

Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @ puskesmascilincing)

¹ Arkan Shaleh, ² Wulan Furrie

^{1&2}Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami
Program Studi Manajemen Komunikasi - Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen
email : ¹arkanshaleh16@gmail.com, ²wulanlengana@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:
Public Relations,
Instagram,
Publication

Media are tools that are used to convey messages from communicators to the public. Public relations can not be separated from the media, because public relations needs media to publication the information about the company or organization. In the process of its performance, the Cilincing District Health Center certainly needs to convey information to its audience whether it is necessary to receive programs, services and so on. This does not include media information for programs and such information. This study aims to analyze the role of public relations in Instagram social media as a publication to improve community services in the Cilincing District Health Center. The research method in this study is qualitative, with descriptive research using case studies. Data collection techniques in this study by conducting in-depth interviews, observation, discipline and literature. The role of public relations is the role of expert advisors, the role of communication facilitators, the role of problem solving process facilitators, and the role of communication technicians. Public relations are active in utilizing Instagram as a publication tool in the Cilincing District Health Center, through the results related to the community relations role of the Cilincing District Health Center only.

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi di bidang informasi, menciptakan banyak perubahan. Teknologi menuntut penyebaran informasi cepat, mudah dan murah. Prasanti (2017) dalam jurnal "Potret Media Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat Urban di Era Digital" mengatakan bahwa informasi yang mudah didapatkan melalui internet, televisi dan radio, penyebarannya cepat dan peluang masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan menjadi lebih baik.

Pada pertengahan Maret tahun 2020, Indonesia diserang wabah covid-19. Hal ini menjadikan berbagai kegiatan dihentikan, dan masyarakat diwajibkan bekerja dan belajar dari rumah. Kondisi ini pada akhirnya melahirkan kebutuhan yang besar akan informasi, terutama yang berkaitan dengan kesehatan. Berdasarkan penelitian Prasanti (2017), lingkungan perkotaan mudah mendapatkan fasilitas dan informasi kesehatan, sedangkan pada daerah pinggiran atau daerah pelosok akan mengalami kesulitan mendapatkan informasi. Untuk itu, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi kesehatan, maka teknologi komunikasi yaitu internet adalah jawaban untuk setiap informasi kesehatan yang dibutuhkan masyarakat.

Dalam perkembangan teknologi komunikasi, internet dikatakan sebagai *new media*. *New media* adalah teknologi yang mengandalkan internet dalam menghubungkan komunikasi dengan publik dan internet memberikan kemudahan dalam memperbanyak komunikasi. Internet adalah peluang dalam manusia untuk mendapatkan informasi dengan lebih cepat.

Media dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti telinga dan mata, dan menjadi jendela manusia untuk membantu memahami pengalaman. Media juga membantu manusia dalam menyampaikan informasi, berinteraksi melalui penyampaian opini, menjadi petunjuk, menyaring dan membagi pengalaman dan fokus terhadap orang lain, cermin yang merefleksikan diri dan penghalang yang menutupi kebenaran.

Sobur mengatakan media informasi adalah alat grafis untuk dapat memproses dan menyusun kembali informasi visual. Media informasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media informasi juga dijelaskan sebagai sebuah sarana yang dipergunakan sebagai memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Media informasi sangat berperan penting bagi kehidupan masyarakat.

Harlow mengatakan bahwa *public relations* berperan dalam membantu manajemen mendirikan dan memelihara hubungan komunikasi yang menguntungkan organisasi. Hubungan komunikasi dilakukan melalui keterbukaan dan kerjasama antara publik dengan organisasi, seperti pengelolaan manajemen isu dan resiko, serta *performance* dari organisasi berkaitan dengan citra dimata publik. Proses penyampaian dan pengelolaan citra yang dilakukan oleh *public relations*, dilakukan melalui kampanye organisasi, seperti kampanye produk kepada khalayak yang menjadi target dari perusahaan (Raharjo, 2016).

Informasi perusahaan lebih cepat jika disampaikan melalui media massa, sehingga peran *public relations* tidak terlepas hubungannya dengan media massa. *Public relations* dan media massa memiliki hubungan simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan, karena seorang *public relations officer* sangat membutuhkan publikasi informasi di media.

Public relations menggunakan media informasi untuk memperkenalkan perusahaannya kepada khalayak ramai, setelah perusahaan itu sudah cukup dikenal oleh masyarakat luas bagaimana seorang *public relations* dapat mengemas informasi di media massa sehingga mendapat kepercayaan, sebagai tempat klarifikasi jika terjadi krisis di perusahaan. Keberadaan media massa terutama melalui *new media* pada masa pandemic covid 19 ini sangat dibutuhkan oleh seorang *public relations*, karena berbagai berita atau informasi yang berkaitan dengan perusahaan lebih cepat jika langsung disampaikan melalui media sosial yang dimiliki dan dikelola oleh perusahaan. Pada masa pandemic covid 19 ini, terlihat jelas bahwa perusahaan atau organisasi yang mendapat sorotan paling besar adalah bidang kesehatan, seperti puskesmas.

Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) adalah salah satu sarana pelayanan kesehatan masyarakat yang amat penting di Indonesia. Puskesmas adalah unit pelaksana teknis dinas kabupaten atau kota yang bertanggungjawab menyelenggarakan pembangunan kesehatan di suatu wilayah kerja (Depkes, 2011). Puskesmas merupakan kesatuan organisasi fungsional yang menyelenggarakan upaya kesehatan yang bersifat menyeluruh, terpadu, merata dapat diterima dan terjangkau oleh masyarakat dengan peran serta aktif masyarakat dan menggunakan hasil pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tepat guna, dengan biaya yang dapat dipikul oleh pemerintah dan masyarakat luas guna mencapai derajat kesehatan yang optimal, tanpa mengabaikan mutu pelayanan kepada perorangan (Depkes, 2009).

Jika ditinjau dari sistem pelayanan kesehatan di Indonesia, maka peranan dan kedudukan puskesmas adalah sebagai ujung tombak sistem pelayanan kesehatan di Indonesia. Sebagai sarana pelayanan kesehatan terdepan di Indonesia, maka Puskesmas bertanggungjawab dalam menyelenggarakan pelayanan kesehatan masyarakat, juga bertanggung jawab dalam menyelenggarakan pelayanan kedokteran. Puskesmas diharapkan dapat bertindak sebagai *motivator*, fasilitator dan turut serta memantau terselenggaranya proses pembangunan di wilayah kerjanya agar berdampak positif terhadap kesehatan masyarakat di wilayah kerjanya. Hasil yang diharapkan dalam menjalankan fungsi ini antara lain adalah terselenggaranya pembangunan di luar bidang kesehatan yang mendukung terciptanya lingkungan dan perilaku sehat.

Pusat kesehatan masyarakat (Puskesmas) kecamatan Cilincing yang beralamat Jalan Cilincing Landak No.26 Jakarta Utara adalah salah satu pusat pelayanan kesehatan yang diorganisir oleh Pemerintah Provinsi Jakarta guna memberikan pelayanan kesehatan terpadu puskesmas. Salah satunya dengan menggunakan instagram sebagai media informasi yang bertujuan untuk memberikan layanan prima kepada masyarakat. Dalam proses kerjanya Puskesmas Kecamatan Cilincing pasti perlu menyampaikan informasi-informasi berkaitan dengan program kesehatan dan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat di puskesmas.

Tindakan yang dilakukan oleh Puskesmas Kecamatan Cilincing untuk mengenalkan informasi dan kebijakan pelayanan melalui media sosial, pada akhirnya berhubungan dengan penciptaan brand dari Puskesmas Kecamatan Cilincing. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Febrihatin (2014), bahwa untuk

meningkatkan *brand* dari perusahaan atau organisasi bukan lagi hanya melalui media konvensional, tetapi dapat dilakukan melalui media sosial.

Puskesmas Kecamatan Cilincing memiliki *public relations* yang memanfaatkan media sosial. Namun, dalam pelaksanaannya *public relations* ini belum maksimal dalam melaksanakan peran, terutama berhubungan dengan publikasi yang hanya dilakukan di satu media sosial saja yaitu instagram. Pemilihan instagram dilakukan karena instagram menempati [posisi nomor 4](#) secara penggunaan media sosial. Selain itu, fitur *insta stories* dinilai mampu merepresentasikan kondisi terkini yang ada di Puskesmas Kecamatan Cilincing.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah bagaimana peran *public relations* dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai alat publikasi untuk meningkatkan layanan masyarakat di Puskesmas Kecamatan Cilincing.

2. KERANGKA TEORITIS

2.1. *Public Relations*

Public relations menurut Kotler (2013) adalah program yang dibuat untuk mempromosikan serta menjaga citra perusahaan atau organisasi untuk setiap produk atau informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Pengertian *public relations* juga dijelaskan oleh Howard Bonham (Silviani, 2020), bahwa *public relations* adalah seni untuk menciptakan pemahaman public atau masyarakat sehingga tercipta kepercayaan public kepada perusahaan. *Public Relations* dalam konteks *branding* yaitu pihak yang berfungsi sebagai jembatan untuk menyampaikan aktifitas *branding* perusahaan kepada publik eksternal demi tujuan yang ingin dicapai.

Aktifitas *public relations* tidak hanya terfokus pada ruang lingkup publik internal dan eksternal, akan tetapi dalam organisasi *public relations* dapat mendukung program pemasaran. Organisasi membutuhkan peran *public relations* untuk membentuk *brand image* agar produk yang dipasarkan dapat dikenal oleh konsumen. Dalam pemasaran produk, *public relations* dapat berkontribusi dalam berbagai kegiatan seperti membangun citra perusahaan yang dapat menguntungkan penjualan produk, membantu peluncuran produk terbaru perusahaan serta membantu reposisi sebuah produk (Kotler, 2013).

2.2. Media Sosial

Media sosial didefinisikan sebagai media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (Putri, 2016), mengatakan bahwa media sosial sebagai adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*". Nasrullah (2017), mendefinisikan media sosial sebagai media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia.

Lattimore (2010) berpendapat bahwa media sosial yang terkadang diidentifikasi dengan Web 2.0, merupakan istilah yang mengacu pada media baru yang menggunakan teknologi dalam menciptakan interaksi, partisipasi, dan kolaborasi terbuka dimana setiap orang mempunyai kesempatan untuk menyuarakan ide, pendapat, dan pengalaman mereka melalui media online dalam bentuk kata-kata atau materi visual. Beberapa tentang penggunaan media sosial maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui smartphone (telepon genggam) (Margaretha, 2017).

2.3. Media Sosial Instagram

Pengertian Instagram (Atmoko, 2012) adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi suatu produk atau jasa.

Menurut Salmoon (2013) media sosial instagram diciptakan sehingga para pemilik smartphone akan merasa bahwa kamera yang terpasang di *gadget*nya tidak sia-sia. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman Facebook kita mengikuti akun Instagram kita. Instagram juga mampu melakukan proses edit terhadap foto sebelum foto diunggah ke jaringan. Foto-foto yang akan diunggah melalui Instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto, dan durasi untuk video maksimal 60 detik.

Menurut Albarran (2013), media sosial instagram merupakan situs jejaring sosial untuk berbagi foto yang dibuat pada Oktober 2010. Pengguna media sosial Instagram dapat mengambil foto, mengeditnya dengan menggunakan efek yang tersedia, dan membagikan foto mereka ke situs jejaring sosial. Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel (Salbino : 2014).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan studi kasus di Puskesmas Kecamatan Cilincing. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Metode observasi yang digunakan dalam penelitian dilakukan dengan mengamati media sosial instagram Puskesmas Kecamatan Cilincing. Sedangkan dokumentasi diambil dari data dan foto-foto dan arsip-arsip Puskesmas Kecamatan Cilincing (Sugiyono, 2011).

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahapan, sehingga kaitan antar data penelitian dalam upaya membentuk makna yang akan dipakai untuk menjawab pertanyaan penelitian tercapai. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, setelah selesai pengumpulan data maka data wawancara yang didapat akan direduksi dan laporan atau data yang diperoleh dilapangan akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan terperinci. Langkah selanjutnya adalah penyajian data dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang dituangkan dalam bentuk uraian dengan teks naratif, dan didukung oleh dokumen-dokumen, serta foto-foto maupun gambar sejenisnya sehingga dapat diambil kesimpulan. Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dengan melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu selama proses pengumpulan data.

4. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

4.1. Hasil Analisis Deskriptif Instagram Puskesmas Kecamatan Cilincing

Instagram sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*Smartphone*). Nama Instagram diambil dari kata *insta* (berasal dari *instan*) dan *gram* dari kata *telegram*. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan Instagram sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*share*) ke jejaring sosial yang lain. Berkaitan tentang penggunaan instagram dalam hal publikasi, instagram dapat memberi kemudahan bagi para pelaku untuk publikasi, memasarkan dan mempromosikan produk, sosialisasi melalui internet.

Sosial media instagram dapat memberi kemudahan kepada kedua belah pihak, baik komunikasi maupun konsumen. Dengan adanya sosial media instagram, perusahaan atau lembaga dapat mempublikasikan kepentingan mereka secara luas, cepat dan hemat biaya, hal ini menjadikan instagram sebagai publikasi untuk kegiatan perusahaan, promosi, *event*, dan pemberitahuan lainnya. Dengan demikian Puskesmas Kecamatan Cilincing menggunakan instagram sebagai media publikasi guna meningkatkan layanan masyarakat di Puskesmas Kecamatan Cilincing melalui akun instagram @puskesmascilincing.

Media sosial adalah alat yang telah tersedia sebagai sarana untuk meningkatkan citra, dan untuk mengetahui jangkauan dari semua kegiatan promosi atau publikasi yang dilakukan. Semua hal yang menguntungkan bisa saja terwujud, asalkan para pelaku bisa memanfaatkan media sosial dengan cara dan aturan yang tepat agar bisa menjalankan perannya sebagai tempat dan alat yang tepat untuk publikasi dengan efektif.

Hasil penelitian menunjukkan tindakan pertama yang dilakukan oleh Puskesmas Kecamatan Cilincing adalah merubah cara komunikasi atau publikasi yang digunakan. Jika sebelumnya publikasi dilakukan melalui pamflet, brosur, majalah, banyaknya pengguna akun instagram maka Puskesmas Kecamatan Cilincing menambahkan instagram sebagai salah satu media publikasinya untuk menjangkau target. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari pengelola akun @puskesmascilincing, yaitu:

“Mengapa kami pakai instagram buat publikasinya, kita pasti mengikuti *Tren* sekarang, sekarang masyarakat mereka lebih suka menggunakan smart phone dan aplikasi internet lainnya. maka dari itu kami juga mengubah cara kita berkomunikasi. Caranya, kontennya maupun bagaimana kami menjangkau masyarakat, yang tadinya kita hanya menggunakan pamflet, brosur, majalah, kami juga ikut berkembang bersama masyarakat. Karena itu, kami melihat apa media sosial yang lagi hits sekarang, yang menjangkau publikasi kami, dan setelah kita amati ternyata masyarakat sekarang banyak yang menggunakan instagram sebagai sosial media mereka. Jadi kami memakai instagram sebagai salah satu media publikasi kami.”

Setelah instagram dipilih sebagai media publikasi, kemudian informasi yang akan disebar disusun secara runtut, terstruktur dan tidak berbelit-belit sehingga maksud dan tujuan informasi mudah dipahami oleh pengikut akun @puskesmascilincing. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang baku dan bahasa sehari-hari yang digunakan. Sedangkan untuk konten yang disebar berupa program – program puskesmas seperti PITUNG, (Pelayanan Integratif Upaya Kesehatan Masyarakat Cilincing), konsultasi pasangan yang hendak menikah, serta program lainnya, kedua kegiatan keseharian Puskesmas Kecamatan Cilincing, rapat, pengarahan karyawan, pengarahan kesehatan kepada masyarakat, pemeriksaan kesehatan, keadaan puskesmas, bakti sosial dan event lomba antara kecamatan, ketiga edukasi konten seperti bagaimana cara mengenal gejala sebuah penyakit dan bagaimana cara mencegahnya.

Selain itu, hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa ketika Puskesmas Kecamatan Cilincing melakukan publikasi melalui Instagram, image dari Puskesmas yang semula dianggap sebagai tempat bagi orang yang akan berobat atau sakit berubah. Tujuan Puskesmas Kecamatan Cilincing melakukan publikasi melalui instagram adalah membentuk *image* atau citra puskesmas, karena informasi berguna bagi masyarakat dan pengenalan Puskesmas Kecamatan Cilincing di Instagram membantu merubah citra puskesmas. Jika tadinya masyarakat ke Puskesmas Kecamatan Cilincing hanya untuk berobat dan situasi darurat yang membutuhkan penanganan medis, dengan adanya informasi melalui Instagram, masyarakat yang datang ke Puskesmas Kecamatan Cilincing dengan berbagai macam latar belakang, salah satunya untuk memperoleh informasi kesehatan, konsultasi kesehatan, periksa kesehatan, mendapatkan penyuluhan mengenai kesehatan. Hal ini seperti dijelaskan oleh bapak Bapak Jefri selaku pengelola instagram @puskesmascilincing melalui hasil wawancara:

“tujuan kami menggunakan instagram untuk publikasinya ialah membentuk image atau citra puskesmas kerena ketika kita pergi ke puskesmas pikiran kita pasti datang karena sakit dan buat surat sehat, puskesmas harus disenangi dan menjadi tempat nyaman bagi warga masyarakat untuk mendapat pelayanan kesehatan”.

Perubahan image dari Puskesmas Kecamatan Cilincing juga dibantu oleh penampilan dari Instagram @puskesmascilincing yang menggambarkan keceriaan, serta menggunakan fitur *aroba* yang sama dengan fitur yang digunakan oleh Dinkes DKI, sehingga masyarakat mengetahui sistem pelayanan yang dilakukan sesuai dengan kebijakan dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Penampilan dari instagram @puskesmascilincing yang ceria dapat dilihat di gambar 1.



Gambar 1 Unggahan @puskesmascilincing
Sumber: akun Instagram @puskesmascilincing

Selain itu, publikasi Puskesmas Kecamatan Cilincing ketika akan memposting foto, video, *instagram story*, dan *live* pada instagram, dilakukan melalui beberapa proses editing. Proses editing dilakukan melalui dua (2) cara, yaitu langsung diunggah ketika kegiatan dan acara berlangsung dengan menambahkan kalimat yang menarik masyarakat, dan yang kedua adalah proses editing sesuai dengan pertimbangan pengelola serta kebijakan dari pelayanan kesehatan yang akan dilakukan puskesmas.

Kedua kriteria dan proses unggahan video Puskesmas Kecamatan Cilincing berbentuk edukasi konten, *company profile*, pemberitahuan kesehatan. Dalam proses sebelum mengunggah video di instagram @puskesmascilincing diadakan pertemuan yang membahas ide, tema video yang akan dipublikasi.

4.2. Peran *Public Relations* Dalam Memanfaatkan Instagram Sebagai Alat Publikasi di Puskesmas Kecamatan Cilincing

Dalam melaksanakan peran *public relations*, Puskesmas Kecamatan Cilincing memanfaatkan media sosial instagram sebagai alat publikasi agar dapat lebih berinteraksi dan meningkatkan pelayanan masyarakat di lingkungan Kecamatan Cilincing. Ada 4 peran *public relations* yaitu sebagai peran penasehat ahli, peran fasilitator komunikasi, peran fasilitator proses pemecahan masalah, dan peran teknisi komunikasi.

Analisis hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, ditemukan bahwa tidak semua peran *public relations* aktif dalam memanfaatkan instagram sebagai alat publikasi di Puskesmas Kecamatan Cilincing. Dalam wawancara didapatkan bahwa dalam menjalankan peran *public relations* Puskesmas Kecamatan Cilincing, peran yang dilakukan oleh Puskesmas Kecamatan Cilincing hanya sebagai fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi yang aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat publikasi di instagram @puskesmascilincing. Untuk lebih jelas, beberapa peran *public relations* Puskesmas Kecamatan Cilincing dapat dilihat melalui poin berikut ini:

a. Peran fasilitator komunikasi, sebagai pintu informasi Puskesmas Kecamatan Cilincing.

Peran fasilitator komunikasi berfungsi sebagai tempat keluar dan masuknya berbagai informasi antara organisasi dan masyarakat. Salah satu kegiatan *public relations* sebagai fasilitator komunikasi adalah dengan kegiatan komunikasi, koordinasi dan konsolidasi, pengumpulan bahan informasi, dokumentasi, menyediakan bahan informasi publikasi kepada masyarakat. Dalam hal ini Puskesmas Kecamatan Cilincing memfasilitasi komunikasi dalam bentuk media sosial instagram @puskesmascilincing dengan menghadirkan interaksi dan partisipasi masyarakat.

Beberapa karakteristik media sosial yang didapatkan melalui instagram @puskesmascilincing adalah *pertama* adanya partisipasi masyarakat sebagai pendorong adanya kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau memiliki minat dalam kegiatan Puskesmas Kecamatan Cilincing. *Kedua*, keterbukaan informasi pada publikasi @puskesmascilincing informasi yang diunggah @puskesmascilincing dapat diakses semua

masyarakat dengan cara mengikuti akun @puskesmascilincing. *Ketiga*, adanya komunikasi atau interaksi dengan menggunakan fitur komentar dan pesan masyarakat bisa saling berinteraksi antara masyarakat dengan Puskesmas Kecamatan Cilincing. *Keempat*, keterhubungan yang dimanfaatkan instagram Puskesmas Kecamatan Cilincing dengan menghubungkan sesama pengguna-pengguna akun instagram.

- b. Peran teknisi komunikasi admin @puskesmascilincing, bertugas untuk mengunggah konten dan membangun hubungan dengan khalayak sedangkan editor sebagai eksekusi konten sebelum diunggah oleh admin. Tujuan Puskesmas Kecamatan Cilincing melakukan publikasi instagram, pertama memberikan informasi kepada masyarakat, edukasi konten memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai kesehatan, dan membangun citra positif dengan publikasi. Hal yang ingin disampaikan admin bahwa Puskesmas Kecamatan Cilincing ramah, cepat, dan nyaman dalam melakukan pelayanan kepada masyarakat.

5. SIMPULAN

Peran *public relations* dalam penggunaan instagram sebagai alat publikasi di Puskesmas Kecamatan Cilincing memiliki 4 peran *public relations* yaitu sebagai peran penasehat ahli, peran fasilitator komunikasi, peran fasilitator proses pemecahan masalah, dan peran teknisi komunikasi. Dari analisis hasil penelitian melalui wawancara, observasi, dokumentasi, didapatkan hasil bahwa tidak semua peran *public relations* aktif dalam memanfaatkan instagram sebagai alat publikasi di Puskesmas Kecamatan Cilincing. Hasil terlihat dalam menjalankan peran *public relations* Puskesmas Kecamatan Cilincing hanya berperan sebagai fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi yang aktif dalam memanfaatkan instagram sebagai alat publikasi di Puskesmas Kecamatan Cilincing.

Hasil berikut yang didapatkan adalah pemanfaatan instagram sebagai alat publikasi untuk meningkatkan layanan masyarakat yang dilakukan Puskesmas Kecamatan Cilincing membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan dalam membentuk citra puskesmas. Image dan citra positif Puskesmas yang terbentuk setelah adanya Instagram adalah lebih ramah, cerah, dan *feedback* membantu meningkatkan pelayanan kesehatan di puskesmas cilincing. Hal ini terbukti dari Puskesmas Kecamatan Cilincing keluar sebagai pemenang lomba pelayanan fasilitas kelas pertama se-Kota Jakarta Utara, memperoleh akreditasi paripurna. Predikat paripurna berdasarkan kepada penilaian oleh Pemerintah Provinsi, untuk menggambarkan pelayanan, fasilitas dan juga berbagai program Puskesmas Kecamatan Cilincing sebagai yang terbaik.

Simpulan terakhir yang didapatkan adalah Menurut karakteristik media sosial, dimana pemanfaatan instagram sebagai alat publikasi untuk meningkatkan layanan masyarakat yang dilakukan Puskesmas Kecamatan Cilincing pada publikasi @puskesmascilincing membantu memberikan keterbukaan komunikasi dan informasi pengguna berkaitan dengan kebijakan pelayanan kesehatan di Puskesmas Kecamatan Cilincing.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Albarran, Alan B. 2013. *The Social Media Industries*. Routledge.
- [2] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- [3] Febrihatin, Frida Diana. *Strategi Online Public Relations dalam Brand Awareness AIESEC (Association Internationale des Étudiants En Sciences Économiques et Commerciales) Surabaya*. Thesis, Universitas Airlangga.
- [4] Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 13. Bandung: Erlangga.
- [5] Lattimore, dkk. 2010. *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [6] Margaretha, Dini Maryani Sunarya. *Instagram Sebagai Media Sosialisasi 9 Program Unggulan Pemerintah (Studi Kasus pada Bagian Hubungan Masyarakat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia pada Instagram @kemenkopUKM)*. *Jurnal Communication* Vol 8, No. 2 (2017).
- [7] Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

-
- [8] Nurjanah, Adhianty & Wulan Widyasari, Frizky Yulianti N. Public Relations & Media Relations (Kritik Budaya Amplop Pada Media Relations Institusi Pendidikan Di Yogyakarta). *Jurnal Komunikasi* Vol. 7, No. 1 (2015).
- [9] Prasanti, Ditha. Potret Media Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat Urban di Era Digital. *Jurnal IPTEK-KOM* Vol. 19, No. 2 (2017).
- [10] Putri, Wilga Secsio Ratsja & Nunung Nurwati, Meilanny Budiarti S. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal Prosiding dan Penelitian Kepada Masyarakat* Vol. 3, No. 1 (2016).
- [11] Raharjo, R. Sumantri. Media Relations di Media Massa (Analisis Deskriptif Kualitatif Terhadap Kegiatan Media Relations TVRI Yogyakarta dan Jogja TV). *Jurnal Profetik* *Jurnal Komunikasi* Vol.09, N0.02 (2016).
- [12] Salbino, Sherief. 2014. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi.
- [13] Salamoon, Daniel Kurniawan. 2013. *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya Di Dunia Maya*. Paper Universitas Kristen Petra Surabaya.
- [14] Silviani, Irene. 2020. *Public Relations sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka.
- [15] Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.