BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sat ini berkembang dengan sangat pesat. Hampir di seluruh penjuru dunia teknologi menjadi sebuah candu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Segala aspek kehidupan terpengaruh oleh adanya perkembangan teknologi tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi akan mempermudah segala aktivitas kehidupan manusia.

Meningkatya penggunaan media sosial membuat kehidupan sosial manusia menjadi semakin berkembang. Media sosial adalah sebuah sarana, alat yang berfungsi untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dengan menggunakan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dalam skala besar dan cakupan yang luas tapa adanya batasan waktu dan jarak. Kehadiran media sosial saat ini dijadikan sebagai suatu wahana interaksi pergaulan dunia maya atau dunia *online*.

Mengingat di zaman *modern* yang serba canggih seperti sekarang ini, media sosial seakan mampu dijadikan sebagai pengganti media massa konvensional dalam menyebarkan informasi. Media sosial bukan lagi dianggap sebagai alternatif untuk

memudahkan penyebaran informasi dan komunikasi, tetapi beralih fungsi menjadi salah satu *platform* utama dalam penyampaian pesan.

Media sosial menggerakan para penggunanya untuk bisa terbuka terhadap perkembangan teknologi dan komunikasi. Para penggunanya bisa dengan mudah mengekspresikan ide, gagasan atau pendapatnya kedalam sebuah aplikasi khusus jejaring sosial. Selain mampu memudahkan dalam mengakses berita dan informasi, hadirnya media sosial memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk mampu berkomunikasi sesama pengguna di seluruh dunia.

Pada awal kemunculannya, jejaring sosial merupakan sebuah layanan jaringan atau situs yang memfasilitasi jaringan sosial yang memiliki ketertarikan atau aktivitas yang sama. Sederhananya, perkembangan media baru (termasuk jejaring sosial) dapat ditunjukkan dengan munculnya masyarakat maya (*virtual/cyber community*), (Nurudin, 2012:41).

Media sosial yang pada awalnya hanya bertujuan untuk menjalin komunikasi non verbal dengan rang lingkup kecil untuk suatu tujuan tertentu, berkembang menjadi, sarana komunikasi, informasi, interaksi, dan promosi pada era digital. Sehingga tidak hanya sebatas menjadi media pergaulan sosial. Semakin bertambahnya kemampuan intelektual dan inovasi, perkembangan teknologi dalam membentuk fenomena era digital, maka dari itu lahirlah berbagai jenis media sosial yang tumbuh menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Media sosial

dengan berbagai karakteristik dan keunggulannya masing-masing telah lair dan terbentuk sebagai sarana yang dianggap mampu membantu kehidupan manusia. Menurut We Are Social, sebuah perusahaan yang melakukan kajian pemanfaatan digital sosial dan handphone di seluruh dunia, menyatakan bahwa pengguna internet di dunia per Januari 2021 berjumlah 4,66 milvar atau 59,5 % populasi dan pengguna media sosial berjumlah 4,20 milyar atau 53,6 % dengan peringkat 5 besar platform terbanyak digunakan yaitu Facebook (2,740 juta orang), Youtube (2,291 juta orang), Whatsapp (2,000 juta orang), Facebook Messenger (1,300 juta orang) dan Instagram (1,221 juta orang).

Salah satu aplikasi media sosial yang tengah marak dikalangan para penggunanya saat ini adalah aplikasi berbasis foto dan video yaitu Instagram. Instagram hadir sebagai salah satu media sosial yang mampu memberikan tempat bagi para penggunanya untuk dapat dengan mudah dan leluasa dalam mengakses foto dan video, serta membantu para penggunanya untuk berinteraksi, membagikan pengalaman dan informasi dalam cakupan luas.

Asia Tenggara menduduki peringkat 6 dalam penggunaan sosial media terbanyak di dunia, yaitu sebesar 69 %. Sedangkan data pengguna internet per negara menunjukkan data pengguna internet di Indonesia per Januari tahun 2021 sebanyak 202,6 juta orang atau 73,3 % populasi dengan pengguna media sosial berjumlah 170 juta orang atau 61,8 %. Dari total populasi atau jumlah penduduk di Indonesia yaitu 274,9 juta jiwa, didapat data 5 platform media sosial yang paling banyak digunakan

diantaranya Youtube (93,8%), Whatsapp (87,7%), Instagram (86,6%), Facebook (85,5%), dan Iwitter (63,6%) (Global Socially Led Creative Agency We are Social, 2021). Kemudian hasil survey yang dilakukan ole Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menyebutkan bahwa pada tahun 2019-2020 penetrasi pengguna internet mash memiliki persentase paling tinggi di pulau Jawa. Dengan persentase yaitu DKI Jakarta sebesar 85 %, Banten 78,5 % dan Jawa Tengah 76,8 % (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020)

Media sosial berpotensi untuk melakukan promosi kesehatan dan intervensi kesehatan. Keefektifan media sosial dalam promosi kesehatan terbukti meningkatkan pemahaman dan memberikan dukungan kepada masyarakat untuk terus hidup sehat (Leonita, 2018). Kehadiran media sosial memperluas jangakauan organisasi, mendukung permintaan pasien dalam membuat janji temu kunjungan di fasilitas kesehatan, serta dapat meningkatkan citra organisasi maupun individu tenaga medis (Kotsenas, 2018). Media sosial memegang peran penting dalam akses dan penyebaran informasi kesehatan. Pengaksesan informasi kesehatan dapat dilakukan dengan mudah secara daring dan dapat diakses ole siapapun. Selain pengaksesan informasi di media sosial ole masyarakat, media sosial juga berperan penting dalam penyebarluasan informasi kesehatan ole berbagai fasilitas pelayanan kesehatan khususnya rumah sakit sebagai media pendukung reputasi dan kemampuannya untuk menarik pasien (Griffis, 2014).

Menurut Pasal 1 Undang-undang Nomor 14 Tahun 2009, Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan

perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Pelayanan kesehatan paripurna maksudnya adalah pelayanan kesehatan yang meliputi promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif. Rumah sakit berkewajiban untuk melaksanakan promosi kesehatan rumah sakit dan pelayanan kesehatan bagi masyarakat, dimana salah satunya ialah menyediakan informasi kesehatan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Instagram merupakan sebuah aplikasi *Microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan. Aplikasi *mobile* berbasis iOS, Android, dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, meng-edit, dan mem-*posting* foto tau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto tau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feeds pengguna lain yang menjadi *follower* pengguna. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. Following artinya mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan, atau dapat melakukan direct message kepada satu sama lainnya. Instagram di kembangkan ole Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri, Burn. Inc. Sampai akhirnya diakusisi oleh facebook pada tahun 2012.

Instagram sebagai media sosial berbasis foto dan video, tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan untuk berbagai sarana. Instagram kemudian dipandang sebagai media sosial dengan efek yang luar biasa dan menjanjikan. Pemanfaatan media sosial ini pun semakin berkembang, sebagai media komunikasi dan informasi, bahkan sebagai media branding yang cukup meyakinkan. Hal ini akhirnya menjadi perhatian beberapa instansi yang kemudian memanfaatkan untuk menjadi media informasi tentang perusahaan mereka dalam memberikan layanan publik.

Salah satu instansi yang turut memanfaatkan penggunaan media sosial adalah Rumah Sakit Karya Medika II Tambun Bekasi. Rumah sakit ini berlokasi di Jalan Raya Tambun, No. 50, Tambun, Bekasi. Lokasi yang strategis membuat masyarakat mudah untuk mengunjungi RS ini. Selain itu, RS ini juga memiliki akses yang mudah dari berbagai arah. Rumah Sakit Karya Medika II menyediakan layanan kesehatan yang berkualitas dengan tenaga medis yang terampil dan terlatih. RS Karya Medika II merupakan rumah sakit umum yang melayani pasien untuk memenuhi kebutuhan kesehatan dasar. RS ini memiliki berbagai fasilitas dan layanan yang memadai seperti instalasi gawat darurat, rawat inap, farmasi, laboratorium, radiologi, dan lain-lain.

Tidak ingin tertinggal perkembangan zaman, Rumah Sakit Karya Medika II memanfaatkan media sosial Instagram dalam berinovasi sebagai media komunikasi untuk melakukan penyebaran informasi kesehatan kepada khalayak luas khususnya para *followers* Instagram @rskaryamedika2. Seiring dengan berkembangnya

teknologi informasi dan komunikasi pemanfaatan media sosial dalam menyebarkan sebuah informasi akan menjadi efektif, hal tersebut terjadi karena harus bersaing di era milenial ini agar tetap eksis dan dapat dikenali oleh masyarakat.

Media sosial instagram dipilih oleh Rumah Sakit Karya Medika II sebagai media sosial yang dapat mempermudah proses penyebaran informasi dan berita melalui visual. Akun instagram yang dimiliki Rumah Sakit Karya Medika II ini berisikan konten-konten berita tentang semua informasi dan kegiatan seputar kesehatan. Penyebaran informasi lewat media sosial Instagram dinilai cukup efektif, dikarenakan pengguna instagram pada masa kini sudah sangat pesat. Sehingga proses penyebaran informasi bisa lebih mudah dan cepat.

Penelitian ini berkesinambungan dengan empat aspek melalui teori *The Circular Model of Some* yang merupakan sebuah model yang diciptakan oleh Regina Luttrell untuk memudahkan praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial menurut Fadillah Tessa (2018:32). Pada model *some* terdapat 4 aspek yang sangat penting bagi praktisi mengembangkan suatu strategi. Pada model *some* ini umumnya berbentuk melingkar dan saling berkaitan antara satu dengan yang lain, hal ini karena media sosial dapat menciptakan suatu percakapan yang terus berkembang. Diantaranya ada aspek *Share, Optimize, Manage dan Engage*.

Mengetahui betapa pentingnya penelitian ini sebagai bahan kajian di bidang kehumasan, peneliti ini dapat memahami bagaimana berbagai kelompok, instansi, organisasi, maupun perusahaan jasa agar mamapu memanfaatkan media sosial sebagai sarana penunjang kegiatan dengan berbagai fungsi dan tujuan, antara lain dapat mempengaruhi, menerima, memberikan informasi dan berinteraksi melalui media sosial.

Penelitian ini diharapkan dapat mengurangi hambatan komunikasi digital terjadi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai media komunikasi dan informasi Rumah Sakit Karya Medika II Tambun Bekasi

. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini berjudul "Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Rumah Sakit Karya Medika 2 Tambun Bekasi".

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian diatas, maka ditentukan fokus penelitian yang akan digunakan untuk membatasi penelitian ini. Hal ini dimaksudkan agar penelitian ini tetap berada pada jalurnya, dan memiliki relevansi yang sesuai dengan permasalahan dan tujuan. Oleh karena itu, yang menjadi fokus utama dalam penelitian in adalah sebagai berikut:

"Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi oleh akun @rskaryamedika2 kepada *follower*snya?"

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, maka terdapat pertanyaan penelitian untuk dapat menggambarkan secara mum tentang peran media sosial oleh akun @rskaryamedika2. Pertanyaan penelitian tersebut adalah:

1. Bagaimana kegiatan *share* pada akun instagram @rskaryamedika2 sebagai media komunikasi?
2. Bagaimana kegiatan *optimize* pada akun instagram @rskaryamedika2 sebagai media komunikasi?
3. Bagaimana kegiatan *manage* pada akun instagram @rskaryamedika2 sebagai media komunikasi?
4. Bagaimana kegiatan *engage* pada akun instagram @rskaryamedika2 sebagai media komunikasi?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Pertanyaan Penelitian diatas, dan untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan penelitian diatas. Berikut paparan tujuan penelitian tersebut:

1. Untuk memaparkan kegiatan *share* pada akun instagram @rskaryamedika2 sebagai media komunikasi.

2. Untuk memaparkan kegiatan *optimize* pada akun instagram @rskaryamedika2 sebagai media komunikasi.
3. Untuk memaparkan kegiatan *manage* pada akun instagram @rskaryamedika2 sebagai media komunikasi.
4. Untuk memaparkan *engage* pada akun instagram @rskaryamedika2 sebagai media komunikasi.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu berkaitan dengan judul penelitian. Kegunaan ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu Kegunaan Teoritis dan Kegunaan Praktis yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Adapun, jenis dari kegunaan penelitian yaitu:

1.3.1.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan dan mengembangkan ilmu komunikasi, selain itu dapat menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi, serta dapat memberikan penambahan ilmu mengenai pemanfaatan media sosial sehingga dapat bermanfaat dalam variasi penggunaan media sosial.

1.3.1.2 Kegunaan Praktis

1. Secara praktis, penelitian ini menjadi sarana untuk menimba pengalaman baru dalam pemanfaatan media sosial. Bagi media sosial yang bersangkutan,

penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi akun @rskaryamedika2 mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai media informasi dan komunikasi kepada masyarakat luas salah satunya kepada semua followers.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan, pemikiran, dan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi peneliti komunikasi lain yang mengambil objek serupa.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan berusaha menjadi bahan pertimbangan dalam bahan referensi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan pemanfaatan media sosial.