

# IMPLEMENTASI SOSIAL MEDIA PLANNING, CUSTOMER PERSONA, DAN INSTAGRAM MAINTENANCE (STUDI KASUS PADA RSUD SUBANG)

Gugyh Susandy<sup>1</sup> Adinda Cinta Almaidah Sam<sup>2</sup> Eka Marlina<sup>3</sup> Yudo Prakoso<sup>3</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja

## INFO ARTIKEL

### Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 12-01-2024

Tgl. Diterima : 21-03-2024

Tersedia Online : 30-05-2024

### Keywords:

Sosial Media Planning,  
Customer Persona, Instagram  
Maintenance

## ABSTRACT

*This research uses a qualitative approach with a case study at RSUD Subang to explore the implementation of Social Media Planning, Customer Persona creation, and Instagram Maintenance in improving interaction and quality of health services. Primary data was obtained through interviews with Subang Regional Hospital employees involved in the digital communication strategy. Secondary data was also used to support the analysis. Through qualitative descriptive analysis, this study reveals the contribution of social media strategies to the effectiveness of health information communication. The results are expected to provide practical insights and recommendations for health institutions in utilizing social media effectively.*

*Keywords: Social Media Planning, Customer Persona, Instagram Maintenance, RSUD Subang.*

## PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi yang berkembang pesat, media sosial telah menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor pelayanan kesehatan. Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Subang sebagai bagian integral dari sistem kesehatan masyarakat, menyadari pentingnya memanfaatkan media sosial secara efektif untuk meningkatkan kualitas layanan dan interaksi dengan masyarakat.

Keberadaan internet menciptakan paradigma baru mengenai pasar, yang disebut dengan pemasaran online. Bagaimanapun juga, aktivitas bisnis dasar dilakukan secara online dengan

menggunakan teknologi (Jones et al., 2011). Penggunaan jaringan internet dalam komunikasi pemasaran disebut sebagai Social Media Marketing, dan topik penelitiannya sering dikaitkan dengan masalah Brand (Alalwan et al., 2017). Media sosial tidak hanya untuk berbagi, berinteraksi, berkomunikasi dengan teman, kolega, atau penggemar, tetapi juga dapat menjadi wadah yang efektif untuk mempromosikan atau mengiklankan produk secara online dan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Beriklan melalui media ini memiliki kelebihan, seperti hemat biaya dan efisien. Selain itu, promosi pemasaran secara virtual dapat dilihat secara langsung, sehingga memudahkan untuk menarik pelanggan baru. Media ini juga dapat

menjangkau berbagai profil konsumen dari segmen yang ada. Selain itu, media sosial juga membantu menyebarkan informasi secara luas dan cepat serta dapat mengikuti perkembangan berita dan promosi merek setiap saat. (Susandy, G., Sari, D., Helmi, R. A., & Komaladewi, R. 2023)

Implementasi media sosial di RSUD Subang tidak terbatas hanya pada keberadaan online, tetapi juga melibatkan perencanaan strategis, pembuatan persona pelanggan, dan pemeliharaan platform Instagram sebagai bagian dari strategi komunikasi digital mereka. Perencanaan media sosial yang matang membantu RSUD Subang untuk merumuskan konten yang relevan dan tepat sasaran, sehingga informasi mengenai layanan kesehatan, kegiatan, dan kampanye kesehatan dapat disampaikan dengan efektif kepada masyarakat.

Pembuatan persona pelanggan merupakan langkah kritis dalam memahami profil dan kebutuhan audiens RSUD Subang. Dengan memahami karakteristik demografis, perilaku online, preferensi informasi, dan kebutuhan kesehatan potensial dari persona tersebut, RSUD Subang dapat merancang kampanye yang lebih terarah dan efektif, yang pada gilirannya meningkatkan keterlibatan masyarakat dan respons terhadap informasi yang disampaikan.

Pemeliharaan Instagram secara konsisten dan berkelanjutan juga menjadi bagian penting dari strategi digital RSUD Subang. Melalui platform ini, RSUD Subang tidak hanya mempublikasikan informasi terkini seputar layanan kesehatan dan kegiatan, tetapi juga berinteraksi langsung dengan masyarakat. Interaksi ini menciptakan kesempatan untuk menjawab pertanyaan, memberikan edukasi kesehatan, serta membangun

kepercayaan dan keterlibatan yang lebih dalam antara RSUD Subang dan komunitasnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana implementasi perencanaan media sosial, pembuatan persona pelanggan, dan pemeliharaan Instagram di RSUD Subang mempengaruhi interaksi dan kualitas layanan yang disediakan kepada masyarakat. Melalui studi kasus yang teliti, penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan tentang praktik terbaik dalam pemanfaatan media sosial dalam konteks pelayanan kesehatan, tetapi juga memberikan rekomendasi konkret bagi RSUD Subang untuk meningkatkan strategi mereka di masa mendatang.

Dengan demikian, diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif dan responsif bagi RSUD Subang, serta menginspirasi lembaga kesehatan lainnya untuk mengadopsi praktik yang serupa dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan interaksi dengan masyarakat.

## **KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **A. Sosial Media**

Media sosial atau sering juga disebut perantara digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berinteraksi, membagikan konten berupa tulisan, foto, video dan merupakan pelantar digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Sosial media adalah jenis media baru yang berkembang pesat di Indonesia, memiliki kemampuan untuk membantu perusahaan memperkuat merek (wikipedia).

Masyarakat umum menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, seperti sebagai alat atau media promosi. Penyampaian pesan yang cepat dan luas

tentu dapat membantu dalam promosi. Selain itu, jangkauan global media sosial juga berfungsi untuk membangun hubungan dan relasi.

### **B. Sosial Media Planning**

Rencana sosial media adalah cara yang dirancang untuk mengelola dan memaksimalkan kehadiran perusahaan atau merek di media sosial. Sosial media dirancang oleh tim atau individu untuk merancang strategi media sosial.

#### **1. Tujuan Sosial Media Planning**

Beberapa tujuan dari sosial mediaa planning yaitu meliputi :

- **Meningkatkan Kesadaran Merek**

Menjangkau lebih banyak orang, memperkenalkan merek kepada audiens yang lebih luas, dan membuat orang lebih mengenal dan mengingat merek.

- **Meningkatkan Interaksi Pelanggan**

Mendorong interaksi aktif dengan pelanggan, seperti komentar, like dan berbagi konten di media sosial. Hal ini dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan membangun komunitas yang setia.

- **Meningkatkan Konversi Penjualan**

Mengarahkan trafik ke situs web dan mendorong pelanggan potensial untuk melakukan tindakan tertentu, seperti pemesanan atau pembelian produk atau layanan.

- **Meningkat Loyalitas Pelanggan**

Mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan konten dan tawaran khusus kepada mereka. Hal ini dapat meningkatkan retensi pelanggan dan meningkatkan nilai seumur hidup pelanggan.

- **Menginformasikan dan Memberikan Edukasi**

Menyediakan informasi yang berharga kepada audiens, seperti tutorial, tips, dan berita industri. Ini dapat memperkuat otoritas perusahaan dalam industry.

- **Meningkatkan Trafik Situs Web**

Jumlah pengunjung ke situs web melalui tautan yang dibagikan di media sosial.

### **C. Costumer Persona**

Customer persona atau disebut juga buyer persona adalah representasi fiksi pembeli dan pengguna produk Anda. Representasi fiksi ini berguna untuk simulasi penerimaan, penggunaan dan evaluasi produk Anda baik yang sudah beredar di pasar atau yang belum dilepas.

Costumer Persona adalah ide penting dalam strategi pemasaran yang membantu perusahaan lebih memahami audiensnya. Data dan informasi tentang pelanggan sebelumnya diperlukan untuk pembuatan Costumer Persona. Faktor-faktor seperti demografi usia, jenis kelamin, lokasi, pekerjaan, minat, dan kebutuhan. Survey interaksi langsung dan analisis data pelanggan adalah cara umum untuk mendapatkan data ini.

Customer persona sangat berguna guna untuk membangun strategi pemasaran yang efektif di era internet saat ini. Membantu perusahaan memahami audiens mereka dengan lebih baik, membuat pesan yang lebih relevan, dan menemukan peluang baru. Perusahaan dapat mencapai hasil pemasaran yang lebih baik dengan memiliki customer persona yang kuat.

### **D. Instragram Maintenance**

Instagram maintenance adalah upaya untuk menata, merawat, dan mengelola konten agar akun yang dimiliki tetap eksis dan memiliki banyak keterlibatan. Sangat penting untuk menjaga akun Instagram ini tetap aktif untuk memastikan bahwa konten yang diunggah oleh pemilik akun muncul di beranda dan pencarian orang, sehingga audiens dapat menyukai postingan tersebut. Instagram mengarahkan pengguna untuk mengakses postingan akun yang sengaja dijaga dengan maintenance, karena akun tersebut sering dijadwalkan untuk mengunggah dan mengupdate konten.

### **Fungsi Instragram Maintenance**

Maintenance Instagram sangat erat kaitannya dengan promosi dan penyebaran konten, sehingga setiap orang dapat mengenali akun Instagram yang mengunggah konten tersebut untuk mendapatkan branding atau meningkatkan kesadaran merk perusahaan atau produk di masyarakat. Fungsi Instagram sebagai media branding – Media sosial Instagram saat ini sudah bukan hanya sekedar akun yang dipakai untuk membangun hubungan sosial dengan sesama. Instagram mulai beralih fungsi sebagai media bisnis dan promosi serta personal branding untuk.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode descriptive research dengan research method analysis. Analisis deskriptif adalah jenis penelitian ilmiah yang bertujuan untuk secara objektif dan sistematis mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena, keadaan, atau situasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas dan mendetail tentang apa yang sedang diamati tanpa mencoba untuk menjelaskan bagaimana variabel-variabel tersebut terjadi atau hubungannya satu sama lain.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, maka data-data yang sudah terkumpul akan dianalisis lebih dalam lagi secara deskriptif kualitatif. Data-data akan disusun secara sistematis dan dijelaskan dengan kata-kata yang memberikan gambaran jelas kepada pembaca. Jenis data ini bersifat primer karena didapatkan langsung dari objek yang diteliti dan data sekunder untuk data pendukung.

Data yang didapat berupa informasi mengenai RSUD Subang seperti teknologi yang digunakan, dari hasil wawancara di RSUD Subang bersama Ratu sebagai karyawan dibagian Data Analisis dan Irman sebagai karyawan dibagian Social Media.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

## Implementasi Social Media Planning, Customer Persona, dan Instagram Maintenance

### 1. Konsep Social Media Planning

#### Promosi Layanan RSUD Subang



Vidio tersebut berisikan informasi mengenai layanan rawat inap pada RSUD Subang. Dengan adanya vidio tersebut diharapkan dapat membantu mempromosikan mengenai layanan rawat inap di RSUD Subang dan dapat memberikan informasi bagi pasien atau calon pasien.

### 2. Konsep Customer Persona

#### Customer Persona

Nama: Ibu Ek

Kutipan: "Kesehatan adalah investasi terbaik bagi keluarga saya. Saya mencari tempat yang aman dan nyaman untuk perawatan rawat inap."

Main Goals: Mendapatkan perawatan rawat inap yang berkualitas untuk keluarganya dalam lingkungan yang nyaman dan terpercaya.

Challenge: Memilih tempat rawat inap yang tidak hanya berkualitas medis tetapi juga memiliki fasilitas yang memadai dan pelayanan yang ramah.

Latar Belakang: Ibu Eka adalah seorang ibu rumah tangga berusia 35 tahun, tinggal di Subang dengan dua anak.

Dia sangat memperhatikan kesehatan keluarganya dan menginginkan yang terbaik untuk mereka.

Kondisi Demografis: Wanita, usia 35 tahun, tinggal di Subang.

Behavior: Aktif mencari informasi kesehatan online, sering membaca review dan testimoni pengguna.

Psikografis: Mengutamakan kenyamanan, keamanan, dan kualitas dalam memilih layanan kesehatan untuk keluarganya.

Channel: Menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi dan informasi terkini.

Alasan Memilih Layanan: Memilih RSUD Subang karena reputasi baik dalam perawatan medis, lokasi yang dekat, dan fasilitas rawat inap yang lengkap.

### Instagram Marketing Content

Visual Grafis: Gambar suite rawat inap RSUD Subang dengan desain interior yang nyaman dan modern.

CTA: "Temukan kenyamanan dalam perawatan rawat inap kami di RSUD Subang! Swipe up untuk info lebih lanjut."

Harga Layanan: Harga kamar rawat inap ditampilkan dengan jelas, serta paket perawatan tambahan seperti makanan khusus dan perawatan keperawatan.

Layanan yang Dicantumkan: Kamar rawat inap single/double, makanan khusus, perawatan keperawatan.

Caption: "Kami mengerti bahwa kenyamanan dan perawatan berkualitas adalah yang Anda cari dalam rawat inap. Temukan suite rawat inap modern kami di RSUD Subang yang siap melayani keluarga Anda dengan penuh perhatian. Hubungi kami hari ini untuk informasi lebih lanjut!

#RawatInapTerbaik #RSUDSubang  
#PerawatanKeluarga"

### TikTok Hashtag Challenge

Hashtag atau Challenge: #ComfortCareChallenge

Alasan Menarik: Challenge ini mengajak pengguna untuk berbagi cerita atau tips tentang kenyamanan dan perawatan yang mereka harapkan dari layanan rawat inap. Ini tidak hanya mengedukasi masyarakat tentang pentingnya perawatan yang nyaman dan berkualitas, tetapi juga membangun komunitas yang peduli akan kesehatan.

### Storyboard Campaign Video

a. Nama Campaign: "Kenyamanan Terbaik untuk Keluarga Anda"

b. Storyboard Video:

1. Characters: Ibu Ani dan anaknya yang membutuhkan perawatan rawat inap.

2. Conflict: Anak Ibu Ani jatuh sakit dan memerlukan perawatan yang cepat dan berkualitas.

3. Quest: Ibu Ani membawa anaknya ke RSUD Subang untuk mendapatkan perawatan rawat inap.

4. Resolution: Anak Ibu Ani mendapatkan perawatan yang komprehensif dalam lingkungan yang nyaman dan aman di RSUD Subang, dengan Ibu Ani tersenyum lega melihat kebaikan pelayanan yang diberikan.

Video ini akan menyoroti kenyamanan, keamanan, dan profesionalisme tim medis RSUD Subang dalam memberikan perawatan rawat inap yang terbaik.

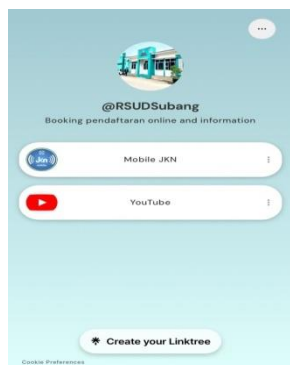
3. Konsep Instagram Maintenance

Sorotan



Sorotan pada Instagram RSUD Subang digunakan sebagai alat pemasaran dan informasi bagi pasien dan calon pasien. Sorotan Instagram layanan rumah sakit berisi informasi tentang event yang diikuti maupun diselenggarakan oleh RSUD Subang dan layanan kesehatan yang tersedia di rumah sakit. Hal itu dapat memberikan informasi bagi pasien atau calon pasien.

### Landing Page



<https://linktr.ee/RSUDSubang>

*Landing Page* adalah sebuah halaman situs mandiri yang dibuat khusus untuk kampanye pemasaran ataupun iklan. Keberadaan landing page ini dapat memungkinkan pengunjung bisa "mendarat" setelah mereka mengklik tautan yang diperoleh dari surel atau e-mail, iklan di Google, ataupun dari berbagai media sosial. *Landing Page* pada Instagram RSUD Subang dapat mempermudah bagi calon pasien untuk mengakses website atau media sosial RSUD Subang yang lainnya

### Feeds Instagram



Feed Instagram merupakan fitur yang sudah ada sejak pertama kali Instagram hadir. Dalam praktiknya, fitur ini berupa beranda Instagram yang berisi postingan dari pengguna lain yang kita ikuti di Instagram. Feed pada Instagram RSUD Subang sudah dibuat rapih, hal itu membuat halaman Instagram RSUD Subang terlihat menarik untuk dilihat.

### KESIMPULAN

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa implementasi Social Media Planning, pembuatan Customer Persona, dan Instagram Maintenance memiliki peran penting dalam meningkatkan interaksi dan kualitas layanan kesehatan di RSUD Subang. Melalui perencanaan media sosial yang matang, pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan pelanggan, dan pemeliharaan platform Instagram yang konsisten, RSUD Subang dapat efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan kepada masyarakat. Hasil penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi lembaga kesehatan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat strategis untuk meningkatkan kualitas layanan dan interaksi dengan masyarakat. Diharapkan rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat membantu RSUD Subang dan lembaga kesehatan serupa dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dan pelayanan melalui media sosial.

### REFERENCES

#### Jurnal

Lavuri, R., & Susandy, G. (2020). Green products: Factors exploring the green purchasing behavior of south Indian shoppers. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 4(2), 174-191

Ratnasari, N., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). The influence of social media marketing and online consumer behavior in the city of subang on the brand story of the instant messenger line application.

Dimensia (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA).

Susandy, G., & Prasetyo, Y. E. (2019). Social network and organizational leadership at the higher education institution: A case study. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 37-48.

Susandy, G., Sari, D., Helmi, R. A., & Komaladewi, R. (2023). Digital Marketplace Branding Model. *Quality-Access to Success*, 24(193).

#### **Website**

<https://m.kumparan.com/amp/kabar-harian/apa-itu-feed-instagram-ini-penjelasan-1wvIJaKEzMA>

<https://www.gramedia.com/best-seller/landing-page/>

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial)