit ,maka merencanakan pembuatan edukasi mengenai penyakit tersebut ataupun hal lain yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Gambar 3. Screen Shoot Google Trends



Sumber: Google Trends Dari Humas Divisi Pengelolaan Instagram

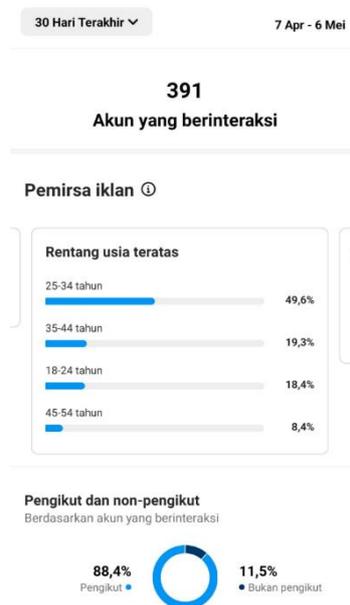
Hal yang diperhatikan dalam tahap perencanaan, tim humas menentukan tujuannya, hal apa yang akan mempermudah masyarakat mengetahui konten tersebut. Serta, merencanakan kegiatan atau ruang apa yang bisa digunakan masyarakat untuk memberikan tanggapan maupun saran mengenai Pku Muhammadiyah Bantul. Dengan cara tersebut, sebagai langkah yang memiliki manfaat besar bagi Pku Muhammadiyah Bantul untuk lebih menunjukkan kepedulian dengan pasien maupun dengan masyarakat lain. Masyarakat akan mudah dalam mengakses jika membutuhkan informasi mengenai jam pelayanan, informasi poli maupun informasi penting lainnya. Ketika hal tersebut didapat, akan berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada Pku Muhammadiyah Bantul.

“jadi sebelum publikasi kita melihat kejadian yang situasional seperti pada sata setelah puasa ramadhan masyarakat biasanya pola makan kembali tinggi biasanya kita bisa merencanakan promo promo yang akan kita keluarkan seperti cek kolestrol dan diabetes” (Wawancara Moh.Zufri santoso , selaku Tim publikasi Humas Pku Muhammadiyah Bantul ,2024).

Action & Communication (pengambilan tindakan dan komunikasi)

Dalam tahap komunikasi, hal yang sudah dipersiapkan sebelumnya dalam tahap perencanaan dan sudah disusun sesuai fakta yang dimiliki melalui komunikasi, masyarakat akan mendapatkan sebuah informasi penting sesuai yang dibutuhkan. Selain menerima, masyarakat diberi ruang untuk menanggapi maupun memberi saran perihal konten maupun mempertanyakan hal penting lainnya.

Gambar 4. Data Meta Interaksi Instagram



Sumber: Data Meta Humas Divisi Pengelolaan Instagram

Untuk melihat seberapa banyak masyarakat yang berinteraksi , tim publikasi humas menggunakan data meta untuk melihat rentang usia yang berinteraksi pada media sosial instagram. Akun yang berinteraksi selama 30 hari terakhir sebanyak 391 akun pengguna instagram dengan rentang usia 25 – 54 tahun dikelompokan 88,4%

merupakan pengikut dan 11,5% non pengikut media sosial instagram @pkubantul. Dalam komunikasi yang baik antara humas Pku Muhammadiyah Bantul dengan masyarakat , akan menambah hal *positif* dan interaksi yang dekat akan mempermudah mendapatkan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. kedua belah pihak akan saling menguntungkan, ketika sudah memiliki hubungan yang baik maka mempermudah dalam mendapatkan kepercayaan *positif* dari masyarakat.

“Interaksi melalui dm sangat kami maximalkan hampir semua pertanyaan kami respon pada dm instagram biasanya pertanyaan mengenai tarif, SOP, dan jam besuk “ (Wawancara Moh.Zufri santoso , selaku Tim publikasi Humas Pku Muhammadiyah Bantul ,2024).

Evaluation (evaluasi)

Kemudian tahap evaluasi, setelah beberapa proses dilakukan maka perlu dilakukannya sebuah evaluasi. Dengan hal itu, untuk mengetahui tujuan awal yang direncanakan terlaksana dengan baik, apakah informasi tersampaikan dan mudah dipahami oleh masyarakat atau tidak. Tim publikasi Humas Melakukan evaluasi setiap pekan tetapi tidak memiliki jadwal yang khusus. Dalam tahap ini, tim humas akan mengetahui kritik dan saran dari masyarakat untuk evaluasi kedepanya dan untuk menentukan langkah selanjutnya dalam memperbaiki hal sebelumnya.

“untuk evaluasi kita biasanya setiap pekan membahas terkait setiap postingan apakah ada respon, apakah ada komplain nanti kita akan selesaikan secara privasi dan dipastikan agar selesai dengan baik baik , kalo pelaksanaan evaluasi biasanya Cuma ngobrol secara lisan kepada tim , misal pak manager baru disini kita laporan tentang peningkatan views dan kalo ada komplain terkait pelayanan, tarif nanti disampaikan juga. Setiap pekanya kita ngobrol santai aja kalo jadwal khusus tidak ada bersifat insidental aja” (Wawancara Moh.Zufri santoso , selaku Tim publikasi Humas Pku Muhammadiyah Bantul ,2024).

Optimasi pengelolaan media sosial Instagram PKU Muhammdiyah Bantul dalam teori *the the circular model of some for social communication Regina Luttrell*. Pada tahap menganalisis pencapaian pengelolaan Instagram Pku Muhammadiyah Bantul menggunakan Teori *the circular model of some for social communication* Yang dapat dijelaskan dengan berbagai indikator.

Share (berbagi)

Dalam tahap *Share*, pengelolaan Instagram PKU merupakan bagian dari tujuan utama dari penggunaan media sosial dalam instansi. Media sosial dapat menjangkau masyarakat yang luas, mempermudah penyampaian dan hemat waktu. Instagram sebagai media yang dipilih karena saat ini masyarakat banyak menjangkau informasi mengenai instagram. Melalui instagram PKU menyampaikan berbagai informasi mengenai pencegahan berbagai penyakit, promo untuk pelayanan tertentu, informasi kegiatan PKU Muhammadiyah Bantul, serta informasi adanya *webinar* untuk masyarakat umum dan lainnya.

Dalam pembentukan konten Instagram disesuaikan dengan kebutuhan mempertimbangkan isi konten serta keadaan masyarakat, pesan apa yang akan disampaikan. Langkah-langkah yang dilakukan sebelum melakukan *posting content*, tim melakukan pengecekan kembali terkait isi konten serta sifat konten yang akan diposting,

sehingga semua informasi yang diberikan dinilai valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Selain isi konten, tim publikasi memperkuat kualitas *audio* maupun *visual* agar memberikan konten yang berkualitas dan menarik. Isi konten tidak menggunakan identitas pasien, tidak mengandung unsur SARA untuk menjaga dampak-dampak yang tidak diinginkan terjadi. Hal ini dilakukan untuk membangun kepercayaan terhadap masyarakat dalam menerima informasi.

Gambar 5. Data Meta Waktu Paling Aktif
Waktu paling aktif



Sumber: Data Meta Humas Divisi Pengelolaan Instagram

Waktu yang digunakan untuk memposting konten setiap hari, *upload story*, *feed* maupun *reels* postingan tidak memiliki jadwal khusus dalam postingan, Namun humas tim publikasi Pku Muhammadiyah Bantul menyesuaikan dengan data meta yang dapat dilihat sejumlah waktu yang menunjukkan berapa banyak akun Instagram yang aktif pada setiap jamnya.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa, upaya yang dilakukan Humas PKU Muhammadiyah dalam membangun kepercayaan masyarakat yaitu dengan cara memberikan berbagai informasi yang bersifat valid serta dapat dipertanggung jawabkan. Dalam memberikan informasi terhadap publik atau masyarakat melalui media sosial, Humas PKU Muhammadiyah telah meminimalisir terhadap kejadian-kejadian yang tidak diinginkan.

Optimize (optimalisasi)

Dalam tahap *optimize* instagram PKU Muhammadiyah Bantul dikelola penuh oleh tim publikasi dan berada dalam tim humas juga berhubungan dengan tim pemasaran. Konten dalam *reels* instagram @pkubantul menampilkan kegiatan pihak PKU Muhammadiyah Bantul seperti hari ulang tahun, kegiatan pembangunan, serta kegiatan kontribusi PKU terhadap masyarakat. Dalam bagian *feed* menampilkan informasi efektif dengan gambar dan tulisan. Berbagai konten yang ditampilkan memiliki daya tarik tersendiri dengan memiliki karakteristik *tone* warna maupun bentuk konten yang diciptakan oleh tim publikasi.

Melakukan publikasi melalui instagram dengan memanfaatkan *fitur* instagram sebagai pendukung jalanya publikasi. *Fitur highlights* instagram juga digunakan untuk menampilkan jadwal jam besuk, jadwal poli dokter, dan *event* yang dimiliki oleh PKU. Selain itu, penggunaan *hashtag* juga dilakukan oleh tim publikasi agar konten yang diberikan memiliki tema dalam setiap kontennya. Jika dilihat dalam kontennya, memiliki *hashtag* #pkubantul #rspkubantul dan #bantul. Dalam setiap postingan salah satu *hashtag*

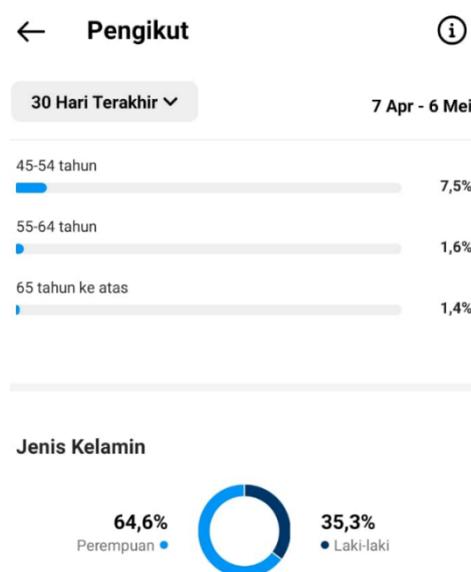
tersebut muncul untuk sebuah strategi untuk membuat ruang bahwa pengguna bisa menyaksikan konten-konten @pkubantul jika menggunakan *hashtag* tersebut dan mudah untuk diketahui masyarakat terutama dalam lingkup daerah Bantul.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa dalam upaya optimalisasi, tim publikasi humas mencari tahu apa yang sedang ramai dibicarakan di publiknya. Selanjutnya, kemudian memanfaatkan fitur yang ada di Instagram seperti konten reels serta penggunaan *hashtag* dalam setiap kontennya.

Manage (mengelola)

Dalam tahap *manage*, Instagram @pkubantul memiliki 2 sdm yang mengelola dan bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial Instagram

Gambar 6. Data Pengikut Meta Interaksi



Sumber: Data Meta Humas Divisi Pengelolaan Instagram

Setiap tim memperhatikan akun *followers* yang mengikuti Instagram PKU agar mengetahui *target* yang ditentukan dari segi umur maupun *gender*. Dalam 30 hari terakhir terdapat pengikut atau followers baru dengan rentang usia 45 – 65 tahun keatas dengan jenis kelamin paling banyak perempuan 64.6% dan pengikut lainnya berjenis kelamin laki laki sebanyak 35,3%. Tim pengelola memiliki *respon* yang baik untuk saling berinteraksi dengan masyarakat untuk mengetahui *respon* yang diberikan masyarakat melalui ruang kritik dan saran agar berhubungan baik tetapi tetap mengedepankan aturan instansi. Berusaha untuk selalu berinteraksi baik dengan masyarakat dan memberikan informasi sesuai kebutuhan. Dalam mengatur publikasi, tim memastikan bahwa konten yang harus diposting maka akan dicek kembali agar tidak memiliki kesalahan dalam publikasi. Konten yang diposting sesuai dengan perencanaan bahwa masuk dalam *feed*, *reels* maupun *story* harian. Selain itu, tim publikasi sudah melakukan pemantauan setiap aktivitas konten memiliki komentar *negatif* maupun *positif* sebagai bentuk kontrol untuk mengetahui *followers*. Jika dilihat dari jumlah *followers* sudah memiliki 16 juta lebih, dengan hal itu untuk mempertahankan berupaya aktif dalam pembuatan konten instagram sebagai menarik perhatian masyarakat.

Engage (keterlibatan)

Dalam tahap *engage*, pengelola Instagram @pkubantul menjaga hubungan dengan masyarakat, membuka ruang kritik dan saran masyarakat, menyiapkan ruang untuk menerima pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat sehingga PKU Muhammadiyah Bantul memberikan dampak *positif* kepada masyarakat. Tim publikasi menyiapkan konten untuk mempersuasi masyarakat dengan konten informatif maupun konten edukatif yang dibutuhkan masyarakat. Konten @pkubantul ditujukan kepada masyarakat untuk hal informatif dan fakta dengan tujuan agar informasi atau isi konten dapat diterima dengan baik dan dimengerti oleh masyarakat.

Berdasarkan penjabaran dapat diketahui bahwa Pku Muhammadiyah Bantul sudah efektif dalam pelaksanaan strategi komunikasi dengan memanfaatkan media sosial yang memberikan informasi kesehatan, edukasi sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian. Pendekatan dengan masyarakat dengan memanfaatkan media sosial sudah efektif dalam menjawab semua kebutuhan masyarakat (Qorib, Rinata, & Fianto, 2021).

PKU Muhammadiyah Bantul memilih media sosial Instagram sebagai media dalam menyampaikan informasi penting kepada masyarakat, upaya dalam meningkatkan informasi melalui media *digital*. PKU sudah menentukan isi konten dan menyiapkan *audio* maupun gambar dengan kualitas yang baik pada setiap konten, tim publikasi sudah memahami Instagram namun tetap terus dikembangkan untuk meningkatkan interaksi dengan masyarakat. Dalam strategi komunikasi sudah berjalan dengan lancar sesuai dengan tahap strategi humas tahap Pendefinisian masalah, perencanaan, komunikasi dan evaluasi. Dalam tahap evaluasi merupakan salah satu hal yang penting, maka harus ditetapkan evaluasi dengan jadwal khusus untuk membahas konten maupun permasalahan yang telah terjadi sebagai waktu khusus untuk membahas mengenai perbaikan mencari solusi dari kesalahan sebelumnya dan lebih baik untuk kedepannya.

PKU Muhammadiyah telah berupaya mengajak berinteraksi dengan audiens dengan berbagai konten, namun dalam upayanya hanya melibatkan pihak internal saja. Pada tahap ini sangat perlu dilakukan agar mendapatkan hubungan baik dengan audiens, sebuah interaksi sangat penting dengan pihak pengelola media sosial Instagram.

Dalam optimasi Instagram PKU Muhammadiyah Bantul disarankan untuk menambah interaksi langsung memanfaatkan *fitur* Instagram dan bisa memanfaatkan *fitur* lebih mendalam agar meningkatkan interaksi dengan masyarakat. Sehingga optimasi media sosial dalam instansi semakin meningkat, sebagai upaya meningkatkan kualitas mengikuti perkembangan teknologi dengan memiliki informasi yang informatif serta menjadi daya tarik masyarakat sehingga merasa puas dalam menerima informasi. Pemanfaatan fitur Instagram *live streaming* menayangkan sesi *podcast* berbagi informasi atau membahas mengenai kesehatan juga bisa sebagai langkah untuk menambah interaksi secara langsung dengan masyarakat.

Kesimpulan

Dalam meningkatkan informasi melalui media sosial. PKU Muhammadiyah Bantul sudah menentukan isi konten dan menyiapkan audio maupun gambar dengan kualitas yang baik pada setiap konten, tim publikasi sudah memahami Instagram namun tetap terus dikembangkan untuk meningkatkan interaksi dengan masyarakat. Strategi komunikasi berjalan sesuai dengan tahap strategi humas dengan teori *Cutlip, Center & Broom* :

Tahap Pendefinisian masalah tim publikasi melihat aktifitas masyarakat pada postingan instagram akun pengikut.

Tahap Perencanaan dan komunikasi tim publikasi memanfaatkan Google Trends pada ranah kesehatan untuk mengetahui masalah kesehatan yang diderita oleh masyarakat. Pengambilan tindakan dan komunikasi tim publikasi menyusun fakta yang dimiliki pada tahap perencanaan untuk di komunikasikan dan di informasikan kepada masyarakat, Untuk melihat perkembangan interaksi memanfaatkan data meta interaksi instagram.

Tahap evaluasi tim publikasi setiap pekan melakukan evaluasi membahas mengenai perkembangan aktivitas kritik saran dan pertanyaan dari masyarakat, namun pada tahap evaluasi tim humas kurang serius dalam penerapannya, tidak menyediakan waktu yang secara jelas (insidental) digunakan untuk membahas evaluasi. ,Kemudian dalam 4 tahap *the circular model of some for social communication* :

Tahap *share* postingan instagram menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, tim publikasi melakukan pengecekan validasi informasi dan bisa dipertanggung jawabkan mengenai konten yang akan diposting, dengan ketentuan isi konten tidak menggunakan identitas pasien, tidak mengandung unsur sara. Tidak ada jadwal khusus untuk upload konten namun menyesuaikan dengan data meta memilih waktu dimana banyaknya akun Instagram digunakan oleh pengikutnya.

Tahap *optimize* tim publikasi humas mencari tau apa yang sedang ramai dibicarakan pada publik, kemudian dalam upaya optimalisasi memanfaatkan fitur seperti konten reels dan penggunaan hastag dalam setiap kontennya.

Tahap *manage* Instagram @pkubantul memiliki 2 sdm yang mengelola dan bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial instagram.

Sebagai upaya meningkatkan kualitas mengikuti perkembangan teknologi dengan memiliki informasi yang informatif serta menjadi daya tarik masyarakat sehingga merasa puas dalam menerima informasi. Pemanfaatan fitur instagram *livestreaming* menayangkan sesi *podcast* membahas mengenai masalah kesehatan juga bisa sebagai langkah untuk menambah interaksi secara langsung dengan masyarakat.

Referensi

- Ardial, H. (2015). *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi* (Cet 2; R. Damayanti & F. Hutari, eds.). Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Hanifah, F., & Dzuhrina, I. (2024). *Optimasi Media Sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik*. 7(1), 87–98.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Y. sri Hayati, ed.). Erlangga.
- Izatturrahman, M. H., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2023). *Pengelolaan Aktivitas Akun Media Sosial Oleh*. 8(4), 832–849.
- Kharisma, T., & Agustina, L. (2019). Penerapan Manajemen Humas Digital Dalam Komunikasi Publik Di Instansi Arsip Nasional Republik Indonesia the Practice of Digital Public Relation in Public Communication At National Archives of Republic Indonesia. *Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI Jl. Medan Merdeka Barat*, 2(1), 10110.
- Latifah, N., & Supena, A. (2021). Analisis Attention Siswa Sekolah Dasar Dalam Pembelajaran Jarak Jauh di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1175–1182. Retrieved from <https://jbasic.org/index.php/basicedu/article/view/887>
- Moleong, L. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (cetakan ke). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Permatasari, A. A., Widyaningrum, N., Muti, U., & Nur, N. (2023). *Promosi Kesehatan Berbasis Media Digital Di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Kartasura Digital Media Based Health*

- Promotion At PKU Muhammadiyah Kartasura Hospital Universitas ' Aisyiyah Surakarta*
PENDAHULUAN Analisis Situasi Media memiliki peran yang penting . 1(3).
- Qorib, F., Rinata, A. R., & Fianto, L. (2021). Analisis Customer Engagement pada Akun Instagram @Oksigen_Cafe Menggunakan The Circular Model of Some. *Avant Garde*, 9(2), 183. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i2.1464>
- Raffi, M., & Dianita, I. A. (2024). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran @ Ninetysixvintages Pada Media Sosial Instagram*. 7(1), 50–63.
- Rini, K. S., Rusmiwari, S., & Widodo, H. P. (2017). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggaladewi. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1), 34–37. Retrieved from www.publikasi.unitri.ac.id
- Rochma A. Hidayah. (2015). Kajian Tugas Dan Fungsi Hubungan Masyarakat Di Kantor Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara. *E Journal Acta Diurna*, 4(3), 209–209.
- Santika, M. A., & Fitrananda, C. A. (2023). Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas External Public Relations (Studi Deskriptif Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat). *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 32. Retrieved from <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA32>
- Syawalia Putri Chafilaudina. (2021). Perencanaan Strategis Program Kampanye Public Relations Narasi TV Melalui Hastag #JadiPaham. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(1), 40–51. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i1.2496>
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2017). *Metodologi Penelitian; Edisi Ketiga* (ke 3; R. Damayanti, ed.). Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Wijaya. Ida Suryani. (2015). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan. *E-Jurnal IAIN Samarinda (Institut Agama Islam Negeri)*, XVIII(No.1, Juni 2025), 53–61.