

## Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Promkes Dinas Kesehatan Kota Cimahi

Imam Pebrian Sabarna\*, M. E. Fuady

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*imamsabarna@gmail.com, mefuady@gmail.com

**Abstract.** Government agencies are now required to manage media, in this context, social media, as a means of disseminating information and educating the public. In almost every government agency, media is managed by the public relations (PR) department. Contrary to the typical PR role, in some regional government agencies, media management is directly handled by one of their divisions. For example, the Health Office (Dinkes) of Cimahi City manages its media through the Public Health Division, specifically delegating this task to the Health Promotion Division (Promkes). The Cimahi Health Office has increasingly recognized the significant potential of social media. Among the three social media platforms managed by the Cimahi Promkes division (YouTube, Facebook, and Instagram), they tend to focus on managing their Instagram account @dinkescimahicare, which features health-themed content. This research aims to determine the extent of Instagram management by the Cimahi Health Office as a medium for health information and education. This study uses a qualitative method with a case study approach, constructivist paradigm, and data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The Circular Model of SoMe theory is also used as a strengthening reference to answer the research questions. The results of this study reveal that the Cimahi Promkes team manages Instagram by considering their management capabilities and target audience, despite limited human resources. The content presented as a medium for health information and education is the result of cross-field and program collaboration within the Cimahi Health Office, utilizing the features available on Instagram. The main challenge encountered is the limited human resources within the Cimahi Promkes team.

**Keywords:** *Government Agencies, Health Promotion, Instagram.*

**Abstrak.** Instansi pemerintah kini wajib melakukan pengelolaan media, dalam konteks ini media sosial, sebagai sarana penyebaran informasi maupun edukasi bagi masyarakat. Hampir pada setiap instansi pemerintahan, media dikelola oleh bagian humas (hubungan masyarakat). Identik dengan humas, pengelolaan media sebuah instansi pemerintah pada beberapa dinas di tingkat daerah justru dipegang langsung oleh salah satu bidang mereka. Dalam hal ini seperti Dinas Kesehatan (Dinkes) Kota Cimahi yang pengelolaan medianya dilaksanakan oleh bidang Kesehatan Masyarakat, secara khusus tugas ini diserahkan kepada bagian divisi Promosi Kesehatan (Promkes). Dinkes Cimahi semakin menyadari potensi besar dari media sosial. Dari ketiga media sosial (Youtube, facebook & Instagram) yang dikelola divisi Promkes Cimahi, mereka cenderung berfokus pada pengelolaan Instagram mereka dengan nama akun @dinkescimahicare yang menghadirkan konten bertema kesehatan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengelolaan media sosial Instagram oleh Dinkes Cimahi sebagai media informasi dan edukasi mengenai. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, paradigma konstruktivisme dan teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini juga menggunakan teori The Circular Model of SoMe sebagai referensi penguat untuk menjawab pertanyaan penelitian. Hasil penelitian ini diketahui bahwa pengelolaan Instagram oleh tim Promkes Cimahi dilakukan dengan mempertimbangkan kemampuan mengelola serta sasaran yang dituju meski dengan SDM yang minim. Kemudian konten yang dihadirkan sebagai media informasi dan edukasi kesehatan berasal dari kolaborasi lintas bidang dan program di Dinkes Cimahi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram. Adapun hambatan yang dialami disebabkan oleh terbatasnya SDM dalam tim Promkes Cimahi.

**Kata Kunci:** *Instansi Pemerintah, Promosi Kesehatan, Instagram.*

## A. Pendahuluan

Instansi pemerintah, kini pengelolaan media menjadi hal yang wajib ada dan tentu harus dilaksanakan sebagai sarana penyebaran informasi maupun edukasi. Hampir pada setiap instansi pemerintahan, media dikelola oleh bagian humas (hubungan masyarakat). Humas memiliki tanggung jawab yang penting dalam menjaga kelancaran operasional pada sebuah instansi, utamanya dalam hal ini instansi pemerintah. Humas dianggap krusial dalam meningkatkan kinerja instansi dengan membangun citra yang positif bagi publik. Apabila terjadi kesalahpahaman di kalangan masyarakat terhadap instansi tersebut, humas harus berusaha dengan segala cara yang sesuai dengan peraturan untuk memperbaiki citra instansi tersebut.

Menurut Rex Harlow (dalam Hairunnisa) (1) menyatakan bahwa, “PR adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman kerja sama antara organisasi dan publiknya; melibatkan manajemen permasalahan dan isu.” Identik dengan humas, pengelolaan media sebuah instansi pemerintahan pada beberapa dinas di tingkat daerah justru dipegang langsung oleh salah satu bidang mereka. Dalam hal ini seperti Dinas Kesehatan Kota Cimahi yang pengelolaan medianya dilaksanakan oleh bidang Kesehatan Masyarakat. Secara khusus tugas ini diserahkan kepada bagian divisi Promosi Kesehatan (Promkes) dibawah pengawasan dan arahan bidang Kesehatan Masyarakat selaku pihak berwenang yang mengepalai divisi Promkes Cimahi dalam mengelola promosi dan pemberdayaan kesehatan Dinas Kesehatan Kota Cimahi.

Indonesia menggambarkan promosi kesehatan sebagai usaha untuk meningkatkan kapasitas masyarakat melalui proses belajar secara mandiri, bersama, dan untuk masyarakat, sehingga mereka dapat menjadi lebih mandiri dalam menjaga kesehatan mereka sendiri. Ini juga melibatkan pengembangan kegiatan yang sesuai dengan konteks sosial budaya setempat dan didukung oleh kebijakan publik yang berorientasi pada kesehatan (2).

Konteks ini, penting untuk mengevaluasi bagaimana Dinas Kesehatan Kota Cimahi memanfaatkan media untuk mendukung promosi kesehatan (Promkes), sejauh mana kualitas pemanfaatannya sebagai alat edukasi dan informasi, serta dampaknya terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat terkait kesehatan, salah satunya dengan melalui media sosial. Ada banyak jenis media sosial dengan fungsinya yang juga berbeda, namun ada beberapa yang populer di kalangan masyarakat seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp, twitter, dan YouTube.

Agama Islam sendiri mendorong umatnya untuk beradaptasi dan berkembang, selama itu selaras dengan nilai-nilai moral dan etika Islam. Dalam konteks zaman modern, ini bisa diartikan sebagai keterbukaan terhadap inovasi teknologi, ilmu pengetahuan baru, dan perkembangan sosial, sambil tetap mempertahankan prinsip-prinsip dasar agama. Ajaran-ajaran ini memberi landasan bagi umat Islam untuk menjadi bagian dari perkembangan zaman, baik dalam teknologi, ilmu pengetahuan, maupun aspek kehidupan lainnya, dengan tetap berpegang pada akhlak dan etika Islam.

Dinkes Cimahi semakin menyadari potensi besar dari media sosial. Dari ketiga media sosial (Youtube, facebook & Instagram) yang dikelola divisi promkes Cimahi, mereka cenderung berfokus pada pengelolaan Instagram mereka dengan nama akun @dinkescimahicare yang menghadirkan konten bertema kesehatan. Fuady (3), menyampaikan bahwa idealnya konten yang dihasilkan baiknya mampu memberikan informasi, mengedukasi, sekaligus menghibur pengguna media sosial tersebut. Konten juga harus disesuaikan dengan platform yang dipilih, karena tiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda.

Bahkan cepatnya perkembangan media berdasar teknologi internet di rentang waktu beberapa tahun terakhir ini telah mempengaruhi berbagai aspek, mulai dari yang sederhana hingga aspek penting, seperti kesehatan, pendidikan, perekonomian dan sebagainya. Menurut Nurudin (4) menyatakan bahwa, “Perkembangan internet telah menjadi fenomena dalam dunia komunikasi. Media baru ini telah mengakibatkan sejumlah perubahan signifikan tidak hanya dalam cara pesan disebarkan, tetapi juga dalam dinamika sosial masyarakat.”

Sebagai bagian dari pemerintah daerah, Dinkes Cimahi memiliki tanggung jawab besar dalam menyediakan informasi kesehatan kepada masyarakat, serta memastikan keterlibatan aktif masyarakat dalam program-program kesehatan yang mereka jalankan. Dengan

pertimbangan tersebut, divisi Promkes Dinas Kesehatan Kota Cimahi berusaha aktif melakukan pengelolaan dan penyebaran konten kesehatan melalui beberapa media sosial, antara lain adalah YouTube, Facebook, dan Instagram. Pengelolaan media sosial tersebut cenderung berfokus pada pengembangan konten-konten di Instagram Dinkes Cimahi dengan nama akun @dinkescimahicare.

Adapun salah satu jenis konten Instagram @dinkescimahicare adalah bernama “Radio Talk”, yaitu bincang-bincang mengenai isu kesehatan masyarakat yang sedang menjadi fokus khusus Dinkes Cimahi. Informasi dan edukasi pada konten ini disampaikan langsung oleh narasumber terpercaya, seperti dokter spesialis hingga kepala bidang Dinas Kesehatan Kota Cimahi. Konten ini merupakan konten kolaborasi bersama Mix Radio Cimahi, salah satu radio lokal asli Cimahi yang mana menjadi keunikan tersendiri karena tidak ditemukan pada akun Instagram Dinkes lain dalam lingkup se-Bandung Raya.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menginvestigasi pengelolaan media sosial Instagram oleh Dinkes Cimahi sebagai media informasi dan edukasi. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang praktik yang ada, tantangan yang dihadapi, kebutuhan masyarakat dalam konteks informasi kesehatan, serta diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi positif untuk meningkatkan kinerja tim Promkes Cimahi dalam mengelola akun Instagram @dinkescimahicare milik Dinkes Cimahi.

Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan dalam pemanfaatan media sosial Instagram oleh Dinkes Cimahi, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan kedepannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana pengelolaan media sosial instagram oleh Promkes Dinas Kesehatan Kota Cimahi sebagai media edukasi dan informasi?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui alasan penggunaan serta proses pengelolaan media sosial Instagram oleh tim divisi Promosi Kesehatan Cimahi sebagai media informasi dan edukasi kesehatan pada akun @dinkescimahicare.
2. Untuk mengetahui cara penyebaran konten informasi dan edukasi kesehatan oleh tim divisi Promosi Kesehatan Cimahi dalam pemanfaatan media sosial Instagram pada akun @dinkescimahicare.
3. Untuk mengetahui cara optimalisasi konten informasi dan edukasi kesehatan oleh tim divisi (Promkes) Cimahi dalam pengelolaan media sosial Instagram pada akun @dinkescimahicare.
4. Untuk mengetahui hambatan yang dialami oleh tim divisi (Promkes) Cimahi dalam pengelolaan media sosial Instagram pada akun @dinkescimahicare.

## **B. Metodologi Penelitian**

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Subjek pada penelitian ini adalah tim Divisi Promkes Dinas Kesehatan Kota Cimahi.

Dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis triangulasi sumber.

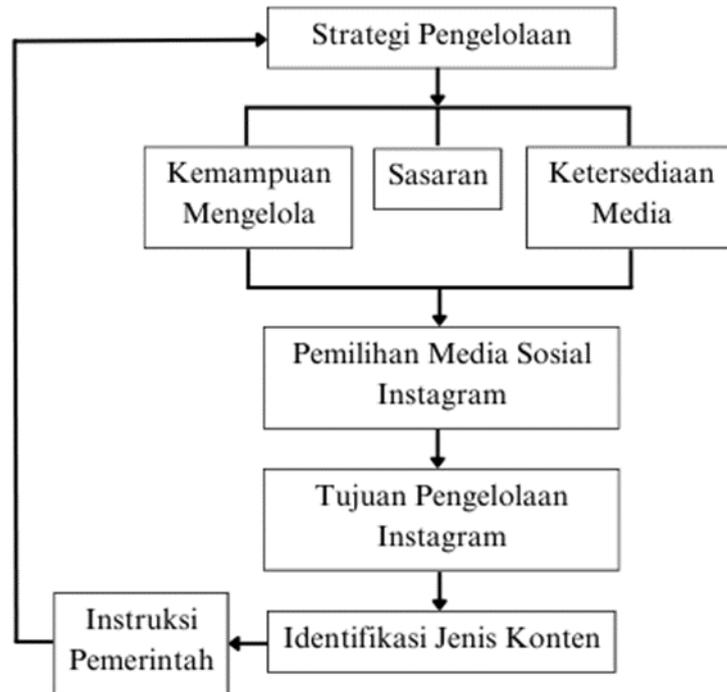
## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Alasan Memilih Media Sosial Instagram sebagai Saluran Media Edukasi dan Informasi Kesehatan**

Temuan penelitian yang ada menjelaskan bahwa alur proses pengelolaan media sosial yang dilakukan tim Promkes Cimahi diawali dengan perancangan strategi pengelolaan yang didasarkan pada aspek kemampuan mengelola media sosial, sasaran yang dituju, serta aplikasi media sosial yang tersedia, dalam hal ini Dinkes Cimahi memiliki 3 media sosial (Facebook, YouTube, Instagram). Hal ini berkaitan dengan salah satu aspek pada teori The Circular Model of SoMe, yaitu manage (pengelolaan), kesiapan tanggung jawab terhadap respon atau tanggapan secepat mungkin pada sebuah percakapan maupun postingan dibagikan melalui media sosial

untuk memenuhi kebutuhan atau kepuasan pengguna lain (Luttrell, 2015). Kemudian, Instagram dipilih sebagai fokus utama tim Promkes dengan tujuan untuk menyebarkan informasi dan edukasi kepada masyarakat. Dari tujuan tersebut, tim Promkes melakukan identifikasi jenis konten yang cocok dengan Dinkes Cimahi, yaitu konten kesehatan. Pemilihan konten kesehatan didasari oleh instruksi pemerintah, dimana Dinkes sebagai pihak yang menjalankan program berkaitan dengan kesehatan, maka perlu memenuhi kebutuhan masyarakat dari segi kesehatan pula. Inilah yang menjadi pertimbangan dari perancangan strategi diawal tadi.

Penjelasan mengenai proses pengelolaan Instagram oleh tim Promkes Cimahi dapat dilihat seperti pada model dibawah ini.



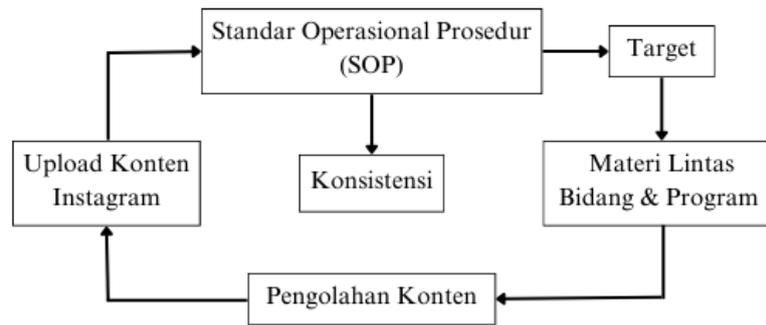
**Gambar 1.** Model Proses Pengelolaan Media Sosial Dinkes Cimahi

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2024.

**Cara Penyebaran Konten dalam Akun Instagram @Dinkescimahicare oleh Tim Divisi Promkes Cimahi**

Temuan penelitian yang ada menjelaskan bahwa ada sistem tersendiri penyebaran konten di Instagram yang dilakukan oleh tim Promkes Cimahi. Dalam melakukan penyebaran konten, tim Promkes memiliki SOP untuk memenuhi target mereka, yang mana dalam satu hari minimal satu konten diunggah. Hal ini juga berkaitan dengan salah satu aspek dari teori The Circular Model of SoMe, yaitu share (penyebaran), dimana menurut Luttrell (2015), sebuah instansi atau perusahaan memungkinkan para konsumen untuk dapat meramaikan komunikasi yang terjadi pada halaman jejaring atau situs media sosial. Adapun karena di Dinkes Cimahi memiliki beragam program kesehatan, maka masing-masing bidang memberikan materi untuk kemudian diolah oleh tim Promkes. Setelah pengolahan selesai akan dilanjut dengan upload konten di akun Instagram @dinkescimahicare. Pelaksanaan upload konten ini dilakukan untuk menjalankan SOP dan memenuhi target upload per harinya demi menjaga konsistensi. Hanya saja dalam pelaksanaannya masih belum optimal sebagaimana yang diharapkan.

Inilah yang coba dioptimalkan oleh tim Promkes melalui pengolahan materi lintas bidang dan program kemudian dijadikan konten yang akhirnya di upload di Instagram Dinkes Cimahi, seperti pada gambar model mengenai sistem penyebaran konten dibawah ini.

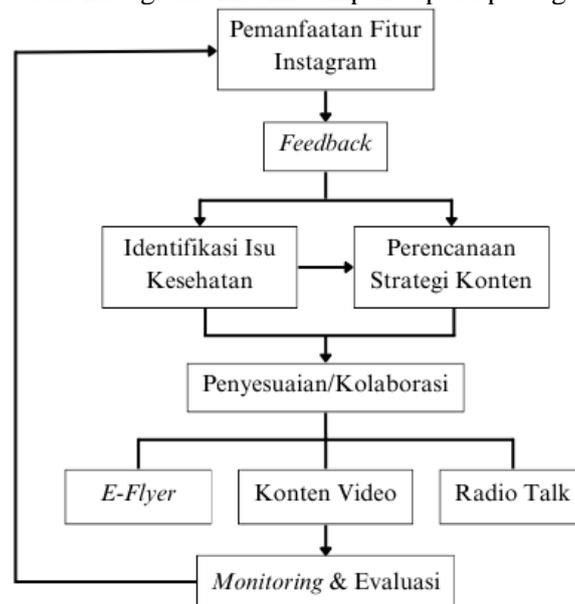


**Gambar 2.** Model Cara Penyebaran Konten Dinkes Cimahi

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2024.

### **Optimalisasi Pengelolaan Konten di Media Sosial Instagram oleh Tim Divisi Promkes Cimahi sebagai Media Edukasi dan Informasi Kesehatan**

Hasil wawancara dan observasi yang dilakukan juga memberikan pemahaman mengenai optimalisasi konten di Instagram yang dilakukan oleh tim Promkes Cimahi. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram, Promkes Cimahi memaksimalkannya untuk memperoleh feedback dari followers. Ketika hasilnya dirasa kurang maksimal, maka tim Promkes melakukan identifikasi mengenai isu kesehatan di masyarakat yang kemudian dibuatlah perencanaan strategi konten yang dianggap sesuai. Ini berkaitan dengan salah satu aspek dari teori The Circular Model of SoMe, yakni optimize (optimalisasi) yang dipahami dengan mencerna dan mempelajari pesan percakapan yang terjadi pada kolom komentar atau direct message dengan maksimal (Luttrell, 2015). Dari strategi tersebut dilakukanlah penyesuaian konten ataupun hingga melakukan kolaborasi yang akhirnya menghasilkan konten kesehatan, baik berupa e-flyer, video, atau konten Radio Talk yang menjadi agenda bulanan Dinkes Cimahi. Hal ini lah yang nantinya diharapkan dapat menghasilkan engagement, yang mana menurut Luttrell (2015) engagement yaitu kertertarikan atau keterlibatan komunikasi di media sosial dengan pengguna lain. Setelah itu, dilakukan monitoring dan evaluasi dari konten-konten yang telah disebar, jika masih perlu optimalisasi, akan kembali pada pemaksimalan penggunaan fitur-fitur dalam Instagram. Hal ini tampak seperti pada gambar model berikut ini.



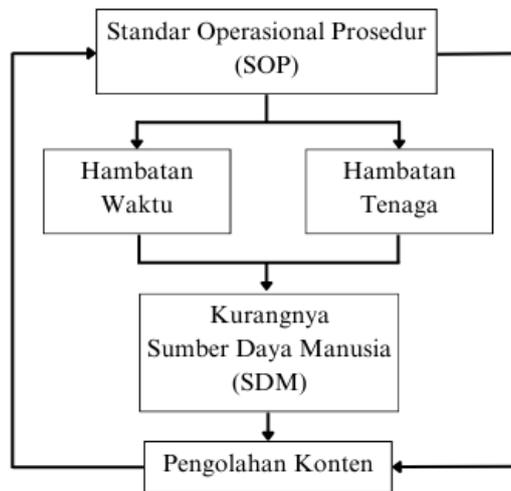
**Gambar 3.** Model Optimalisasi Konten Dinkes Cimahi

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2024.

**Hambatan dalam Mengelola Akun Instagram @Dinkescimahicare yang Dialami oleh Tim Divisi Promkes Cimahi**

Pada penelitian ini diketahui ada beberapa hambatan yang dialami oleh tim Promkes dalam mengelola Instagram Dinkes Cimahi. Dengan berdasar pada SOP yang ada, ternyata pelaksanaannya masih belum dapat maksimal. Ini terjadi karena adanya hambatan dalam pembagian waktu dan jumlah tenaga yang disebabkan oleh kurangnya SDM di tim Promkes. Alhasil tim Promkes tidak mampu menjaga konsistensinya dalam melakukan pengolahan konten, hal ini akhirnya berpengaruh pada jadwal upload konten yang sering tidak sesuai. Jadi, pelaksanaan SOP pengelolaan Instagram Dinkes Cimahi terhambat karena hal-hal tersebut yang berpengaruh pada pengolahan konten.

Untuk memahami kendala dan hambatan yang dialami tim Promkes dalam melakukan pengelolaan media sosial Instagram Dinkes Cimahi dapat dilihat pada gambar model penelitian dibawah ini.



**Gambar 4.** Model Hambatan Pengelolaan Media Sosial Dinkes Cimahi

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2024.

**D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Proses pengelolaan media sosial Instagram oleh tim Promkes Cimahi dilakukan dengan merancang terlebih dahulu strategi pengelolaan yang didasarkan pada kemampuan mengelola, sasaran yang dituju serta ketersediaan media yang dimiliki Dinkes Cimahi. Pemilihan fokus pada pengelolaan Instagram yaitu sebab merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dan tim Promkes Cimahi merasa mampu untuk mengelolanya meski dengan keterbatasan SDM yang ada. Kemudian, pemilihan konten kesehatan merupakan instruksi dari pemerintah dimana Dinkes Cimahi sebagai pihak yang menjalankan program terkait kesehatan.
2. Cara penyebaran konten yang dilakukan oleh tim Promkes didasarkan pada SOP dan target yang ada, yaitu 1 hari 1 upload konten. Hal ini dilakukan dengan bekerjasama dengan bidang serta program lain dalam isi materi konten. Kemudian, konten akan diolah oleh tim Promkes yang nantinya akan di upload pada akun Instagram @dinkescimahicare. Sayangnya sistem ini belum berjalan dengan baik karena terhambat oleh minimnya jumlah SDM yang ada.
3. Optimalisasi pengelolaan konten oleh tim Promkes Cimahi banyak dilakukan dengan memanfaatkan semaksimal mungkin fitur-fitur yang ada di Instagram. Kemudian, untuk memperoleh feedback yang baik melakukan identifikasi isu kesehatan yang sedang terjadi dan menuangkannya pada perencanaan strategi konten. Adapun konten- konten

kesehatan yang dihasilkan berupa e-flyer, video singkat, hingga Radio Talk. Keseluruhan konten tersebut berisi tentang informasi dan edukasi kesehatan yang nantinya akan dilakukan monitoring serta evaluasi setelah di upload dan di respon oleh followers.

4. Hambatan pada pengelolaan media sosial Instagram yaitu pada pengalokasian waktu dan tenaga. Kurangnya SDM dalam tim Promkes mengakibatkan terganggunya pengolahan dan jadwal upload konten. Selain itu, tidak adanya anggaran khusus menjadi kendala dalam optimalisasi pengelolaan Instagram milik Dinkes Cimahi.

### Acknowledge

Penulis ingin menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak M. E. Fuady, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing yang membantu selama proses bimbingan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Yth. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
3. Kepada kedua orang tua dan keluarga yang telah mendukung penulis dalam melaksanakan perkuliahan hingga kini.
4. Kepada seluruh narasumber yang sudah meluangkan waktunya, Pak Saeful, Bu Endri, Pak Zulkifli dan juga Daffa.
5. Semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan penelitian ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

### Daftar Pustaka

- [1] Hairunnisa. (2021). Buku Ajar PENGANTAR HUMAS EDISI 2.
- [2] Kesehatan, K. (2018). *Tugas dan Fungsi Promosi Kesehatan*. Tanggal Akses 1 Mei 2024, Pukul 19.54 WIB. <https://promkes.kemkes.go.id/tugas-dan-fungsi>
- [3] Fuady, M. E. (2020). *Baim Wong, Content Creator, dan Kesalehan Sosial*. 13 Juni. <https://republika.co.id/berita/qbveo3440/baim-wong-content-creator-dan-kesalehan-sosial>
- [4] Nurudin. (2013). Media Sosial Baru dan Munculnya Renovasi Komunikasi Baru. 551253(246), 1.
- [5] Luttrell, R. (2015). *Social Media: How to engage, share and connect*. London: Rowman & Littlefield.
- [6] A. H. Zuhdi and T. M. Umar, "Hubungan antara Citra Merek Universitas Al-Azhar Mesir dengan Minat Santri Melanjutkan Studi," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 31–38, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3764.
- [7] E. Ilyas, "Analisis Media Monitoring terhadap Brand Sari Roti pada Bulan Maret-April 2024," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 15–22, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3747.
- [8] A. Iskandar, M. Ryanto, and T. Patrianti, "Strategi Digital Public Relations PT MAP Boga dalam Industri FnB," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 1–6, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3302.