

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA BARU INSTAGRAM DINAS
KESEHATAN KOTA SURAKARTA DALAM SOSIALISASI
PENANGANAN COVID-19**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi strata I
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh
MUHAMMAD RISYAD
L 100 170 001**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA BARU INSTAGRAM DINAS KESEHATAN
SURAKARTA DALAM SOSIALISASI PENANGANAN COVID-19**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

MUHAMMAD RISYAD

L100170001

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen

Pembimbing



Yudha Wirawanda, M.A.

NIK. 1747

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA BARU INSTAGRAM DINAS KESEHATAN SURAKARTA DALAM SOSIALISASI PENANGANAN COVID-19

Oleh:

MUHAMMAD RISYAD

L100170001

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 7 Januari 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Yudha Wirawanda, S.I.Kom., M.A.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Joko Sutarso, S.E., M.Si.
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)



Dekan,

Murdiyatna, S. T., M. Sc., Ph. D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 18 November 2022
Yang menyatakan



MUHAMMAD RISYAD
L100170001

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA BARU INSTAGRAM DINAS KESEHATAN SURAKARTA DALAM SOSIALISASI PENANGANAN COVID-19

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penggunaan media baru Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan Covid-19 kepada masyarakat. Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan dengan melakukan perencanaan dan manajemen. Komunikasi Kesehatan merupakan sebuah kegiatan memberikan informasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap masyarakat. Jenis penelitian kali ini adalah Studi kasus dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi melalui dokumen foto. Hasil dalam penelitian kali ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh admin Dinas Kesehatan Kota Surakarta dalam sosialisasi penanganan Covid-19 melalui Instagram mampu mempengaruhi dan merubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan aktifitas sehari-hari agar tetap terhindar dari Covid-19 dan mengetahui apa saja yang harus dilakukan jika tertular Covid-19.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Kesehatan, Instagram, Covid-19.

Abstract

This study aims to analyze the strategy for using the new Instagram media, the Surakarta City Health Office in providing information related to Covid-19 to the public. Strategy is a way to achieve goals by planning and management. Health Communication is an activity of providing information that aims to influence people's attitudes. The type of research this time is a case study using interview and observation techniques through photo documents. The results in this study show that the strategy used by the Surakarta City Health Office admin in socializing the handling of Covid-19 through Instagram is able to influence and change people's habits in carrying out their daily activities so that they are protected from Covid-19 and know what to do if infected with Covid-19.

Keywords: Communication Strategy, Health Communication, Instagram, Covid-19

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada tahun 2020 dunia dikejutkan dengan muncul nya penyakit menular baru yang disebabkan oleh *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. *Covid-19* yang berasal dari Wuhan, China menyerang sistem kekebalan tubuh manusia yang dapat menginfeksi saluran pernafasan yang sangat berbahaya hingga dapat menyebabkan kematian. *Covid-19* melanda 224 negara, Indonesia termasuk salah satu diantaranya. Virus *Covid-19* dinyatakan sebagai pandemic global pada 11 Maret 2020 oleh *World Health Organization* (World Health Organization, 2020). Virus *Covid-19* pertama kali terdeteksi masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 yang berlokasi di Depok, Jawa Barat. Bersumber dari salah satu media informasi di Indonesia pemerintah Indonesia saat itu mengkonfirmasi bahwa adanya kasus positif pertama yang menjangkit warga negara Indonesia. Ada dua orang yang terkonfirmasi terserang virus *Covid-19*, yaitu wanita berusia 31 tahun dan juga seorang perempuan yang berusia 64 tahun. Penularan kasus pertama *Covid-19* di Indonesia diduga berasal dari warga negara Jepang yang melakukan interaksi dengan korban (NewsDetik, 2021)

Munculnya *Covid-19* juga terbukti membuat aktivitas manusia terganggu karena sistem penularan nya yang melalui udara membuat masyarakat kesulitan untuk mendeteksi keberadaan virus *Covid-19*. Berbagai sektor kehidupan juga tak luput mengalami perubahan akibat dari penyakit ini dan mau tidak mau masyarakat juga harus beradaptasi dengan cara baru untuk bertahan hidup dalam berbagai aspek kehidupan. Pada awal kemunculan nya, Pemerintah pusat mengambil beberapa kebijakan dan anjuran untuk menghentikan rantai penyebaran virus ini seperti mewajibkan menggunakan masker, gerakan 3M memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak , menjaga jarak, menerapkan etika batuk dan bersin dan juga isolasi mandiri (Rosidah, A., Khasanah, A & Kayis, 2020) .

Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah Indonesia saat itu yang mana bertujuan untuk mengantisipasi perkembangan virus *Covid-19* di Indonesia, pada praktiknya terbukti belum efektif (Kompas, 2020) Dalam proses sosialisasi kebijakan, langkah

yang diambil oleh Pemerintah Indonesia masih terbilang tidak efektif dan belum menjangkau ke seluruh elemen masyarakat, sehingga banyak yang tidak mentaati kebijakan tersebut. Semestinya pemberian informasi yang cepat dan tepat tentu akan membantu masyarakat untuk lebih mengetahui seberapa serius berbahaya yang ditimbulkan oleh virus *Covid-19* ini. Langkah pemerintah yang cukup lambat dalam mengatasi pandemi serta sikap abai dari masyarakat berakibat pada terus meningkatnya kasus penderita *Covid-19* di Indonesia dan bahkan hampir di seluruh wilayah Indonesia tercatat adanya warga yang terinfeksi virus *Covid-19* (Kompas, 2020)

Berdasarkan situs website resmi Kota Solo pada 17 September 2021, terkonfirmasi 25.677 kasus *Covid-19* di Kota Surakarta (Pemerintah Kota Surakarta, 2021). Tingginya angka tersebut diakibatkan masih banyaknya masyarakat yang belum menyadari bahaya virus *Covid-19* dan juga banyak masyarakat yang masih belum serius menganggap adanya virus ini sehingga menimbulkan permasalahan baru di masyarakat yang berkaitan dengan persebaran *Covid-19*. Guna menanggulangi hal tersebut, Pemerintah membuat dan juga menerapkan beberapa kebijakan yang diharapkan dapat memutus persebaran *Covid-19* di Indonesia ini. Adapun kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berdasarkan dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020, namun langkah ini belum optimal sehingga dilanjutkan dengan kebijakan yang baru yaitu Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dalam pelaksanaan kebijakan tersebut tentunya dibutuhkan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat mengenai bagaimana cara beraktivitas yang aman di saat pandemi. Komunikasi tersebut sangat penting agar masyarakat tidak salah menerima informasi dan juga dapat menambah kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga diri agar tidak tertular dari virus dengan melaksanakan anjuran protokol kesehatan dari pemerintah.

Internet merupakan salah satu saluran yang sangat strategis dalam menyebarkan informasi. Internet merupakan sistem jaringan yang saling terhubung untuk melayani jutaan pengguna di dunia yang membawa berbagai macam sumber informasi dan layanan (Riska, Hariyanto, & Nurmanina, 2013). Internet memiliki beberapa

kelebihan, yaitu mudah di akses, tidak ada batas ruang, dan juga salah satu saluran yang memiliki jumlah pengguna yang banyak sehingga cocok untuk menyebarkan informasi yang dibutuhkan masyarakat di tengah masa pandemi ini. Bersumber dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 196,7 juta (Databoks, 2020) sehingga penggunaan internet untuk mengedukasi masyarakat mengenai bahaya dan juga cara untuk mengantisipasi dari tertular nya Covid-19 sangat strategis. Menggunakan internet tentunya diharapkan mempermudah adanya interaksi antara masyarakat dengan pemerintah.

Internet terus mengalami perkembangan yang dapat membantu kegiatan manusia. Salah satu bukti dari perkembangan internet saat ini adalah munculnya Media baru. Media baru menurut Croteau adalah Media Baru lahir karena inovasi teknologi dalam media yang meliputi televisi, satelit dan juga komputer yang membuat pengguna dapat interaksi membuat pilihan dan juga memberikan respon produk media (Croteau dalam Kurnia, 2005) . Tentunya perkembangan Media Baru sangatlah dipengaruhi oleh Internet. Perkembangan Media Baru saat ini sudah terbukti bermanfaat bagi manusia. Saat ini kita dimudahkan untuk mencari informasi yang kita butuhkan mengenai suatu hal dengan mudah dan praktis. Selain itu manfaat Media Baru juga membuat aktivitas manusia yang dahulu hanya dapat dilakukan secara *offline* atau langsung sekarang dapat dilakukan secara online. Hal ini tentunya mempermudah masyarakat dalam beraktivitas dan selain itu juga mempermudah kegiatan manusia karena semakin banyak peluang yang menguntungkan bagi manusia.

Salah satu platform berbasis internet yang yang di gemari oleh masyarakat saat ini adalah Instagram. Menurut Atmoko Instagram adalah sebuah aplikasi Media Sosial handphone yang memiliki fitur pengguna nya dapat membagikan foto, video, informasi dan juga berkomunikasi satu sama lain (Atmoko, 2012). Semenjak munculnya penyakit virus Covid-19 di dunia sekarang media sosial bukan hanya digunakan untuk hiburan saja namun saat ini media sosial juga digunakan untuk membagikan informasi dan juga edukasi (Sari, Lestiyanti, & Purworini, 2022). Selain dapat digunakan oleh masyarakat umum, Instagram juga dapat digunakan oleh instansi atau lembaga tertentu untuk

menyebarkan informasi dan juga memberikan pengetahuan kepada masyarakat sehingga masyarakat langsung mendapat informasi yang mereka butuhkan dari pihak terkait dan memudahkan bagi masyarakat untuk memberikan tanggapan atau pertanyaan serta memudahkan proses penyaluran informasi. Berbagai macam informasi saat ini tersedia di Instagram seperti kuliner, tempat wisata dan juga informasi mengenai Kesehatan yang mudah di dapatkan melalui Instagram. Instagram merupakan salah satu pilihan utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi yang mereka butuhkan karena kemudahan di dalam nya (Nofha Rina, 2020). Dengan membuat akun dan menyebarkan informasi melalui Instagram tentunya adalah salah satu upaya untuk dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan informasi selain itu juga dapat menjadikan lebih dekat sebuah instansi dengan masyarakat.

Penelitian ini ditekankan pada akun instagram milik Dinas Kesehatan Surakarta yang memiliki peran penting sebagai sumber informasi dan sosialisasi terkait kesehatan di masa pandemic Covid-19. Adanya akun media sosial milik Dinas Kesehatan Surakarta yang selalu memberikan update informasi seputar Covid-19 berperan penting guna membagikan informasi yang akurat kepada khalayak. Dalam hal ini, upaya yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Surakarta tersebut penting untuk diteliti. Ide penelitian diperoleh dari pengamatan penulis di masa pandemic Covid-19 banyak orang membutuhkan informasi yang akurat.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu strategi komunikasi, karena peneliti ingin mengetahui cara yang digunakan admin instagram Dinas Kesehatan Surakarta dalam memberikan informasi dan sosialisasi seputar Covid-19. Menurut Efendy, strategi komunikasi berperan penting untuk menyebarluaskan informasi dan menghubungkan “cultural gap”. Pada dasarnya strategi dimaknai sebagai perencanaan untuk mencapai tujuan (Efendy dalam Sartika, 2015). Adapun penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah jurnal yang berjudul “*Strategi Komunikasi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam melakukan sosialisasi HIV AIDS di Kota Samarinda*”. Perbedaan pembahasan dari penelitian tersebut adalah dalam

penelitian terdahulu berfokus pada penyakit HIV AIDS dan dalam penelitian kali ini membahas mengenai penyakit-covid 19 (Sartika, 2015)

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Admin Instagram Dinas Kesehatan Surakarta dalam memberikan informasi seputar Covid-19 kepada masyarakat kota Solo?” Akun media sosial tersebut menarik untuk diteliti karena akun Instagram Dinas Kesehatan kota Surakarta adalah salah satu akun resmi kota Solo yang memberikan informasi mengenai *Covid-19* yang dibutuhkan masyarakat namun apakah penggunaan nya sudah tepat dan strategis dalam mengelola penyebaran informasi?

1.2 Strategi Komunikasi

Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan dengan melakukan perencanaan dan manajemen (Efendy dalam Humas & Pertama, 2021). Dengan melakukan perencanaan tentunya akan membuat sebuah kegiatan komunikasi yang sedang dilaksanakan lebih efektif dan juga efisien. Selain itu strategi juga dapat berupa konsep, taktik dan juga rencana terhadap suatu hal yang sedang dikerjakan agar sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Dengan strategi yang tepat dan juga tindakan yang optimal maka hasil yang akan di dapatkan juga akan maksimal.

Komunikasi menurut Everett M. Rogers adalah sebuah aktivitas penyampaian dan pemindahan pemikiran atau sebuah gagasan mengenai suatu hal kepada individu dan juga khalayak yang juga bermaksud untuk mengubah tingkah laku khalayak tersebut (Cangara, 2002). Dalam sebuah komunikasi terjadi pertukaran informasi yang juga dapat membantu dalam mewujudkan tujuan yang telah direncanakan. Namun banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam proses pertukaran informasi atau gagasan terhadap suatu hal karena banyak aspek yang mempengaruhi dalam proses komunikasi. Menurut GERALD R. MILLER komunikasi adalah sebuah aktivitas menyampaikan pesan atau informasi dengan tujuan untuk merubah sikap dan perilaku orang lain sehingga komunikasi tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan atau informasi melainkan juga bertujuan untuk merubah sikap atau perilaku individu dan juga masyarakat (Ritonga, 2019).

Strategi Komunikasi bukan hanya sekedar sebuah aktivitas untuk menentukan Langkah yang terbaik dalam menjalankan proses pertukaran informasi. Banyak aspek dan juga faktor yang dapat mempengaruhi dan mengoptimalkan dalam keberhasilan suatu kegiatan komunikasi. Menurut Astrid dalam (Sartika, 2015) beberapa tahapan dalam strategi komunikasi yaitu :1) Menentukan komunikator : Dengan menentukan komunikator yang tepat tentunya akan lebih mengetahui strategi yang akan digunakan 2) Membuat pesan komunikasi : Pesan yang akan disampaikan tentunya harus berdasarkan etika dan norma yang berlaku di daerah tersebut 3) Menentukan media Komunikasi : Dengan menggunakan media yang tepat tentunya akan membantu menyebarluaskan pesan 4) Menentukan intensitas : harus menentukan frekuensi dalam pengiriman pesan 5) Menentukan waktu dan tempat : Dengan menentukan waktu dan tempat akan dapat menentukan strategi apa yang akan digunakan dan efektifitasnya.

Proses perencanaan tentunya juga sangat penting dalam menentukan keberhasilan sebuah strategi komunikasi yang dilakukan. Dengan melalui proses perencanaan yang matang tentunya akan mendukung sebuah keberhasilan kegiatan komunikasi. Selain itu sebuah perencanaan yang matang juga dapat membuat kegiatan komunikasi lebih efisien dan praktis. Ada beberapa tahapan dalam proses strategi komunikasi menurut Astrid S. Susanto dalam (Sartika, 2015) yaitu memilih komunikasi, membuat pesan, menentukan media/saluran,intensitas,waktu dan juga tempat.

Kebutuhan masyarakat mengenai informasi yang tersebar melalui media sosial membuktikan bahwa perilaku masyarakat saat ini yang mengerti literasi digital. Literasi digital menurut Giltser (Pratiwi & Pritanova, 2017) adalah keberhasilan untuk memahami dan juga menggunakan berbagai macam informasi yang disajikan di komputer yang berasal dari berbagai macam sumber. Berkembangnya teknologi digital membuat adanya pergeseran perilaku masyarakat sehingga keterbukaan informasi harus dibarengi dengan peningkatan kecerdasan dan pemahaman mengenai informasi dan konten yang tersedia di media sosial (Muslimin & Idul, 2020)

Adapun penelitian terdahulu mengenai strategi komunikasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu dari jurnal yang berjudul Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Aceh Dalam Mensosialisasikan Bahaya Penyakit Difteri Di Provinsi Aceh di tahun 2018 yang membahas mengenai strategi, faktor penghambat dalam mensosialisasikan bahaya penyakit difteri di Provinsi Aceh. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dinas kesehatan provinsi Aceh dalam mensosialisasikan bahaya penyakit difteri di provinsi Aceh dengan metode persuasif informatif dan edukatif. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada sosialisasi terkait pandemi Covid19. Selain itu focus sasaran pada penelitian tersebut adalah ibu-ibu yang memiliki anak di Provinsi Aceh sedangkan penelitian kali ini berfokus pada masyarakat umum Kota Solo (Muzakir & Saleh, 2018).

1.3 Komunikasi Kesehatan

Komunikasi Kesehatan menurut Liliweri dalam (Yesica Maretha, 2012) adalah sebuah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk membuat perilaku kesehatan masyarakat menjadi lebih baik dan positif dengan berbagai macam metode komunikasi mulai dari komunikasi interpersonal hingga komunikasi massa. Perilaku hidup sehat di masyarakat merupakan salah satu faktor penting bagi terwujudnya lingkungan yang nyaman bagi masyarakat.

Sedangkan menurut Schiavo dalam (Maulida, W, & Nugraheni, 2020) komunikasi Kesehatan yaitu sebuah kegiatan yang dilakukan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi sikap dan praktek Kesehatan kepada masyarakat baik individu maupun juga komunitas dengan menggunakan strategi komunikasi yang juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas Kesehatan masyarakat. Banyak hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam proses komunikasi kesehatan yang sedang dilakukan. Selain diperlukan strategi yang matang ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi sebuah keberhasilan proses komunikasi Kesehatan seperti bagaimana lingkungan masyarakat, bagaimana sebuah budaya dalam masyarakat, dan beberapa faktor lainnya.

Komunikasi Kesehatan yang terjadi pada saat ini telah mengalami perkembangan yang dikarenakan masyarakat dimudahkan dalam mengakses media sosial dan juga kemudahan dalam penggunaan media sosial hal ini dapat digunakan untuk bertukar informasi (Ihsan Suri, Nurul Hidayat, 2021). Dengan kemudahan masyarakat untuk mengakses dan juga menggunakan media sosial dapat membantu sebuah pesan atau informasi yang dibagikan tersebar secara lebih luas dan efektif karena sebuah pesan tersebut dapat langsung diakses oleh masyarakat dimanapun dan kapanpun. Komunikasi kesehatan dibutuhkan dalam bagian kesehatan sebab komunikasi yang berkaitan dengan kesehatan adalah salah satu aspek penting dalam usaha meningkatkan tingkat kesehatan di masyarakat (Lestari, 2022)

Salah satu penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Komunikasi Kesehatan yaitu yang berjudul Literatur Review : Dinamika Komunikasi Kesehatan Di Masa Pandemi Dan Pasca Vaksin Covid-19 yang ditulis oleh Riskha Dora Candra Dewi tahun 2021. Pada penelitian tersebut membahas mengenai penting nya komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah dalam memberikan informasi mengenai Covid-19. (Dewi, 2021). Perbedaan penelitian dengan penelitian kali ini adalah pada penelitian kali ini lebih berfokus pada media sosial yang digunakan sebagai sarana penyebaran informasi mengenai Covid-19.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah metode Studi Kasus (Case Study) juga dapat digunakan dalam penelitian kali ini. Menurut Yamin (Anggraeni, 2012) metode Studi Kasus adalah suatu metode yang berkaitan dengan masalah, peristiwa atau situasi yang dapat digunakan untuk kritis dalam berpikir dan juga untuk menemukan sebuah cara penyelesaian dari suatu topik. Dengan menggunakan metode Studi Kasus (Case Study) peneliti dapat mengetahui kasus dan juga dapat menetapkan masalah yang kemudian di investigasi

Sampel pada penelitian kali ini adalah Admin Dinas Kesehatan Surakarta yang mengelola Instagram Dinas Kesehatan Surakarta sebagai media penyebaran informasi

di tengah pandemic corona. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah Purposive sampling. Kriteria yang peneliti tentukan yaitu pihak yang mengelola akun @dinkessurakarta karena pada penelitian kali ini berkaitan dengan pemanfaatan akun media sosial dalam sosialisasi Kesehatan sehingga peneliti dapat mengetahui bagaimana prosedur pembuatan informasi dan juga strategi dalam penyebaran informasi dan sosialisasi. Dengan menggunakan teknik tersebut tentunya akan mendapatkan langsung data yang dibutuhkan dalam penelitian sehingga hasil tersebut dapat menguatkan penelitian kali ini. Dan juga dalam penelitian kali ini dilakukan wawancara secara langsung untuk mendapatkan informasi dan data. Selain itu dalam penelitian kali ini peneliti juga menggunakan data sekunder yaitu website Diskominfo kota Solo yang menyediakan informasi yang peneliti butuhkan dan juga mengamati unggahan berupa dari akun media sosial @dinkessurakarta.

Pada penelitian kali ini teknik analisis data yang digunakan yaitu pertama Reduksi data yaitu proses menyederhanakan dan juga memilih data mentah yang didapatkan dari lapangan agar dapat mengambil kesimpulan akhir. Kedua adalah penyajian data yaitu Menyusun data atau informasi yang telah didapat sehingga lebih mudah untuk dipahami. Ketiga adalah penarikan kesimpulan yaitu data dan juga informasi yang sudah didapatkan kemudian diambil kesimpulan nya. Analisis data dilakukan agar data yang didapatkan dapat disajikan dengan lebih jelas dan lebih mudah untuk digunakan (Agusta, 2014).

Selanjutnya data dan juga informasi yang sudah didapatkan kemudian dilakukan triangulasi data. Pada penelitian kali ini menggunakan triangulasi sumber yang bertujuan untuk memeriksa keabsahan mengenai data dan juga informasi yang sudah didapatkan dengan cara melakukan observasi pada dokumen dan foto. Hal ini dilakukan untuk memastikan kebenaran dari data yang sudah terkumpul selama proses wawancara dengan pihak terkait.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian kali ini peneliti melakukan wawancara kepada admin dari Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta untuk mendapatkan sumber data. Selain itu peneliti juga melakukan pengamatan pada akun Instagram Dinas Kesehatan Surakarta yang digunakan untuk mendapatkan sumber data sekunder pada penelitian kali ini.

Keberhasilan sebuah kegiatan komunikasi kepada orang lain dan khalayak tentunya memiliki strategi dalam penyampaian nya. Visi dan misi dari pembuatan akun Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta merupakan salah satu bagian dari visi dan misi dari Dinas Kesehatan Kota Surakarta yaitu terwujudnya masyarakat sehat mandiri dan berbudaya yang isi nya adalah peningkatan upaya promotif dan preventif untuk mewujudkan budaya hidup bersih dan sehat serta kemandirian masyarakat. Dinas Kesehatan Kota Surakarta melakukan upaya promosi informasi terkait dengan pembudayaan perilaku hidup bersih dan sehat (phbs). Dalam usaha menyebarkan informasi dan juga sosialisasi kepada masyarakat penting untuk merencanakan strategi berkaitan dengan komunikasi yang akan digunakan dalam upaya memperbaiki perilaku masyarakat yang berkaitan dengan kesehatan. Menurut Kennedy dan Soemanagara ada tiga target perubahan dalam strategi komunikasi yaitu merubah kesadaran, perhatian dan juga kesetiaan (Pratiwi, Dida, & Sjafirah, 2018). Dalam buku yang berjudul Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu terdapat beberapa tahapan perencanaan komunikasi yaitu pemilihan pemilih, penyusunan pesan, penemuan saluran atau media yang tepat, frekuensi, waktu dan tempat (Dilla, 2013).

3.1.1 Komunikator

Seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, dan penuh kreativitas (Priyowidodo, Wijayanti, & Vidyarini, 2021). Penting nya Dinas Kesehatan Kota Surakarta melakukan penunjukan admin Instagram bertujuan untuk sebagai penanggung jawab dari konten yang berada di Instagram dan juga untuk dapat lebih mengontrol yang berkaitan dengan isi konten.

Penunjukan Admin tersebut dipilih oleh Kepala Dinas Kesehatan Kota Surakarta untuk menjalankan tugas tersebut. Admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta merupakan sarjana kesehatan masyarakat yang di dalam perkuliahan nya memiliki materi promosi Kesehatan yang di dalam nya juga termasuk penyebarluasan informasi. Kredibilitas sumber pesan berkaitan dengan sumber yang dapat dipercaya dan memiliki keahlian (Arifin, 2022).

“Admin adalah sarjana Kesehatan masyarakat yang di dalam mata kuliahnya ada materi promosi Kesehatan, penyebarluasan informasi termasuk dalam salah satu mata kuliah tersebut” (wawancara dengan admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 28 juni 2022)

Instagram dalam penerapannya digunakan sebagai saluran Dinkes Surakarta untuk mempersuasi masyarakat terutama dalam hal kesehatan. Komunikasi kesehatan memiliki peran untuk memberikan pemahaman kepada individu dalam masyarakat tentang perilaku sehat (Paramasari & Nugroho, 2021). Dalam wawancara yang dilakukan, Ibu Karlina selaku admin Instagram Dinkes Surakarta menyatakan:

“Visi misi nya Instagram itu kan sebenarnya juga masuk ke visi misi nya Dinas Kesehatan yang isinya terwujudnya masyarakat sehat mandiri dan berbudaya itu kan salah satu misi nya ada peningkatan upaya promotif dan preventif untuk mewujudkan budaya hidup bersih dan sehat serta kemandirian masyarakat yaitu upaya promosi jadi kita mempromosikan informasi terkait dengan pembudayaan PHBS atau perilaku hidup bersih dan sehat” (wawancara dengan admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 2 april 2022)

Salah satu indikator keberhasilan seorang komunikator dalam menyampaikan pesan yaitu adalah dapat mengubah sikap,opini, dan juga perilaku dari orang atau

khalayak yang menerima pesan (Listianingrum, Fitriana Poerana, & A. Arindawati, 2021) dalam kasus ini admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta berhasil mengubah sikap dan perilaku masyarakat kota Surakarta dalam menghadapi penyakit Covid-19 melalui pesan-pesan yang disampaikan di media sosial. Hal ini dibuktikan dengan angka vaksinasi Covid-19 di kota Surakarta yang sudah 100% dan masyarakat selalu menggunakan masker dalam berkegiatan. Keberhasilan angka vaksinasi Covid-19 di kota Surakarta dibuktikan dengan penjelasan ibu Karlina.

“Alhamdulillah kasus nya ini sudah semakin menurun, cuma walaupun demikian kita tidak boleh lengah karena bisa jadi penurunan kasus nya itu karena testing nya juga menurun tapi Alhamdulillah ini kan cakupan vaksinasi kita kan sudah lebih dari 100%” (wawancara dengan admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 2 april 2022)

Dari penjelasan ibu Karlina selaku admin Instagram @dinkessurakarta dapat disimpulkan bahwa pesan yang dikomunikasikan melalui media sosial mengenai komunikasi kesehatan dalam sosialisasi penanganan COVID19 di Surakarta dapat dikatakan efektif.

3.1.2 Komunikasikan

Bentuk komunikasi kesehatan advokasi didefinisikan sebagai upaya pemanfaatan media massa yang lebih strategis bila didukung oleh keikutsertaan komunitas masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kebijakan-kebijakan publik yang berkaitan dengan kesehatan melalui pihak yang terkait (Yesica Maretha, 2012). Pada pelaksanaan sosialisasi penanganan Covid-19 yang dilakukan melalui Instagram oleh admin Dinas Kesehatan Kota Surakarta menargetkan masyarakat secara umum pengguna media sosial namun pada kegiatan nya admin juga memiliki target khusus yaitu masyarakat kota Surakarta dalam sosialisasi penanganan Covid-19. Hal ini dikarenakan dalam usaha penyebaran sebuah informasi kesehatan dan juga sosialisasi tidak memiliki target spesifik karena pesan atau informasi kesehatan harus disampaikan kepada seluruh masyarakat.

*“Target umum adalah seluruh pengguna media sosial target khusus adalah seluruh warga masyarakat kota Surakarta dirasa sudah cukup dengan melihat insight postingan”
(wawancara dengan admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 28 juni 2022)*

Sosial media membuat situasi baru dimana upaya untuk menjangkau publik lebih mudah dilakukan seraya menyebarkan informasi perihal keberbahayaan pandemi yang muncul, sekaligus melakukan pengawasan publik, dan membentuk kesadaran situasional kepada publik dan mendapatkan umpan balik perihal pesan yang disampaikan (Prasojo, 2022). Melalui konten unggahan yang dilakukan komunikator membuat komunikasi dapat dengan mudah berinteraksi mengenai pesan yang ada dalam informasi yang terdapat dalam unggahan. Dalam temuan yang dilakukan oleh (Florettira & Syakurah, 2021) Instagram dan WhatsApp adalah bentuk media sosial yang paling banyak dipilih oleh responden sebagai media yang nyaman dan efektif untuk melakukan komunikasi kesehatan. Seperti halnya dalam temuan peneliti, komunikasi dapat secara aktif untuk memberikan feedback terkait unggahan Dinkes Surakarta.



Gambar.1 Interaksi Komunikasi melalui Instagram



Gambar.2 interaksi komunikasi melalui instagram

3.1.3 Membuat Pesan Komunikasi

Pesan yaitu adalah sebuah hasil dari komunikator yang kemudian disampaikan kepada komunikan secara langsung maupun juga melalui media (Purwasito, 2017). Upaya admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat memiliki beberapa tahapan dalam pembuatan pesan yang akan di unggah di Instagram. Selain itu untuk pesan yang bersifat umum admin membuat pesan sendiri. Untuk lama nya waktu dalam proses pembuatan sebuah informasi yang akan diunggah ke dalam media sosial tergantung pada materi yang akan di unggah. Promosi pengenalan program berfungsi sebagai alat memperkenalkan produk maupun jasa (Farradia, 2022). Untuk yang berkaitan dengan informasi vaksin relatif cepat dalam pembuatan nya hal ini dikarenakan sudah memiliki template untuk informasi vaksin. Namun proses nya terkadang membutuhkan waktu yang lama dikarenakan harus di konsultasikan dahulu sebelum dilakukan posting di media sosial. Berikut ini merupakan alur pembuatan pesan yang dilakukan oleh admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta:

“kalau sampai saat ini dari pemegang program nya dari seksi P2 (pencegahan dan penanggulangan penyakit) itu misalnya akan menginformasikan jadwal vaksin pada bulan ini itu di sentra vaksinasi kita kan juga ada sentra vaksinasi nah sentra vaksinasi itu buka nya hari apa lalu pelayanan bis itu hari apa itu kita diberikan jadwal nanti dari seksi kita akan membuatkan infografis terkait dengan informasi tersebut nanti kalau sudah kita susun kita konsultasikan dulu nanti setelah boleh posting kita posting” (wawancara dengan admin Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 2 april 2022)

Infografis Kesehatan

- a. Adanya bahan/usulan tentang adanya suatu masalah kesehatan/ informasi terkait kegiatan khusus
- b. Admin membuat desain infografis
- c. Admin mengkonsultasikan kepada pimpinan
- d. Apabila desain sudah mendapatkan persetujuan maka kemudian diunggah dan ditambahkan narasi singkat
- e. Infografis kemudian diupload ke Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta.

Menurut Mutia dan Masri (Dewi & Masri Hadiwijaya, 2016) hal tersebut sesuai dengan konsep mengenai perencanaan komunikasi yang mendiskusikan mengenai perencanaan dan komunikasi yang di dalam nya memiliki dua konsep dasar yang berkaitan yaitu adalah perencanaan dan juga komunikasi. Sebuah perencanaan dapat dilihat dari sisi manajemen nya kemudian untuk komunikasi berkaitan dengan penyampaian pesan dan juga pertukaran pesan.

3.1.4 Menentukan Media Komunikasi

Di era digital saat ini pemilihan media komunikasi kesehatan dalam penanganan Covid-19 merupakan hal yang sangat penting, media berkaitan dengan bagaimana pesan kesehatan tentang penanganan Covid-19 ini dapat mencapai sasaran dan diterima serta dipahami oleh komunikan. Diperlukan penyesuaian dengan pola perilaku, sikap dan

budaya tiap daerah, sebagai contoh di daerah perkotaan yang masyarakatnya cenderung melek akan media sosial, maka pemilihan media sosial sebagai medium komunikasi dapat dipertimbangkan (Paramasari & Nugroho, 2021). Dalam pemilihan media Dinkes Surakarta mengaplikasikan media sosial salah satunya Instagram karena adanya penyesuaian dengan komunikan, dimana admin menargetkan anak muda.

“Karena sekarang jaman nya sudah berbeda dari jaman dulu jadi jaman sekarang semua sudah serba digital banyak anak muda juga kan jadi menurut saya memang lebih efektif penyuluhan Informasi nya itu juga lebih ke media sosial jadi kita menyampaikan jadwal vaksin, jadwal tentang informasi vaksin itu memang lewat media sosial selain kita kan juga ada Instagram, facebook, twitter dan website selain itu kita juga menyampaikan informasi” (wawancara dengan admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 2 april 2022)

Penentuan penggunaan media komunikasi yang digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat dilakukan oleh pimpinan Dinas Kesehatan kota Surakarta. Alasan penggunaan media sosial karena dirasa lebih cepat sampai dan juga bisa menjangkau lebih banyak orang. Pandemi COVID-19 adalah pandemic pertama dalam sejarah di mana teknologi dan media sosial digunakan dalam skala besar untuk membuat orang tetap aman, terinformasi, diproduksi, dan terhubung (Arifin, 2022). Dalam pemilihan media ditentukan oleh pimpinan untuk penyampaian pesan.

“Untuk yang menentukan media yang digunakan dalam proses pengiriman pesan adalah pimpinan Dinas Kesehatan Kota Surakarta” (wawancara dengan admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 28 juni 2022)

Instagram merupakan media perantara antara admin Dinas Kesehatan Kota Surakarta dengan masyarakat Kota Surakarta dalam menyalurkan sosialisasi dan juga informasi. Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi antara Dinas Kesehatan

Solo dengan masyarakat Kota Solo terbilang efektif dan memiliki feedback yang baik dari masyarakat. Masyarakat juga aktif dalam bertanya melalui Dm mengenai informasi yang ingin mereka ketahui dan mereka butuhkan. Dengan menggunakan media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat tentunya penyebarannya pun lebih luas. Apalagi dengan diberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Secara Besar-Besaran) tidak memungkinkan untuk memberikan informasi dan juga sosialisasi secara tatap muka dan diikuti oleh masyarakat dengan jumlah yang banyak. PSBB diterapkan oleh pemerintah dengan tujuan untuk memotong rantai persebaran virus Covid-19 (Nasruddin & Haq, 2020).

“kalau berapa persen nya sih kita belum mengadakan polling atau apa gitu tapi menurut pandangan saya sebagai admin alhamdulillah kalau Instagram itu termasuk efektif untuk mensosialisasikan kepada masyarakat lebih luas bisa dilihat juga dari dm dm yang masuk misalnya saya nge post ig story kalo jadwal2 memang saya post di ig story itu banyak yang komen misalnya syarat nya walaupun sebenarnya di infografis nya sudah ada syarat nya jenis vaksin nya sebenarnya kan sudah ada kan ya cuma kebanyakan memang tanya lagi ini jenis vaksin nya apa jam berapa boleh ktp luar solo atau tidak itu pasti ada yang tanya”. (wawancara dengan admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 2 april 2022)

Menurut Sumarwan dalam (Adhanisa & Fatchiya, 2017) menyebutkan bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi disaat ini memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi dan juga memudahkan dalam bersosialisasi dalam dunia maya. Selain dapat memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi dan memudahkan dalam kegiatan sosialisasi berkembangnya teknologi juga dapat membuat persebaran sebuah informasi atau sosialisasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat tersebar lebih luas.

3.1.5 Frekuensi

Frekuensi adalah akumulasi dalam kurun waktu tertentu yang berkaitan dengan individu atau masyarakat dihadapkan pada suatu pesan (Bimantoro & Herawati, 2013). Frekuensi merupakan salah satu faktor penting strategi komunikasi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat agar lebih banyak lagi peluang tersampainya ke seluruh masyarakat. Admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta tidak memiliki target berapa pesan yang harus di upload ke Instagram dalam satu hari namun sebisa mungkin untuk tetap sesering mungkin untuk memberikan informasi kepada masyarakat baik melalui postingan ataupun juga melalui Instagram story.

“Untuk target tidak ada, tetapi sebisa mungkin sesering mungkin dalam memberikan informasi kepada masyarakat jadi itu tadi kan sudah saya sampaikan mas yang admin nya itu sebenarnya semua tenaga fungsional di Dinas Kesehatan cuma yang aktif itu hanya tenaga yang diberikan mandat itu hanya tenaga fungsional penyuluh Kesehatan jadi sebisa mungkin kita setiap hari memposting walaupun itu hanya repost atau membuat postingan itu kalau bisa setiap hari memang akun kita diharapkan ada beritanya mas jadi ada informasi informasi Kesehatan yang bisa dibagi baik itu lewat ig story ataupun postingan lalu kalo dm itu kebanyakan saya jawab nya itu di hari kerja kecuali yang bisa saya jawab sendiri ya tapi sejauh ini kebanyakan yang belum saya jawab itu yang cuma yang nge tag kita dia lagi vaksin atau apa gitu” (wawancara dengan ibu karlina sebagai admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 2 april 2022)

Terdapat tantangan bagi pelaksanaan komunikasi kesehatan untuk dapat memberikan pesan yang jelas dan konsisten untuk dapat dipahami oleh audiens (Prasojo, 2022). Karena adanya konsistensi yang dilakukan oleh Dinkes

Surakarta dalam mengedukasi masyarakat mampu membuat antusiasme masyarakat dan meningkatkan pengikut akun Instagram @dinkessurakarta. Hal ini disampaikan oleh ibu Karlina.

“Peningkatan nya memang iya kalau followers terutama pas awal awal dulu itu saya gak pegang ig nya dinkes cm semenjak kita aktif memberikan informasi itu followers nya semakin nambah” (wawancara dengan admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 2 april 2022)

Antusias masyarakat untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan mengenai suatu hal mampu membuat Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta mengalami kenaikan dalam hal jumlah followers yang mengikuti akun Dinas Kesehatan Kota Surakarta di instagram. Dengan bertambahnya jumlah followers Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta dapat memperlihatkan bahwa tingkat kepercayaan dan juga kebutuhan masyarakat berkaitan dengan suatu informasi dapat terpenuhi dengan informasi yang tersedia di akun Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta. Untuk bisa meningkatkan kepercayaan publik adalah dengan mengkomunikasikan pengetahuan dari otoritas dengan transparansi mengenai literasi. Adanya literasi mampu membangun ikatan antara penyalur pesan dengan penerima pesan (Prasojo, 2022). Dengan adanya literasi dan juga ketersediaan informasi yang masyarakat butuhkan mengenai suatu hal tentunya akan berdampak pada antusias masyarakat dalam mencari informasi yang mereka butuhkan.

3.1.6 Waktu

Tahapan strategi komunikasi salah satunya adalah penemuan cara yang terbaik dan waktu serta lokasi yang tepat (Sartika, 2015). Admin Dinas Kesehatan Kota Surakarta tidak memiliki waktu tertentu dalam pengiriman dan juga membalas pesan yang masuk melalui Instagram. Untuk masalah waktu admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta lebih fleksibel hal ini dikarenakan banyak direct message yang masuk ketika malam hari sehingga baru dapat di respon ke esokan harinya karena

admin harus mengkonsultasikan nya dengan bidang yang terkait. Namun untuk pertanyaan yang dapat admin jawab secara langsung akan langsung di jawab.

”Sepanjang hari, tidak ada waktu2 khusus DM banyak masuk di malam hari, sehingga baru besok dibalas karena harus mengkonsultasikan jawaban ke bidang terkait. Untuk pertanyaan pertanyaan yang bisa dijawab oleh admin (sudah pernah ditanyakan sebelumnya) akan langsung dijawab, sementara untuk pertanyaan yg tdk bisa dijawab (terkait kebijakan) akan disampaikan ke bidang terkait” (wawancara dengan ibu karlina sebagai admin Dinas Kesehatan Kota Surakarta pada tanggal 2 april 2022)

Dengan merespon pertanyaan yang ditanyakan oleh masyarakat melalui Instagram secara langsung berkaitan dengan pertanyaan yang dapat admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta jawab secara langsung tanpa harus melalui proses konsultasi dengan bidang tertentu dapat membantu masyarakat dalam mendapatkan sebuah informasi yang mereka butuhkan secara cepat dan tepat sehingga masyarakat tidak kebingungan dalam mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Informasi yang banyak tersedia di masyarakat dapat membuat semakin banyak orang yang mendapatkan pengetahuan yang biasanya informasi tersebut hanya tersedia untuk kalangan tertentu (Damanik, 2012)

3.2 Pembahasan

Strategi komunikasi adalah aktivitas berkaitan dengan komunikasi dilakukan dengan sengaja oleh organisasi yang bertujuan untuk menggapai tujuan yang dilaksanakan dengan kurun waktu yang lama (Atmadi & Widati, 2013). Melakukan perencanaan yang baik dan juga maksimal dalam usaha untuk menyebarkan informasi dan juga sosialisasi kepada masyarakat tentunya diharapkan mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan dilakukan nya kegiatan komunikasi tersebut. Apalagi dengan berkembang nya teknologi upaya memberikan informasi dan juga sosialisasi saat ini dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial agar persebaran pesan yang

berkaitan dengan kesehatan dapat menyebar lebih luas dan mudah di akses oleh masyarakat selain itu penggunaan media sosial dapat membantu terjadinya interaksi antara Dinas Kesehatan Kota Surakarta dengan masyarakat.

3.2.1 Admin Instagram merupakan orang yang berkompeten di bidangnya

Dalam melakukan tugas nya memberikan informasi kepada masyarakat akan lebih maksimal jika seseorang paham dengan pengetahuan yang dapat membantu atau memaksimalkan tugasnya. Posisi Admin Instagram di Dinas Kesehatan Kota Surakarta merupakan orang yang memang memiliki background pendidikan kesehatan masyarakat sehingga mereka mampu mengatur efek dari unggahan yang dilakukan melalui akun Instagram. Seperti yang dinyatakan dalam jurnal berjudul *“Nexus Health Securitization and Health Communication in a Pandemic Period”* komunikator kesehatan harus memiliki kemampuan komunikasi yang cakap dan mumpuni untuk menggunakan medium komunikasi interaktif yang diperantarai oleh internet dan strategi melakukan komunikasi yang efektif di tengah masyarakat yang sedang menghadapi pandemic (Prasojo, 2022).

Admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta merupakan sarjana Kesehatan masyarakat yang di dalam mata kuliah tersebut memiliki materi promosi Kesehatan dan juga penyebarluasan informasi termasuk di dalam salah satu mata kuliah. Hal ini dapat mendukung upaya penyebaran informasi yang berkaitan dengan Covid-19 kepada masyarakat karena admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta memiliki ilmu dan kemampuan yang mereka pelajari saat kuliah yang berkaitan dengan promosi Kesehatan dan penyebarluasan informasi apalagi di tengah pandemi informasi yang berkaitan dengan covid-19 merupakan informasi yang penting dan juga banyak masyarakat butuhkan. Seorang komunikator harus memiliki empat faktor penting, yaitu pengetahuan, pengalaman, motivasi dan sikap (Paramasari & Nugroho, 2021). Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa seorang komunikator saat pandemi covid tidak hanya ahli dengan latar belakang medis, namun juga perlu menguasai hal yang berkaitan dengan sosial media. Hal ini didasari karena adanya keterbatasan saat pandemi yang membuat alur komunikasi tatap muka banyak

dialihkan ke sosial media. Hal serupa juga terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh (Florettira & Syakurah, 2021) menyatakan bahwa prinsipnya dalam mengatasi pandemi mahasiswa kedokteran untuk dapat melakukan komunikasi yang efektif harus dibekali ilmu komunikasi salah satunya dengan memberikan komunikasi kesehatan sebagai edukasi melalui media sosial selama masa pandemi COVID-19.

3.2.2 Memaksimalkan fitur Instagram

Pemilihan saluran komunikasi yang baik dapat mempengaruhi kepuasan audiens (Baxter, Egbert, & Ho, 2008). Admin Instagram Dinas Kesehatan kota Surakarta menggunakan semua fitur dalam aplikasi Instagram dalam menyebarkan informasi yaitu Instagram story, reels, chat maupun juga link untuk menghubungkan dengan media sosial yang lain. Sehingga persebaran dari informasi yang sudah dibuat dapat lebih banyak menjangkau masyarakat dan juga lebih cepat dalam persebaran nya. Yang mana hal tersebut sesuai dengan Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini dimana masyarakat membutuhkan informasi yang valid terkait Covid-19 dimana pemerintah hadir melalui media sosial yang mereka miliki untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Penggunaan berbagai macam fitur yang disediakan oleh Instagram yang digunakan oleh Admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta seperti Instagram story, reels, dan direct message membuat informasi tersebut dapat disebarkan dengan lebih menarik karena tidak hanya disebarkan melalui pamflet ataupun yang lainnya. Fitur direct message yang ada di Instagram juga dapat membantu masyarakat untuk bertanya mengenai suatu hal kepada admin yang tidak dapat dirasakan apabila melakukan penyebaran informasi menggunakan brosur, pamflet dan yang lainnya. Rosady Ruslan dalam (Gardatama & Rahmanto, 2020) konten merupakan elemen kebijakan media sosial pemerintah yang terpenting dalam upaya memenuhi tugas menyampaikan informasi kepada publik, mengenai kebijakan, aktivitas, dan prestasi dari suatu instansi melalui media massa memberikan informasi kepada masyarakat. Praktik komunikasi kesehatan dinkes dalam unggahan @dinkessurakarta mengenai penanganan COVID-19 berisi beragam konten informasi. Bisa diartikan, hal ini

merupakan cara pemerintah dalam menarik minat dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan aktivitas penanganan ancaman COVID-19.

3.2.3 Kolaboratif

Dengan melibatkan komunitas berdampak pada persepsi masyarakat mengenai pesan yang disampaikan (Ataguba & Ataguba, 2020). Dinas Kesehatan kota Surakarta juga bekerjasama dengan beberapa pihak yang berkaitan dalam usaha untuk menyebarkan sebuah informasi Kesehatan kepada masyarakat melalui Instagram. Hal ini bagus untuk dilakukan untuk memperluas persebaran sebuah pesan yang ditujukan kepada masyarakat. Beberapa pihak terkait tersebut merupakan 17 puskesmas dan juga 2 rumah sakit yang apabila memiliki jadwal vaksin maka pihak admin Instagram dinas Kesehatan kota Surakarta akan membantu untuk merepost dan juga apabila dinas Kesehatan kota Surakarta memiliki informasi pengumuman maka dari pihak puskesmas dan juga rumah sakit akan membantu menyebarkan informasi tersebut melalui instastory.

Dengan melakukan Kerjasama dengan rumah sakit dan juga puskesmas membantu upaya agar informasi yang admin Instagram Dinas Kesehatan kota Surakarta menyebar lebih luas dan lebih dapat menjangkau ke seluruh masyarakat, dan juga dengan melakukan kerjasama tersebut juga memudahkan masyarakat dalam mencari informasi yang mereka butuhkan berkaitan dengan Covid-19 dari sumber yang terpercaya. Promosi kesehatan adalah program berkaitan dengan kesehatan yang dirancang untuk membawa perbaikan berupa perubahan perilaku, baik di dalam masyarakat dan juga di lingkungan organisasi (Yesica Maretha, 2012). Proses komunikasi kesehatan harus mengandung elemen kepercayaan, kredibilitas, kejujuran, transparansi dan akuntabilitas terkait dengan sumber informasi (Prasojo, 2022). Penting lagi untuk untuk mengetahui persepsi dari risiko yang ber determinasi terhadap bagaimana masyarakat memberikan respon terhadap pandemi.

3.2.4 Persuasif, Edukatif dan Informatif

Komunikasi kesehatan bertujuan untuk membuat masyarakat paham mengenai informasi penting yang berkaitan dengan kesehatan juga mengubah perilaku mereka

supaya sesuai dengan asas-asas Kesehatan (Paramasari & Nugroho, 2021). Upaya menyebarkan pesan Kesehatan kepada masyarakat yang dilakukan melalui Instagram @dinkessurakarta dalam mempertimbangkan pesan persuasif dalam masyarakat menggunakan ahli dalam mengangkat isu covid-19. Kualitas dan penyebaran informasi berdasarkan keilmiahan medis yang akurat dapat mempengaruhi respon audiens (Prasojo, 2022). Materi informasi kesehatan dan pesan harus dirancang dalam cara agar semua pihak bisa mengetahui dan tidak ada yang tertinggal. Strategi perancangan komunikasi kesehatan harus ditambah dengan temuan literatur dan literatur penelitian kesehatan. Dengan memberikan penekanan ilmiah kepada audiens mengakibatkan informasi menjadi lebih bisa diterima dan percaya secara jelas. Komunikasi kesehatan ini pada akhirnya menjadi penting untuk membangun ikatan kepercayaan yang kuat di antara komunikan dan komunikator. Penelitian yang ini mampu menunjukkan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan dalam upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijakan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut. Seperti informasi vaksinasi, penerapan isolasi mandiri, dan pemberlakuan test covid. Dengan melakukan persuasif, edukatif dan juga informatif kepada masyarakat melalui Instagram tentunya juga membantu upaya program pemerintah dalam mensosialisasikan cara untuk terhindar dari Covid-19.

Memberikan pengetahuan dan edukasi dalam proses sosialisasi penanganan Covid-19 kepada masyarakat adalah salah satu hal penting yang dapat dilakukan agar masyarakat mengetahui bahaya dari virus Covid-19 karena penyakit tersebut yang tiba tiba muncul sehingga masyarakat masih minim pengetahuan yang berkaitan dengan virus Covid-19 dan banyak masyarakat yang masih kebingungan dengan virus tersebut. Komunikasi edukatif adalah sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang bertujuan untuk mendidik (Andrianto, 2019). Dalam memberikan pesan kepada masyarakat, informatif mempunyai ciri sebuah kegiatan yang dilakukan untuk memberi pengetahuan yang berkaitan dengan suatu hal yang di dalam nya memiliki unsur sebuah informasi agar dapat dimengerti dan juga diketahui

(Hidayat, Hadi, & Subejo, 2019). Di masa pandemi Covid-19 tentunya penting untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan bagaimana virus Covid-19 dapat menyebar kepada manusia sehingga masyarakat dapat mengetahui apa saja penyebab tertular nya penyakit Covid-19. Sehingga masyarakat dapat lebih waspada dalam beraktivitas agar tetap aman dan terhindar dari virus Covid-19.

3.2.5 Hambatan

menurut Marhaeni dalam (Syaipudin, 2020) yang berkaitan dengan penelitian kali ini adalah hambatan penggunaan media yaitu gangguan yang dapat terjadi di dalam penggunaan media komunikasi. Dalam upaya untuk menyampaikan pesan dan juga informasi kepada masyarakat tentunya memiliki hambatan dalam pelaksanaan nya. Hal tersebut juga dialami oleh Admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Walaupun Instagram merupakan sebuah media sosial yang strategis untuk dijadikan tempat menyebarkan informasi dan juga sosialisasi namun kenyataan nya dalam beberapa situasi hambatan dan juga masalah timbul dari aplikasi tersebut sehingga admin Instagram Dinas Kesehatan kota Surakarta beberapa kali mengalami masalah dengan system dari Instagram sendiri. Selain itu tidak adanya admin yang bekerja full time juga membuat tidak maksimal nya pengiriman pesan atau informasi yang dilakukan melalui media sosial karena menjadi admin Dinas Kesehatan Kota Surakarta merupakan sebuah tugas tambahan yang diberikan.

Admin juga beberapa kali terkendala oleh Instagram yang tidak bisa di buka dan harus beberapa kali mengganti password sehingga dalam kegiatan nya mengalami kendala. Admin Dinas Kesehatan Kota Surakarta juga tidak ada yang memiliki latar belakang IT sehingga apabila memiliki masalah terkait media sosial atau hal yang berkaitan dengan teknologi tidak dapat diselesaikan dengan cepat. Hambatan lain, ketika komunikator tidak mampu mengolah krisis yang sedang terjadi dapat menimbulkan citra semakin buruk. Lee dan Basnyat menyatakan medialah yang

mempunyai kedudukan yang paling kuat dalam mengelola dan menjadi sumber berita untuk informasi kesehatan yang diakses masyarakat (Prajarto, 2021).

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Dinas Kesehatan Kota Surakarta dalam penggunaan media baru dalam menangani Covid 19 ditemukan bahwa komunikator Dinas Kesehatan Kota Surakarta adalah orang yang mengerti mengenai Covid-19 dan menguasai komunikasi berbasis media sehingga pesan sosialisasi mampu diterima dengan baik oleh audiens. Dalam mempersuasi masyarakat, komunikator penting untuk melakukan kolaborasi dengan ahli saat melakukan edukasi dengan pesan informatif contoh nya yaitu bekerja sama dengan Satuan Tugas Covid-19 untuk membuat pesan khusus berkaitan dengan Covid-19 dan juga membagikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh satuan tugas agar minat masyarakat untuk merubah perilaku kesehatan lebih tinggi. Admin Dinas Kesehatan Kota Surakarta juga dapat membuat jadwal-jadwal tertentu berkaitan penyebaran informasi dan juga sosialisasi Covid-19 seperti memberikan update secara berkala pada hari tertentu mengenai jumlah angka kenaikan orang yang tertular Covid-19 juga membuat penjadwalan pada hari tertentu untuk membuat pesan dengan melakukan kolaborasi dengan tenaga ahli seperti melakukan kolaborasi dengan dokter yang membahas mengenai informasi Covid-19 dan juga pesan-pesan yang lain yang berkaitan dengan Covid-19. Keterbatasan dalam penelitian ini berfokus pada perspektif Dinas Kesehatan Kota Surakarta, Lalu peneliti merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya untuk meneliti dalam perspektif audiens yang menerima pesan sosialisasi Covid-19.

PERSANTUNAN

Rasa syukur dan terimakasih tidak lupa saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan saya kemudahan dan juga semangat dalam pengerjaan penulisan penelitian ini dan juga terimakasih kepada kedua orangtua saya yang selalu mendukung

kelancaran dalam penelitian ini. Peneliti juga ingin mengucapkan terimakasih pada dosen pembimbing Pak Yudha dan seluruh dosen yang ada di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Terimakasih kepada Ibu Karlina selaku admin Instagram Dinas Kesehatan Kota Surakarta yang telah memberikan informasi dan juga data yang peneliti butuhkan dalam penelitian kali ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Website Dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451–466. Retrieved from <https://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/119>
- Agusta, I. (2014). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02(1998), 1–11.
- Andrianto. (2019). *IMPLEMENTASI KOMUNIKASI EDUKATIF DALAM PEMADUAN IMAN, ILMU DAN AMAL STUDI PEMBELAJARAN PAI DI SMA IT ABU BAKAR YOGYAKARTA*. 3.
- Anggraeni, L. (2012). Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Upaya Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Mahasiswa Pada Mata Kuliah Hubungan Internasional. *Media Komunikasi FIS*, 11(Education), 1–15.
- Arifin, B. (2022). Government Communication Strategies in Time of Pandemic: Comparative Study between South Korea and Indonesia. *Policy & Governance Review*, 6(2), 189. <https://doi.org/10.30589/pgr.v6i2.546>
- Ataguba, O. A., & Ataguba, J. E. (2020). Social determinants of health: the role of effective communication in the COVID-19 pandemic in developing countries. *Global Health Action*, 13(1). <https://doi.org/10.1080/16549716.2020.1788263>
- Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Gramdeia Pustaka Umum.
- Baxter, L., Egbert, N., & Ho, E. (2008). Everyday health communication experiences of college students. *Journal of American College Health*, 56(4), 427–436. <https://doi.org/10.3200/JACH.56.44.427-436>
- Bimantoro, F., & Herawati, F. A. (2013). Pengaruh Frekuensi Melihat Iklan Floating terhadap Tingkat Kesadaran Merek. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 8(2). <https://doi.org/10.24002/jik.v8i2.174>

- Cangara, H. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Damanik, F. N. S. (2012). Menjadi Masyarakat Informasi. *Jurnal SIFO Mikroskil*, 13(1), 73–82. <https://doi.org/10.55601/jsm.v13i1.48>
- Databoks. (2020). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta.
- Dewi, M., & Masri Hadiwijaya, M. (2016). Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang Dalam Kampanye Program Palembang Emas (Elok, Madani, Aman, Sejahtera). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 117–132. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art2>
- Dilla, S. (2013). *Komunikasi pembangunan pendekatan terpadu*. Simbiosis Rekatama Media.
- Farradia, Y. (2022). Marketing Communication Strategy Implemented by the Hotel as an Effort to Increase Visitor Interest during Covid-19 Pandemic. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 2(1), 176–190.
- Florettira, M. T., & Syakurah, R. A. (2021). Komunikasi Kesehatan Terkait COVID-19: Perspektif Mahasiswa Kedokteran. *Higeia Journal of Public Health Research and Development*, 5(3), 227–238.
- Gardatama, H., & Rahmanto, A. (2020). *MANAJEMEN MEDIA SOSIAL PEMERINTAH KOTA SURAKARTA DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI MENGENAI COVID-19 KEPADA MASYARAKAT*.
- Hidayat, A. S., Hadi, S., & Subejo. (2019). Metode dan Media Komunikasi dalam Penyuluhan Agama: Studi Kasus Penyuluhan Agama Islam Kabupaten Sukoharjo. *Journal Acta Diurna*, 15(2), 19–37.
- Humas, P., & Pertama, A. (2021). *Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi*. 2(Mayang 2020), 1–5.
- Ihsan Suri, Nurul Hidayat, U. H. (2021). *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial KOMUNIKASI KESEHATAN DI ERA DIGITAL : STRATEGI PEMERINTAH*. 8(4), 850–858.
- Kompas. (2020). Saat Pemerintah Dinilai Tak Serius Tangani Pandemi Virus Corona...
- Kurnia, N. (2005). *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap teori komunikasi*.
- Lestari, S. S. (2022). Pengaruh Komunikasi Kesehatan Reisa Broto Asmoro dalam Meningkatkan Kesadaran Mematuhi Protokol Kesehatan. *Journal of Communication and Society*, 1(1), 45–61. Retrieved from

<https://journal.sinergiinstitute.com/index.php/JOCS/article/view/18%0Ahttps://journal.sinergiinstitute.com/index.php/JOCS/article/download/18/11>

- Listianingrum, R., Fitriana Poerana, A., & A. Arindawati, W. (2021). Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11–23. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1309>
- Maulida, H., W, R. Y. P., & Nugrahenti, M. C. (2020). Komunikasi Kesehatan Perilaku Hidup Sehat #JSR Di Media Sosial. *Jurnal Teras Kesehatan*, 3(1), 18–32. <https://doi.org/10.38215/jutek.v3i1.44>
- Muslimin, & Idul, R. (2020). *PENGARUH BUDAYA LITERASI DIGITAL TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP DAN KARAKTER MASYARAKAT DALAM PEMBATAAN SOSIAL AKIBAT PANDEMI COVID-19 Muslimin 1 dan Rahmatan Idul 2*. 10(3), 21–36.
- Muzakkir, N., & Saleh, R. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN PROVINSI ACEH DALAM MENYOSIALISASIKAN BAHAYA PENYAKIT DIFTERI DI PROVINSI ACEH*. 3(November).
- Nasruddin, R., & Haq, I. (2020). Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Masyarakat Berpenghasilan Rendah. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(7). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i7.15569>
- NewsDetik. (2021). Kapan Sebenarnya Corona Pertama Kali Masuk RI?
- Nofha Rina, S. N. F. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Paramasari, S. N., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 123–132. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2036>
- Pemerintah Kota Surakarta. (2021). Situasi Covid-19 Kota Surakarta.
- Prajarto, N. (2021). a Content Analysis on Health Communication of Covid-19 in Online Media From February To July 2021. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 132–148.
- Prasojo. (2022). *Nexus Sekuritisasi Kesehatan dan Komunikasi Kesehatan di Masa Pandemi (Nexus Health Securitization and Health Communication in a Pandemic Period) Pendahuluan*. VIII, 26–39.

- Pratiwi, N., & Pritanova, N. (2017). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Psikologis Anak Dan Remaja. *Semantik*, 6(1), 11. <https://doi.org/10.22460/semantik.v6i1p11.250>
- Priowidodo, G., Wijayanti, C. A., & Vidyarini, T. N. (2021). Digital-Based Media Organization Communication Strategy: An Ethnomethodology Study. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(1), 1. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3272>
- Purwasito, A. (2017). Analisis Pesan Message Analysis. *The Messenger*, 9(1), 103–109.
- Riska, Harihanto, & Nurmanina, A. (2013). Studi Tentang Penggunaan Internet Oleh Pelajar (Studi Pada Penggunaan Internet Oleh Pelajar SMP N 1 Samarinda). *Sociology*, 1(4), 37–48.
- Ritonga, M. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial Muslimin Ritonga. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol.3(1), 60–77.
- Rosidah, A., Khasanah, A & Kayis, R. (2020). *MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP PENCEGAHAN COVID-19 MELALUI VIDEO EDUKASI PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN*.
- Sari, A., Lestiyanti, N., & Purworini, D. (2022). *PENGARUH BERITA LONJAKAN KASUS COVID-19 PADA AKUN INSTAGRAM @ KEMENKES _ RI TERHADAP MINAT VAKSINASI FOLLOWERS AKUN @ KEMENKES _ RI*. 259–275.
- Sartika, A. (2015). Strategi Komunikasi Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) Dalam Melakukan Sosialisasi HIV/AIDS Di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 17–30. Retrieved from [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/01/jurnal_ariny_\(01-29-15-07-40-19\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/01/jurnal_ariny_(01-29-15-07-40-19).pdf)
- Syaipudin, L. (2020). Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung). *Kalijaga: Jurnal of Communication*, 2(1), 14–34.
- World Health Organization. (2020). WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard.
- Yesica Maretha. (2012). Komunikasi Kesehatan : Sebuah Tinjauan*. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1), 88–94.