



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS RS PANTI RAPIH DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI LAYANAN KESEHATAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RSPANTIRAPIHYOGYAKARTA

Fitri Sasikirana
5211711116

Perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses informasi kesehatan yang cepat, jelas, valid, menarik, interaktif, dan relevan menuntut humas rumah sakit untuk mengadopsi strategi komunikasi yang tepat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi humas RS Panti Rapih dalam menyampaikan informasi layanan kesehatan melalui media sosial Instagram @rspantirapihyogyakarta mulai dari tahap membagikan, mengoptimalkan, mengelola, hingga upaya membangun keterlibatan audiens yang efektif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Model analisis yang digunakan yaitu the circular model of SoMe oleh Regina Luttrell. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan, tahap membagikan informasi (share) yaitu a) berpartisipasi aktif dengan memanfaatkan Instagram sebagai media sosial utama dalam menyampaikan informasi, b) menghubungkan audiens dengan memanfaatkan fitur Instagram, c) humas membangun kepercayaan publik. Tahap mengoptimalkan (optimize) yaitu a) menggunakan Google Trends dan fitur mentions serta belum menggunakan alat khusus sesuai saran Luttrell, b) menciptakan komunikasi yang autentik atau dua arah. Tahap mengelola (manage) yaitu a) rutin melakukan monitoring, b) aktif merespons dan menjawab audiens, c) menggunakan fitur live untuk interaksi real time. Tahap melibatkan (engage) yaitu a) berkerja sama dengan influencer, b) memanfaatkan fitur insights untuk mengetahui keberadaan audiens, c) aktif melakukan kegiatan bersama audiens.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas, RS Panti Rapih, Media Sosial Instagram

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY OF PANTI RAPIH HOSPITAL IN DELIVERING HEALTH SERVICE INFORMATION THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @RSPANTIRAPIHYOGYAKARTA

Fitri Sasikirana
5211711116

The development of technology and the increasing public demand for fast, clear, valid, interesting, interactive, and relevant access to health information require hospital public relations to adopt the right communication strategy. The purpose of this study was to determine the communication strategy of Panti Rapih Hospital's public relations in conveying health service information through social media Instagram @rspantirapihyogyakarta starting from the stages of sharing, optimizing, managing, to efforts to build effective audience engagement. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. The analysis model used is the circular model of SoMe by Regina Luttrell. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The results of the study can be concluded that the information sharing stage (share) involves a) actively participating by utilizing Instagram as the main social media in conveying information, b) connecting the audience by utilizing Instagram features, and c) building public trust. The optimization stage (optimize) involves a) using Google Trends and mentions features, but not yet using specific tools as recommended by Luttrell, and b) creating authentic or two-way communication. The management stage (manage) includes a) routinely monitoring, b) actively responding to and answering the audience, and c) using the live feature for real-time interaction. The engagement stage includes a) collaborating with influencers, b) utilizing the insights feature to find out the whereabouts of the audience, and c) actively carrying out activities with the audience.

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations, Panti Rapih Hospital, Instagram Social Media*