PEDOMAN

PENGELOLAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO

RSST

KEMENTERIAN KESEHATAN RI

DIREKTORAT JENDERAL PELAYANAN KESEHATAN

RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO

TAHUN 2023

KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PELAYANAN KESEHATAN
RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO
Jalan KRT. dr. Soeradji Tirtonegoro Nomor 1 Klaten
Telp : (0272) 321020 Fax : (0272) 321104 E-mail : rsupsoeradji_klaten@yahoo.com
RSST

KEPUTUSAN DIREKTUR UTAMA
RUMAH SAKIT UMUM PUSAT DR. SOERADJI TIRTONEGORO
NOMOR : HK.02.03/III.3.1/ 4800 /2023

TENTANG

PEDOMAN PENGELOLAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DIREKTUR UTAMA RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO,

Menimbang :

a. bahwa dalam rangka meningkatkan komunikasi dan penyebaran informasi di bidang kesehatan yang profesional serta berintegritas kepada publik dengan penggunaan media digital, maka diperlukan pengelolaan media sosial yang terencana, efektif dan berkelanjutan;
b. bahwa agar dalam pengelolaan dan pemanfaatan media sosial berjalan dengan baik, perlu disusun pedoman bagi pengelolaan dan pemanfaatan media sosial untuk komunikasi dan pelayanan informasi optimal, efektif, efisien, dan akuntabel;
c. bahwa berdasarkan pertimbangan pada huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Keputusan Direktur Utama tentang Pedoman Pengelolaan dan Pemanfaatan Media Sosial di Lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro;

Mengingat :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik;
3. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik;
4. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
5. Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Instansi Pemerintah;
6. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Umum Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah;

7 Peraturan .....

7. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 81 Tahun 2015 tentang Pedoman Umum Kehumasan Bidang Kesehatan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1971)
8. Surat Edaran Sekjen Kementerian Kesehatan Nomor HK.02.02/III/2438/2018 Tentang Tata Tertib Penggunaan Media Sosial Bagi Pegawai di Lingkungan Kementerian Kesehatan.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN DIREKTUR UTAMA TENTANG PEDOMAN PENGELOLAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO.

KESATU : Menetapkan Pedoman Pengelolaan dan Pemanfaatan Media Sosial Di Lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan ini.

KEDUA : Pedoman Pengelolaan dan Pemanfaatan Media Sosial Di Lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU, agar dapat dilaksanakan dan digunakan sebagai acuan dalam memberikan pelayanan Informasi dan kehumasan.

KETIGA : Segala biaya yang timbul terkait dengan Keputusan ini, dibebankan pada DIPA RSUP dr. Soeradji Tirtonegoro.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, dengan catatan apabila di kemudian hari ternyata terdapat ketidaksesuaian, akan dilakukan penyempurnaan sebagaimanamestinya.

Ditetapkan di Klaten
Pada tanggal 27 Februari 2023

DIREKTUR UTAMA,

ENDANG WIDYASWATI

LAMPIRAN

KEPUTUSAN DIREKTUR UTAMA

RUMAH SAKIT UMUM PUSAT DR. SOERADJI TIRTONEGORO

NOMOR : HK.02.03/III.3.1/ 4800 /2023

TENTANG

PEDOMAN PENGELOLAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
SK DIREKTUR UTAMA ii
DAFTAR ISI vi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Maksud dan Tujuan 3
C. Sasaran 4
D. Asas 4
E. Ruang Lingkup 5
F. Manfaat 5
G. Pengertian Umum 5
BAB II DASAR-DASAR MEDIA SOSIAL DI INSTANSI PEMERINTAH 7
A. Gambaran Umum 7
B. Dasar-Dasar Media Sosial 7
C. Prinsip Media Sosial Humas Pemerintah 8
D. Etika Media Sosial 8
E. Jenis Media Sosial 9
F. Khalayak 9
G. Sarana dan Prasarana Media Sosial 10
BAB III PENGELOLAAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL 11
A. Perencanaan Media Sosial 11
B. Kegiatan Media Sosial 12
C. Strategi Media Sosial 12
D. Langkah Pelaksanaan Media Sosial 12
E. Pemantauan dan Evaluasi Media Sosial 13
F. Jangkauan 14
G. Frekuensi dan Lalu-Lintas Percakapan 14
H. Pengaruh 15
I. Percakapan dan Keberhasilan 15
J. Keberlanjutan 15
BAB IV PENUTUP 16

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu tugas humas RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro adalah menyebarluaskan informasi dan kebijakan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro kepada publik, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik guna menjaga citra dan reputasi RSUP dr. Soeradji Tirtonegoro. Untuk itu, diperlukan upaya-upaya kreatif dan persuasif dalam pelaksanaan misi tersebut.

Humas RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro harus mengomunikasikan kebijakan, rencana kerja, dan capaian kinerja kepada masyarakat luas, melalui media tradisional, media konvensional, dan media baru. Komunikasi yang menggunakan media baru atau teknologi internet dapat menjangkau langsung dan cepat kepada semua pihak.

Populasi pengguna internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan meningkatnya pembangunan infrastruktur teknologi informasi di Indonesia dan program pemerintah yang memperkenalkan sarana internet hingga ke pelosok Indonesia. Pertumbuhan pengguna internet semakin berlipat ganda, seiring dengan pertumbuhan penjualan telepon seluler pintar *(smart phone)* yang dapat mengakses internet bergerak *(mobile)* sehingga khalayak dapat mengakses internet di mana saja dan kapan saja.

Sepuluh besar situs *(website)* yang paling banyak dikunjungi pengguna internet di Indonesia tahun 2022 adalah situs-situs media sosial, seperti *Youtube, WhatsApp, Instagram, Tiktok, Facebook, Telegram, Twitter, Messenger, Line,* dan *Pinterest.* Pengguna internet di Indonesia sebagian besar menggunakan media sosial dan diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah masyarakat yang menggunakan internet. Selain itu, masyarakat juga banyak mengunjungi portal berita, seperti *detik.com, kompas.com, vivanews.com, okezone.com,* dan kapanlagi.com.

Penggunaan media sosial telah membentuk dan mendukung cara baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi. Media sosial menawarkan cara yang lebih cepat dan tepat untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi melalui daring (dalam jaringan/*online).*

Dengan melihat efektivitas media sosial dalam membangun komunikasi dan interaksi dengan masyarakat, RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro harus mampu memanfaatkan media sosial dalam hubungan masyarakat untuk meraih perhatian dan dukungan khalayak luas serta tidak lagi semata-mata bertahan dengan cara-cara komunikasi yang konvensional.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi tersebut, humas RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro menggunakan berbagai bentuk media komunikasi berbasis internet seperti situs website dan media sosial.

Media sosial yang bersifat dua arah dan terbuka, memungkinkan para penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Media sosial berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan aplikasi berbasis internet, yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi internet yang bersifat dua arah (*Web 5.0*), yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran isi antarpengguna.

Komunikasi melalui media sosial dapat dilakukan antarindividu, individu dan institusi, institusi dan individu, serta antarlembaga. Media sosial menghubungkan dan mempersatukan khalayak yang memiliki minat dan kepentingan yang sama, tanpa dibatasi faktor geografi, profesi, usia, dan sekat-sekat lainnya. Media sosial hadir sebagai alat komunikasi dua arah yang efektif dan intensif.

Kehadiran media sosial telah menambah sarana penyebaran informasi, opini publik, dinamika percakapan dan diskusi, bahkan telah mengubah perilaku dan gaya hidup masyarakat, khususnya di wilayah-wilayah yang telah terjangkau infrastruktur komunikasi dan informatika.

Penggunaan dan pemanfaatan media sosial merupakan salah satu cara dalam mempromosikan serta menyebarluaskan program dan kebijakan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro serta berinteraksi dan menyerap aspirasi masyarakat sehingga mencapai saling pengertian untuk kepentingan bersama antara RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan masyarakat. Pengguna media sosial pada akhirnya membangun sebuah komunitas sehingga terjalin komunikasi yang intensif. Proses komunikasi karena ketertarikan yang sama terhadap suatu hal akan cepat membangun opini publik yang berdampak pada citra dan reputasi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro. Oleh karena itu, pada masa sekarang dan akan datang, humas RSUP dr. Soeradji Tirtonegoro perlu memperhatikan peran media sosial serta terlibat secara

aktif di dalamnya.

Saat ini RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro telah menggunakan beberapa media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi kehumasan dan pemasaran. Media sosial terbukti mampu melibatkan khalayak secara aktif dan menjaring masukan dari berbagai kalangan sehingga menciptakan kearifan orang banyak *(wisdom of the crowd)*. Oleh karena itu, media sosial RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro harus dikelola dengan baik dan bijak. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi kehumasan dan pemasaran dapat membawa dampak positif maupun negatif. Berbagai masukan dan komentar, baik positif maupun negatif, harus dikendalikan agar dapat meningkatkan citra RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro.

Penggunaan media sosial atas nama RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro perlu disertai aturan dan pengendalian yang tegas dan mengikat serta pengelolaan yang professional agar tidak mengakibatkan ketidakjelasan pesan dan kebingungan khalayak yang berdampak negatif bagi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro.

Untuk menunjang hal-hal tersebut di atas, perlu disusun Pedoman Pengelolaan Dan Pemanfaatan Media Sosial di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro sebagai acuan dalam menjalankan mekanisme pengelolaan media sosial serta menjadi acuan bagi pembuatan petunjuk pelaksanaan/ petunjuk teknis pengelolaan media sosial di Lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro.

Pemanfaatan media sosial ini sejalan dengan ketentuan dalam reformasi birokrasi, antara lain pemanfaatan teknologi informasi *(e-Government)*, strategi komunikasi, manajemen perubahan (*change management*), manajemen pengetahuan (*knowledge management*), dan penataan tata laksana (*business process*).

B. Maksud dan Tujuan

1. Maksud

   Pedoman Pengelolaan dan Pemanfaatan Media Sosial di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dimaksudkan sebagai acuan dalam penyusunan petunjuk pelaksanaan pemanfaatan media sosial di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro.

2. Tujuan

   Tujuan Pedoman Pengelolaan dan Pemanfaatan Media Sosial di

lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro adalah menciptakan keterbukaan, komunikasi yang efektif dan interaktif, serta saling menguntungkan antara RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan pemangku kepentingan dalam penyelenggaraan kegiatan.

C. Sasaran

Sasaran Pedoman Pemanfaatan Media Sosial di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro adalah

1. Tercapainya kesamaan pemahaman pemanfaatan media sosial sebagai salah satu peranti hubungan masyarakat di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro;
2. Terselenggaranya hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan media;
3. Terwujudnya keterpaduan pengelolaan media sosial secara optimal, efektif, dan efisien; dan
4. Terciptanya media sosial yang menghasilkan reputasi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro yang semakin baik.

D. Asas

Asas media sosial meliputi:

1. faktual, yaitu informasi yang disampaikan melalui media sosial berlandaskan pada data dan fakta yang jelas dengan mempertimbangkan kepentingan umum;
2. disampaikan melalui media sosial sehingga dapat diakses dengan mudah dan diketahui oleh siapa saja, kapan saja, di mana saja dalam menyampaikan pesan secara benar, jujur, dan apa adanya;
3. keikutsertaan (*participation*) dan keterlibatan (*engagement*), yakni penyampaian informasi melalui media sosial yang diarahkan untuk mendorong keikutsertaan dan keterlibatan khalayak dengan cara memberikan komentar, tanggapan, dan masukan kepada RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro;
    a. Interaktif, yakni komunikasi yang dilakukan oleh RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro melalui media sosial bersifat dua arah;
    b. Harmonis, yaitu komunikasi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro melalui media sosial yang diarahkan untuk menciptakan hubungan sinergis yang saling menghargai, mendukung, dan menguntungkan di antara

berbagai pihak yang terkait;

c. Etis, yaitu pelaksanaan komunikasi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro melalui media sosial yang menerapkan perilaku sopan, sesuai dengan etika dan kode etik yang ditetapkan, serta tidak merugikan orang lain dan menimbulkan konflik;
d. Kesetaraan, yaitu terbina hubungan kerja yang baik dan setara antara RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan pemangku kepentingan;
e. Profesional, yaitu pengelolaan media sosial yang mengutamakan keahlian berdasarkan keterampilan, pengalaman, dan konsistensi;
f. Akuntabel, yaitu pemanfaatan media sosial yang dapat dipertanggungjawabkan.

E. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pedoman ini meliputi dasar-dasar media sosial di di lingkungan RSUP dr. Soeradji Tirtonegoro dan pengelolaan pemanfaatan media sosial.

F. Manfaat

Manfaat pedoman umum ini adalah meningkatnya pengertian dan pemahaman pengelolaan media sosial di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dalam berhubungan dengan pemangku kepentingan secara optimal, efektif, dan efisien.

G. Pengertian Umum

Pengertian umum dalam pedoman ini meliputi hal-hal berikut.

1. Hubungan masyarakat adalah usaha yang direncanakan secara berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara saling pengertian antara RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dengan publiknya.
2. Hubungan masyarakat di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro, untuk selanjutnya disebut humas RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro, adalah unit kerja humas dan/ atau praktisi humas di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien, untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif bagi RSUP

Dr. Soeradji Tirtonegoro.

3. Unit kerja humas adalah unit organisasi di RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro yang melakukan fungsi manajemen bidang informasi dan komunikasi kepada publiknya.
4. Praktisi humas di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro adalah individu yang pekerjaan dan/atau jabatannya melaksanakan tugas dan fungsi kehumasan di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro.
5. Media sosial adalah media berbasis internet yang bersifat dua arah *(Web Society 5.0)* dan terbuka bagi siapa saja, yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berinteraksi, berpartisipasi, berdiskusi, berkolaborasi, berbagi, serta menciptakan dan berbagi isi.

BAB II
DASAR-DASAR PENGELOLAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO

A. Gambaran Umum

Pertumbuhan pengguna media sosial dalam beberapa tahun terakhir sangat pesat. Penggunaan media sosial di Indonesia mulai berkembang cepat seiring dengan meningkatnya infrastruktur internet di Indonesia. Penggunaan media sosial semakin banyak. Jumlah pengguna media sosial meningkat dari seluruh pengguna internet di Indonesia.

Dengan jumlah pengguna yang sangat besar dan infrastruktur internet yang terus berkembang, media sosial menjadi salah satu perangkat komunikasi yang digunakan oleh RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro yang sangat efektif dan efisien dalam menjangkau khalayak di Indonesia.

B. Dasar-Dasar Media Sosial

Dalam membangun hubungan yang baik antara RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro, khususnya yang melaksanakan tugas kehumasan, perlu diwujudkan sinergi dan harmonisasi yang saling membutuhkan dan menguntungkan serta berkelanjutan. Data, informasi, dan fakta yang disampaikan harus benar-benar bermanfaat bagi masyarakat.

Media sosial harus dapat mengakomodasikan kepentingan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan masyarakat. RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro, dalam hal ini unit kerja terkait humas, promosi kesehatan, dan pemasaran, harus dapat menyediakan dan menyampaikan informasi secara akurat, efisien, efektif, dan terjangkau sehingga komunikasi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dengan pemangku kepentingan berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Manfaat media sosial di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro, antara lain:

1. Menyebarluaskan informasi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro agar menjangkau masyarakat;
2. Membangun peran aparatur RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan masyarakat melalui media sosial;
3. Menyosialisasikan strategi dan tujuan pembangunan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro di masa depan;

4. Membangun interaksi antara RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan masyarakat;
5. Meningkatkan kesadaran dan peran serta masyarakat terhadap kebijakan dan program RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro;
6. Menggali aspirasi, opini, dan masukan masyarakat terhadap kebijakan dan program RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro.

Kategori manfaat yang dapat diperoleh dalam menggunakan media sosial meliputi

1. Efisiensi, yaitu dengan sumber daya yang relatif lebih sedikit dapat menjangkau masyarakat dengan cepat;
2. Kemudahan layanan dan kenyamanan pengguna, yaitu mampu memberikan layanan masyarakat secara daring *(e-public service)* yang dapat diakses 24 jam 7 hari seminggu dari seluruh dunia;
3. Keterlibatan masyarakat, yaitu partisipasi masyarakat yang lebih besar dalam proses demokrasi (*e-Democracy*).

C. Prinsip Media Sosial di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro

Media sosial humas RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro berprinsip sebagai berikut:

1. Kredibel, yakni menjaga krediblitas sehingga informasi yang disampaikan akurat, berimbang, dan keterwakilan;
2. Integritas, yakni menunjukkan sikap jujur dan menjaga etika;
3. Profesional, yakni memiliki pendidikan, keahlian, dan keterampilan di bidangnya;.
4. Responsif, yakni menanggapi masukan dengan cepat dan tepat;
5. Terintegrasi, yakni menyelaraskan penggunaan media sosial dengan media komunikasi lainnya, baik yang berbasis internet (*on-line*) maupun yang tidak berbasis internet (*off-line*);
6. Keterwakilan, yakni pesan yang disampaikan mewakili kepentingan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro, bukan kepentingan pribadi.

D. Etika Media Sosial

Praktisi humas RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro perlu menegakkan etika media sosial, yakni

1. Menjunjung tinggi kehormatan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro;
2. Memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas;

3. Menjaga rahasia negara dan melaksanakan sumpah jabatan;
4. Menegakkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro;
5. Menghormati kode etik pegawai negeri;
6. Menyampaikan dan menerima informasi publik yang benar, tepat, dan akurat;
7. Menghargai, menghormati, dan membina solidaritas serta nama baik RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan perorangan;
8. Melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

E. Jenis Media Sosial

Media sosial di lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro terdiri atas:

1. Website : rsupsoeradji.id
2. Email : rsupsoeradji_klaten@yahoo.com
3. Youtube channel : Humas RSST
4. Facebook : Rsup Soeradji Tirtonegoro
5. Instagram : @rsupsoeradji
6. Tiktok : rsupsoeradi

F. Khalayak

Berdasarkan segmentasi teknografis sosial terdiri dari tujuh kelompok:

1. *Creators,* yakni khalayak yang memiliki sejumlah media sosial dan aktif mengisi dan memperbaharui (*up-date*);
2. *Conversationalists,* yakni khalayak yang aktif membangun percakapan dengan memperbaharui status (*up-date status*) atau *tweet*-nya pa*ling* sedikit seminggu sekali;
3. *Critics,* yakni khalayak yang lebih banyak menanggapi isi yang dibuat orang lain daripada mengunggah gagasan atau karyanya sendiri;
4. *Collectors;* khalayak yang gemar mengikuti berbagai media sosial, mengunduh isinya dan menyimpannya dengan teratur;
5. *Joiners,* yakni khalayak yang gemar bergabung di berbagai media jejaring sosial;
6. *Spectators:* khalayak yang gemar membaca berbagai media sosial, menonton video di YouTube, mengunduh (*down-load*) musik dari internet, mengikuti diskusi di berbagai forum media sosial, dan

mengulas isinya, tetapi cenderung tidak memberikan komentar, penilaian *(rating),* atau me-*retweet* dan berbagi informasi atau pesan yang diterimanya;

7. *Inactive*, yakni khalayak yang tidak memiliki atau mengikuti media sosial apa pun;

G. Sarana dan Prasarana Media Sosial

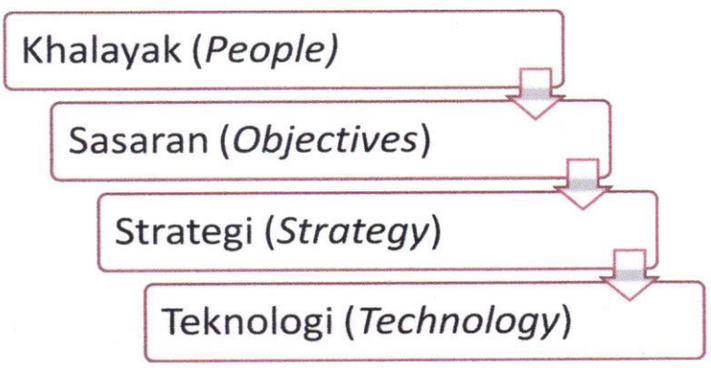
Untuk menyelenggarakan komunikasi kehumasan melalui media sosial, diperlukan sarana komputer (*personal, notebook, netbook*, atau *tablet computer)* dan prasarana (jaringan listrik serta jaringan internet) yang terkoneksi dengan menggunakan modem atau fasilitas *wi-fi* atau menggunakan telepon seluler cerdas.

BAB III

PENGELOLAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL

A. Perencanaan Media Sosial

Secara sederhana, perencanaan media sosial dapat dilakukan dengan metode *People-Objectives-Strategy-Technique* (*POST*) yang merupakan empat tahapan yang sangat penting dalam mengembangkan strategi media sosial.



Bagan 1 Tahapan Pengembangan Strategi Media Sosial

1. Khalayak (*people*) adalah penetapan khalayak yang menjadi sasaran komunikasi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan perilaku *online* khalayak, yang didasarkan pada segmentasi teknografis sosial.
2. Sasaran (*objectives*) adalah penentuan sasaran yang didasarkan pada kebutuhan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro (mendengarkan aspirasi khalayak dalam memperoleh masukan, menyosialisasikan informasi untuk membangun kesadaran, atau memberdayakan khalayak).
3. Strategi (*strategy*) adalah cara RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro menentukan hubungan dengan khalayak.
4. Teknologi (*technologies*) adalah penentuan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan.

Beberapa tujuan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dalam pemanfaatan media sosial adalah

1. Menyimak *(listening),* yaitu RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro menggunakan media sosial untuk memahami dan menyerap aspirasi kebutuhan khalayak;
2. Berbicara *(talking),* yaitu RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan pesan dan informasi;
3. Menyemangati *(energizing),* yaitu RSUP dr. Soeradji Tirtonegoro

menggunakan media sosial untuk membangun semangat dan keterlibatan serta mendorong khalayak menyebarluaskan pesan melalui percakapan dari mulut ke mulut *(word-of-mouth)* dan komunikasi viral (melalui internet);

4. Mendukung *(supporting),* yaitu RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro menggunakan media sosial untuk membantu khalayak agar saling mendukung sehingga tercipta dukungan yang lebih besar;
5. Merangkul *(embracing),* yaitu RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro menggunakan media sosial untuk melibatkan khalayak ke dalam kegiatan RS, termasuk dalam memberikan masukan, saran, gagasan, dan/atau tindakan nyata.

B. Kegiatan Media Sosial

Kegiatan media sosial merupakan bagian terpadu dari kegiatan komunikasi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro secara menyeluruh. Oleh karena itu, kegiatan tersebut harus diselaraskan dengan kebijakan umum RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro. Kebijakan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro yang memiliki akun media sosial tersebut harus tercermin dalam isi media sosial.

Untuk mengelola hubungan masyarakat dengan memanfaatkan media sosial digunakan akun resmi RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dengan penanggung jawab *(administrator)* dari unit kerja yang terkait untuk dan atas nama pemimpin RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro. Penanggung jawab berhak sepenuhnya untuk mengunggah informasi yang berkaitan dengan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro serta menanggapi atau menjawab komentar, pendapat, masukan, dan saran khalayak. Dalam pelaksanaan sehari-hari ditunjuk petugas yang khusus mengelola media sosial RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro.

C. Strategi Media Sosial

Strategi media sosial dilakukan dengan merancang pesan yang tepat untuk khalayak sasaran dan menyebarluaskannya pada media sosial yang tepat.

D. Langkah Pelaksanaan Media Sosial

Langkah pelaksanaan media sosial adalah sebagai berikut:

1. Menentukan khalayak sasaran yang tepat sesuai dengan segmentasi

teknografis;

2. Memilih, membuat, dan menggunakan akun media sosial yang sesuai dengan khalayak sasaran;
3. Membuat dan mengunggah pesan dengan melakukan *tagging;*
4. Memantau percakapan;
5. Menjawab komentar, masukan, atau pertanyaan khalayak;
6. Menganalisis dan menyarikan seluruh masukan khalayak *(wisdom of the crowd)* sebagai umpan balik bagi pembuatan/perbaikan kebijakan;
7. Memberikan rekomendasi tindak lanjut kegiatan, program, atau kebijakan sesuai dengan masukan dan aspirasi khalayak;
8. Menyebarluaskan kebijakan dan tindak lanjut pelaksanaan program.

E. Pemantauan dan Evaluasi Media Sosial

Pemantauan media sosial dikenal juga dengan istilah penyimakan sosial (*social listening*). Kegiatan ini merupakan proses identifikasi dan penilaian mengenai persepsi khalayak terhadap RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dengan menyimak semua percakapan khalayak di berbagai media sosial. Pemantauan dilakukan untuk mengukur dan menganalisis kecenderungan persepsi, opini, dan sikap khalayak terhadap RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro. Pengukuran dan analisis tersebut dilakukan terus-menerus dan sewaktu (*real time*) sehingga RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro mampu memantau pergerakan naik atau turunnya kecenderungan persepsi, opini, dan sikap khalayak terhadap RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro.

Untuk mengukur tingkat kembalian investasi *(return on investment)* di media sosial, digunakan lima kategori pengukuran sebagai berikut:

Jangkauan	**Frekuensi dan Lalu-Lintas**	**Pengaruh**	**Percakapan & Keberhasilan**	**Keberlanjutan**

Jangkauan	Frekuensi dan Lalu-Lintas	Pengaruh	Percakapan & Keberhasilan	Keberlanjutan
Seberapa jauh jangkauan pesan: o Jumlah tautan yang merujuk ke pesan yang disampaikan o Jumlah tweet dan retweet tentang pesan yang dimuat o Jumlah orang yang membicarakan pesan o Jumlah hubungan baru yang berbentuk	Faktor kuantitas: o Jumlah kunjungan o Jumlah pengunjung o Jumlah pengunjung yang kembali	Seberapa jauh jangkauan percakapan yang dilakukan? o Pembahasan mengenai pesan/isi o Komentar tentang pesan/isi o *Retweet* o Jumlah *sharing* dan pesan yang dikirimkan	Tindakan yang diharapkan dan tingkat keberhasilannya: o Jumlah pesan yang diklik khalayak o Jumlah pesan yang diunduh khalayak o Jumlah pesan yang diadopsi	Hanya sekali tindakan atau khalayak menjadi *client* dan *ambassador?* o Keberlanjutan anggota komunitas o Loyalitas o Khalayak yang sering berkunjung kembali

F. Jangkauan

Untuk mengukur seberapa jauh jangkauan pesan mencapai khalayaknya, digunakan tolok ukur, antara lain jumlah tautan (*link*) yang merujuk pesan yang disampaikan, jumlah *tweet* dan *retweet* tentang pesan yang dimuat, jumlah orang yang membicarakan pesan, dan jumlah hubungan baru yang terbentuk sebagai akibat isi yang bernilai (*valuable content*).

G. Frekuensi dan Lalu-Lintas Percakapan

Untuk mengukur frekuensi (kuantitas) percakapan digunakan sejumlah tolok ukur, seperti jumlah kunjungan, jumlah pengunjung, jumlah kunjungan kembali, jumlah halaman yang dibaca (*page view*), dan lama berkunjung ke suatu situs. Sedangkan untuk mengukur lalu-lintas percakapan hanya digunakan jumlah kunjungan kembali, jumlah halaman yang dibaca, dan lama berkunjung ke suatu situs.

H. Pengaruh

Unsur yang perlu diperhatikan untuk mengukur pengaruh dampak media sosial adalah kekerapan diskusi mengenai isi atau pesan tertentu yang disampaikan, komentar, dan efek penyebarluasan informasi (komunikasi viral); misalnya, melalui *re-tweet, sharing,* dan *tagging.*

I. Percakapan dan Keberhasilan

Jumlah pesan yang di-*click* khalayak, jumlah pesan yang diunduh khalayak, dan jumlah pesan yang diadopsi atau program yang kemudian diterima dan didukung khalayak merupakan unsur yang perlu diperhitungkan dalam percakapan dan menentukan keberhasilan pemanfaatan media sosial.

J. Keberlanjutan

Tolok ukur keberlanjutan komunitas adalah loyalitas, jumlah kunjungan kembali ke situs, dan tingkat keterlibatan *(engagement)* khalayak.

Selain lima ukuran di atas, ada sejumlah alat analisis untuk mengukur berbagai hal di media sosial, baik yang dapat diunduh secara cuma-cuma atau pun yang berbayar, di antaranya bagan Alat Analisis Media Sosial (*Social Media Analytics Tools)* dan bagan Analisis Pelacakan (*Tracking Analysis*) antara lain *Google Analytics*, Omniture, TweetMeme Analytics, Bit.ly, PostRank, SocialToo, Social Mention.

BAB IV
PENUTUP

Pedoman Pengelolaan Dan Pemanfaatan Media Sosial di Lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro diharapkan dapat meningkatkan kinerja RS, khususnya humas di Lingkungan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dalam menjalin komunikasi dengan menggunakan media sosial secara optimal, efektif, dan efisien sehingga tercipta hubungan yang sinergis, harmonis, dan saling menguntungkan antara RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro dan pemangku kepentingan.