

## STRATEGI KOMUNIKASI RADIOGRAFER MELALUI MEDIA SOSIAL: STUDI PADA AKUN INSTAGRAM PERHIMPUNAN RADIOGRAFER INDONESIA (PARI)

Dessy Kushardiyanti<sup>1</sup> Syaifudin Ramadhan Hidayat<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Komunikasi Penyiaran Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Kementerian agama*

<sup>1</sup>*RSUD Ajibarang, Pemerintah Kabupaten Banyumas*

Corresponding author: Dessy Kushardiyanti

Email: [dessykushardiyanti@syekhnrjati.ac.id](mailto:dessykushardiyanti@syekhnrjati.ac.id)

Received: written by editor; Revised: written by editor; Accepted: written by editor

### ABSTRACT

**BackBackground:** The increasing number of social media users is currently being used by various sectors, including the health sector, which since the Covid-19 pandemic has received special attention from the public as ammunition for credible information. One of them is the Radiotherapy unit through various associations and or communities as an adhesive between radiographers. So far, Radioteapi has become a health unit that is safe in disseminating content information, no viral content has been found that contains negative content or violates the rules until it is in the name of the medical personnel in the Radiotherapy unit. This is certainly an opportunity to be used as a mediation of information in the health sector, especially through the association of medical personnel, one of which in this case is PARI. So, in the future, social media will not be limited only to the interests of members or radiographers but can be used as a manifestation of the radiographer's effective communication competence for the community.

**Methods:** The research was conducted using a descriptive quantitative-qualitative approach with data collection methods in the form of literature studies, analysis of Instagram social media content, and interviews with PARI members. Convenience sampling was used to take samples of 2 central PARI Instagram accounts and 9 branch PARI Instagram accounts which were then processed by calculating engagement rate impressions and content strategy analysis with indicators like, comments and message content.

**Results:** The results show that several central PARI Instagram accounts and branch managers have quite low engagement rate impressions, this can be improved by consistent content updates by considering the content strategy in the form of MEME content as entertainment as well as informative content, exposing members' experiences as positive reviews of the association, Documentation content of regular meeting activities and informative content of PARI membership updates.

**Conclusions:** The content strategy that has been carried out at least meets the health indicators in the digital field according to a specific classification (Jean-Emmanuel Bibault, et all, 2017) in terms of reflective, responsive, relevant, and flexible information aimed at the target audience, namely between members and between radiographers. .

Keyword : Instagram, Content, Engagement, Radiographer, PARI

### Pendahuluan

Era new normal telah menumbuhkan kebiasaan baru untuk berbagai tujuan tak terkecuali konsumsi informasi yang masif didapat melalui platform virtual seperti media sosial. Hal tersebut didukung dengan naiknya penggunaan media sosial aktif terbaru di tahun

2022 menurut we are social mengalami kenaikan sebesar 12,6% sebanyak 191,4 juta.

Kenaikan pengguna media sosial tak disangkal menjadi peluang bagi berbagai sektor sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat. Namun sayangnya, beberapa diantaranya masih minim terkelola sebagai akibat dari kurangnya kompetensi SDM dalam pengelolaan informasi yang sesuai dengan

karakter pengguna media sosial sebagai target audiens. Bagaimanapun juga bidang kehumasan selalu bergerak dinamis mengikuti perkembangan media baru, sehingga perlu dipersiapkan terutama dalam pemikiran penggunaan media baru baik skala global maupun regional perlu berpikir global dalam praktik kehumasan (Wilcox, 2006). Berbagai unit di bidang kesehatan tidak tertinggal dalam pemanfaatan platform media sosial, dimana bidang kesehatan telah mendapat prioritas perhatian utama bagi masyarakat sebagai dampak dari pandemi Covid-19. Di era digital, media sosial dapat memfasilitasi pengembangan dan menciptakan nilai partisipatif (Marianne, et all, 2021). Kredibilitas informasi tentu menjadi lebih aktual dan terpercaya dari konten informasi yang bersumber dari lembaga kesehatan. Salah satunya yaitu unit Radioterapi melalui berbagai perhimpunan dan atau komunitas sebagai perekat antar Radiografer. Perhimpunan Radiografer Indonesia (PARI) telah menjadi andalan bagi Radiografer dan pihak-pihak di unit Radioterapi yang memiliki kepentingan dalam meningkatkan kompetensi dan sebagai arus informasi seputar kebijakan Radiografi di Indonesia. Sudah seharusnya media sosial memiliki fungsi yang lebih luas dalam pemanfaatannya bukan hanya antar anggota saja, namun juga masyarakat luas termasuk sebagai amunisi informasi bagi para pengkaji ilmiah pada kajian Radioterapi. Dalam penelitian (Biplab Sarkar, et all, 2018) bahkan menemukan bahwa postingan informasi ilmiah oleh komunitas onkologi radiasi di platform media sosial hanya sekitar 10% dari total kontribusi mereka dengan keterbatasan hasil kontribusi sosial bagi masyarakat meliputi kegiatan pertemuan antar anggota.

Media sosial terkhusus pada informasi kesehatan tak jarang diinisiasi untuk kepentingan pribadi para content creator yang fokus pada konten-konten kesehatan, namun menjadi amat disayangkan ketika ditemui beberapa konten yang tidak sesuai dengan batas aturan penyalahgunaan konten kesehatan bagi tenaga medis di media sosial. Posting-an

konten yang tidak profesional dan pelanggaran kerahasiaan tidak jarang terjadi pada pengelolaan media sosial dalam bidang kesehatan, hal ini yang mendorong pada rujukan pembuatan pedoman media sosial (Marcio von Muhlen, 2012).

Sejauh ini, Radioteapi menjadi unit kesehatan yang aman dalam penyebaran informasi konten, belum ditemukan konten viral yang mengandung isi negatif atau melanggar aturan sampai mengatasnamakan Radiografer. Namun, menarik kemudian untuk dianalisa lebih lanjut potensi dari penggunaan media sosial oleh Perhimpunan Radiografer Indonesia (PARI) dan praktik komunikasi digital di bidang kesehatan dalam pemanfaatan media sosial oleh perhimpunan radiografer pusat dan pengurus cabang (pengcab).

**]Metode**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif-kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui studi literatur, analisis konten media sosial Instagram, dan wawancara dari anggota PARI. Adapun akun media sosial dipilih secara convenience sampling yaitu diambil 10 sampel meliputi 2 akun media sosial PARI (@infopari dan @pari\_pusat) dan 9 akun media sosial PARI cabang di beberapa daerah meliputi:

**Tabel 1.** Daftar sampel Akun Instagram PARI Pengurus Cabang

<b>Cabang PARI</b>	<b>Akun Instagram</b>
Yogyakarta	@parikotajogja
Solo	@parisolo.official
Kota Cirebon	@parikotacirebon
Tasikmalaya	@paripengcabkabtsm
Garut	@pari_garut
Jakarta Utara	@paripengcabjakut
Mataram	@paripengcabmataram
Magelang	@parimagelang.official
Banyumas	@paribanyumas

Analisis dari akun media sosial di atas kemudian dianalisis berdasarkan indikator pengikut secara akumulatif hingga penelitian dilakukan dan *engagement* sosial media Instagram dari rentang Januari-Maret 2022 (Quarter I di tahun 2022) meliputi: total post, total likes, total comment, dan *engagement rate impressions* dihitung dari rata-rata jumlah *likes* dan *comment* selama 3 bulan masa *tracking* dengan rumus perhitungan:  $ER\ Impressions = Total\ engagement\ on\ post \times 100$ . Perhitungan *engagement rate* dari suatu post melalui jumlah like dan komentar menjadi faktor yang memiliki pengaruh dalam kepopuleran suatu akun media sosial (Gleansight dalam Amriel, 2021).

Selanjutnya melakukan klasifikasi analisis beberapa konten dan dianalisis dari caption, balasan komentar, isi konten berupa

### Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menghasilkan gambaran *engagement rate* dari masing-masing akun

gambar/video/caraousel yang kemudian dianalisis berdasarkan praktik komunikasi digital di bidang kesehatan menurut (Jean-Emmanuel Bibault, et all, 2017) dari sisi reflektif, responsif, relevan, dan keluwesan informasi, dengan karakteristik dari masing-masing indikator sebagai berikut:

**Tabel 2.** Tabel Indikator Komunikasi Kesehatan dalam Bidang Kesehatan

Indikator	Karakteristik
Reflective	Thoughtful
	Humble
Responsive	Active listening
	Timely responses
Relevant	Focused on topic at hand
Rigorous	Sharing based upon experience
	Evidence

Instagram PARI pusat dan PARI pengurus cabang sebagai berikut:

**Tabel 3.** Data Primer Perhitungan *Engagement Rate Impressions* pada Sampel Akun Instagram PARI

<b>Perhimpunan PARI</b>	<b>Akun Instagram</b>	<b>Total Followers</b>	<b>Total Post</b>	<b>Total Like</b>	<b>Total Komentar</b>	<b>Engagement Rate Impressions</b>
PARI Pusat	@infopari	602	0	0	0	0
	@pari_pusat	5542	0	0	0	0
Yogyakarta	@parikotajogja	2040	54	649	60	34.75
Solo	@parisolo.official	518	7	270	1	52.31
Kota Cirebon	@parikotacirebon	587	5	167	0	28.44
Tasikmalaya	@paripengcabkabtsm	542	5	56	5	11.25
Garut	@pari_garut	589	0	0	0	0
Jakarta Utara	@paripengcabjakut	790	2	64	2	8.35
Mataram	@paripengcabmataram	664	2	76	2	11.74
Magelang	@parimagelang.official	483	0	0	0	0
Banyumas	@paribanyumas	93	0	0	0	0

Perhitungan engagement rate impression biasa digunakan sebagai rekomendasi potensial campaign untuk strategi marketing melalui konten media sosial yang diunggah di Instagram dimana masing-masing pengikut media sosial memiliki potensi melihat kembali tayangan konten yang telah diunggah, tentu semakin tinggi akan memiliki dampak baik dari segi keterikatan antar pengguna media sosial terhadap posting-an. Berdasarkan hasil perhitungan data di atas dapat dilihat akun PARI pengurus cabang Yogyakarta dan Solo memiliki engagement rate impressions yang cukup tinggi hal tersebut salah satunya terlihat dari konsistensi unggahan selama rentang 3 bulan (Januari-Maret 2022) pada Quarter I tahun 2022, didukung juga dengan like dan keterlibatan pengguna melalui komentar di beberapa posting-an.

Sedangkan perhitungan engagement rate justru terlihat rendah pada akun PARI Pusat dan beberapa PARI pengurus cabang diantaranya yang

memiliki engagement rate dengan nilai 0 diantaranya PARI pengurus cabang Garut, Magelang dan Banyumas. Jika menilik pada fungsi PARI Pusat tentu menjadi sumber informasi utama bagi PARI pengurus cabang, namun jika dilihat dari alternatif informasi selain di sosial media, PAI pusat lebih aktif menggunakan official website di <https://pari.or.id/>, yang kemudian dari informasi yang diunggah pada official website tersebut kembali diolah sebagai bahan konten informasi bagi PARI pengurus cabang. Adapun beberapa Instagram PARI pengurus cabang didapati memiliki engagement rate impression rendah kemungkinan terindikasi akun Instagram baru didirikan atau belum terkelola dengan maksimal dikarenakan pergantian kepemimpinan.

**Strategi Komunikasi Digital di Bidang Kesehatan Melalui Perhimpunan Radiografer Indonesia (PARI)**

Jika menilik pada Standar Profesi Radiografer Nomor HK.01.07/MENKES/316/2020 adapun area kompetensi yang perlu dimiliki bagi para terampil Radiografer meliputi:

1. Profesional yang Bermartabat dan Berkepribadian Luhur;
2. Mawas Diri dan Pengembangan Diri;
3. Komunikasi Efektif;
4. Pengelolaan Informasi;
5. Landasan Ilmu Radiologi;
6. Keterampilan Teknik Radiologi; dan
7. Pengelolaan Pelayanan Radiologi.

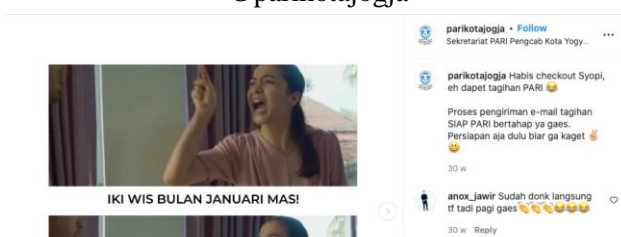
Menjadi fokus dalam penelitian ini adalah pada area komunikasi efektif dimana Radiografer perlu memperhatikan beberapa komponen terkait kompetensi tersebut yaitu:

1. Berkomunikasi dengan klien.
2. Berkomunikasi dengan rekan sejawat, manajemen dan profesi lain.
3. Berkomunikasi dengan masyarakat.
4. Berkomunikasi dengan lembaga terkait.

Perkembangan teknologi dan informasi telah memediasi komponen kompetensi di atas menjadi lebih mudah dan praktis tanpa terbatas waktu dan jaringan. Hal tersebut tentu dapat dicapai jika Sumber Daya Manusia berkompeten dan terfasilitasi pengembangan SDM di bidang publikasi dan kehumasan (Hubungan Masyarakat). Seperti halnya yang sedang diupayakan Kementerian Kesehatan dalam penanganan gap pada indikator SDM Kesehatan di segi pelayanan perlu adanya pendidikan dan pelatihan baik dari pre servis atau in servis sehingga dapat tercipta keselarasan [ada tuntutan aksesibilitas pelayanan masyarakat saat ini (Abdul Kadir dalam buletin SDM Kesehatan, 2020), upaya tersebut tentu dapat didukung dengan sinergitas kepada berbagai SDM baik pada lembaga pemerintah, komunitas termasuk perhimpunan tenaga medis yang tersebar di seluruh Indonesia. Jika dilihat dari strategi konten yang telah dilakukan maka peneliti akan meninjau lebih lanjut terkait strategi konten yang telah dilakukan oleh oleh PARI pengurus cabang Yogyakarta dan Solo. Dalam hal ini tidak menutup kemungkinan pengurus cabang yang tidak masuk sampel juga memiliki strategi konten yang dapat dijadikan rujukan.

1. MEME sebagai konten hiburan sekaligus informatif

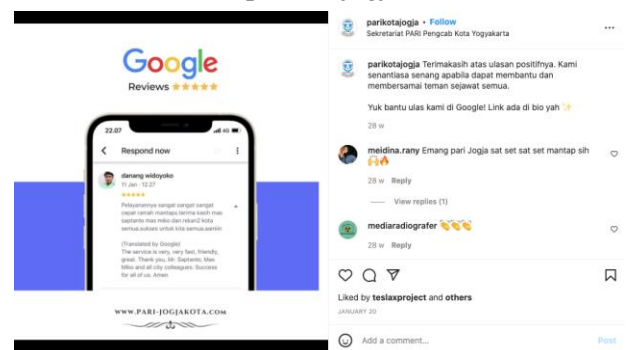
**Gambar 1.** Konten pada akun Instagram @parikotajogja



Konten di atas menjadi rujukan pada setiap strategi komunikasi di media sosial, pengguna media sosial diyakini memiliki antusiasme pada penggunaannya untuk hiburan, hal tersebut dapat menjadi rujukan dengan mengambil MEME yang tengah viral dan dimodifikasi dengan kebutuhan informasi yang ingin disampaikan. Adapun caption yang digunakan memiliki pesan persuasif sehingga pengguna media sosial turut memberikan respon melalui komentar secara real time pada saat itu. Seperti halnya dalam (Dessy, 2019) menyebutkan pengguna media sosial memiliki tujuan akan hiburan dan mengisi waktu luang dalam rangka mencari kebutuhan informasi di media sosial. Meme di sini juga sebagai upaya dalam mengimbangi isu pandemi Covid-19 yang memapar berbagai kanal informasi di media sosial (Syartanti, 2020)

2. Ekspose pengalaman anggota sebagai ulasan positif terhadap perhimpunan

**Gambar 2.** Konten pada akun Instagram @parikotajogja



Testimoni para anggota bahkan masyarakat yang pernah mendapatkan pengalaman khusus dalam pelayanan radiografer di unit radioterapi yang tergabung pada perhimpunan dapat menjadi rujukan positif sekaligus meningkatkan reputasi bagi kinerja anggota perhimpunan terlibat. Caption yang berisi pesan penawaran pelayanan bagi para

anggota juga mendukung respon positif bagi pengguna media sosial melalui komentar, hal tersebut sekaligus menjadi praktik pelayanan publik yang dapat dijadikan rujukan dalam memberikan pelayanan melalui media sosial. Semakin banyak respon positif yang diberikan maka akan menarik lebih banyak perhatian demikian pula sebaliknya (Ruhamak & Rahayu, 2016).

3. Konten Dokumentasi Kegiatan Pertemuan Rutin

**Gambar 3.** Konten pada akun Instagram @parikotajogja



Dokumen kegiatan pertemuan rutin baik dalam forum rapat, webinar, dan lainnya seakan menjadi konten reguler yang selalu ada pada tiap periode yang ditentukan masing-masing perhimpunan. Hal tersebut menjadi penanda keaktifan perhimpunan dalam kajian rutin membahas pelayanan dan kebaruan dalam lingkup unit Radioterapi. Dari konten di atas, terlihat pengemasan konten dilakukan secara konsisten dengan desain yang saling terhubung dari satu konten pertemuan ke pertemuan yang lain, hal tersebut terlihat terkesan rapi dan memberikan informasi melalui format foto pembicara, partisipan dan informasi isi rapat yang dibahas melalui caption sehingga memudahkan pengguna media sosial mendapat informasi yang komprehensif dari hasil pertemuan yang diadakan.

4. Konten informatif update keanggotaan PARI

**Gambar 4.** Konten pada akun Instagram @parisolo.official

Konten informasi update keanggotaan PARI pada akun Instagram @parisolo.official dapat menjadi rujukan dengan mencantumkan secara jelas tahapan yang perlu dilakukan bagi calon anggota maupun anggota yang hendak membutuhkan, hal ini juga guna memudahkan untuk penyebarluasan kembali kepada pengguna media sosial untuk mendapat informasi relevan yang juga dapat digunakan sebagai acuan perpindahan anggota pada pengurus cabang PARI di daerah lain.

Berdasarkan hasil penelusuran strategi konten di atas secara keseluruhan konten ditujukan kepada para anggota PARI dan atau pihak yang secara teknis memiliki kepentingan terkait informasi Radiografer namun tidak untuk masyarakat umum. Jika menitikberatkan pada kompetensi efektif pada Radiografer maka sudah seharusnya PARI menjadi wadah bagi distribusi informasi yang dikemas melalui konten yang mudah dipahami bagi kebutuhan informasi masyarakat terkait pelayanan medis bagi pasien di unit Radioterapi dan atau bagi calon Radiografer yaitu dapat dilakukan dengan pendekatan konten yang sama seperti di atas meliputi hiburan, informatif dan persuasif terkait pelayanan Radiografer bagi masyarakat luas. Tentu hal tersebut juga harus diimbangi dengan guidelines dalam bermedia sosial bagi tenaga medis terutama dalam pengelolaan akun lembaga kesehatan dalam hal ini adalah perhimpunan pada unit tenaga medis tertentu. Di Indonesia sendiri IDI (Ikatan Dokter Indonesia) telah memperkuat fatwa dalam bermedia sosial baik bagi dokter melalui Surat Keputusan Nomor 029/PB/K/MKEK/04/2021 tertanggal 30 April 2021, namun belum terperinci secara detail bagi tenaga medis dalam sebuah aturan formal. Di sisi lain, beberapa institusi kesehatan melalui kajian ilmiah di luar negeri terdapat panduan khusus baik bagi tenaga medis, mahasiswa kesehatan dan dokter dalam menggunakan media sosial, salah satunya dalam kajian ilmiah dari Sheffield Hallam University dalam panduan penggunaan sosial media bagi Radioterapi dan Oncology untuk memahami batasan privasi antar pasien dan profesional selama menggunakan media sosial. Kemudian dalam New Zealand Medical Radiation Technologists Board terperinci melalui Kebijakan dan batas aturan bermedia sosial dan komunikasi menggunakan media elektronik dengan beberapa prinsip meliputi patuh pada kebijakan bermedia sosial yang telah ditetapkan pada lembaga

kesehatan yang menjadi naungan, manajemen profil di media sosial sebagai profesi radiologi, menghargai privasi dan kerahasiaan, dan integritas. Hal-hal tersebut juga yang kemudian perlu ditekankan kepada pengelola media sosial PARI manakala akan memperluas materi konten kepada masyarakat dalam upaya menjalin komunikasi efektif dalam lingkup Radioterapi melalui media sosial.

### **Implikasi Indikator Komunikasi Digital Di Bidang Kesehatan Pada Konten Instagram PARI**

Jika melihat mayoritas konten pada PARI sejauh ini keterikatan audiens masih didominasi oleh para anggota Radiografer di Indonesia dan pengurus cabang bagi akun Instagram PARI daerah. Sehingga, jika diklasifikasikan berdasarkan analisis praktik komunikasi digital di bidang kesehatan menurut (Jean-Emmanuel Bibault, et all, 2017) dari sisi reflektif, responsif, relevan, dan keluwesan informasi adalah sebagai berikut:

#### **1. Sisi reflektif pada konten Instagram PARI**

Indikator reflektif yang dimaksud merupakan pencerminan dari pihak pembuat konten dalam hal ini mewakili pengurus PARI untuk menampilkan diri secara bijaksana dan rendah hati dalam penyampaian konten. Jika menilik pada komponen yang dianalisis dari isi pesan pada konten baik berformat video/foto/caraousel, caption sisi reflektif di sini dapat dilihat dari penyampaian pesan baik pada isi konten dan caption yang mudah dipahami termasuk penyesuaian bahasa di beberapa konten pada Instagram PARI penguus cabang dengan bahasa daerah dalam mempersuasi anggotanya. Bijak dalam melakukan pengelolaan media sosial juga perlu diperhatikan oleh SDM pengelola media sosial di bidang kesehatan karena penyalahgunaannya akan berhadapan dengan UU ITE (Yuni, 2017).

#### **2. Responsif**

Indikator responsif memberikan gambaran bagaimana PARI memberikan keleluasaan pengikutnya untuk menyampaikan gagasan/ide/pendapat tanpa dibatasi pengguna serta memberikan tanggapan secara realtime sehingga pengguna media sosial akan merasakan kehadiran PARI secara virtual dalam melayani. Jika dilihat dari pengelolaan Instagram PARI baik di pusat maupun pengurus cabang yang terlihat pada kolom komentar masih jarang pengguna media sosial yang memberikan komentar mendapat

respon balik dari pengelola akun Instagram PARI, adapun respon balik di sini dapat berupa like komentar maupun balasan. Namun, tidak menutup kemungkinan beberapa Admin memberikan tanggapan lebih cepat melalui DM atau arahan untuk menghubungi secara personal melalui nomor pengurus yang disediakan. Pada dasarnya media sosial dibangun bukan sekedar memperluas jaringan pengikut di internet namun juga interaksi antar pengguna terlibat (Nasrullah, 2015) dan sudah seharusnya baik lembaga maupun perusahaan dalam menggunakan media sosial untuk meng-engage pengikutnya dilakukan interaksi realtime (Luttrell, 2015)

#### **3. Relevan**

Informasi yang disampaikan relevan dengan kehadiran PARI sebagai wadah antar Radiografer dalam mendapatkan informasi seputar kebutuhan pengembangan skill, kompetensi dan materi yang dibutuhkan di unit Radioterapi, hal tersebut tentunya memudahkan antar Radiografer juga untuk saling bersinergi satu sama lain. Adapun konten informasi yang disampaikan dalam bentuk update pertemuan, kegiatan, seminar, pelatihan, sertifikasi dan lainnya. Update informasi yang disampaikan merupakan terusan informasi yang terpusat dari PARI pusat baik melalui akun Instagram maupun official website PARI. Penggunaan media sosial dapat digunakan sebagai bentuk kolaborasi dalam rangka mempermudah aksesibilitas masyarakat terhadap informasi kesehatan yang dibutuhkan sehingga memunculkan perubahan perilaku yang positif (Notoatmodjo, 2010) selain itu, melalui media sosial juga dapat menjadi fasilitas bukan hanya oleh tenaga medis namun juga masyarakat dalam penggunaan layanan kesehatan yang lebih baik (Ortega dan Navas, 2017).

#### **4. Keluwesan informasi**

Beberapa akun Instagram PARI cabang memberikan informasi pengalaman anggota dalam gabungan PARI di pengurus cabang, salah satunya yang dilakukan secara konsisten oleh @parikotajogja berupa review dan testimoni sebagai bukti kepuasan pada pelayanan pengurus PARI yang diberikan, hal tersebut dapat membantu meningkatkan image positif bagi pengurus PARI apalagi diimbangi dengan perluasan share oleh pengguna media sosial kepada masyarakat luas. Seperti halnya yang disampaikan oleh (Kriyantono, 2008) keterlibatan pengguna media sosial dalam rangkاپeningkatan citra organisasi dapat dibangun dengan opini publik positif dan kerjasama.

Praktik komunikasi digital di bidang kesehatan dilihat dari karakteristik yang dimunculkan dari konten akun Instagram PARI tidak ditemui masalah, hal tersebut dikarenakan dominasi informasi masih terfokus target kepada anggotanya saja belum kepada masyarakat luas. Konsistensi update konten juga masih terpantau pada beberapa pengurus PARI cabang, temuan ini dapat menjadi rujukan jika di kemudian hari akun Instagram PARI digunakan untuk memediasi informasi Radioterapi kepada masyarakat agar dapat diimbangi dengan fasilitas training dan apresiasi kompetensi bagi pengelolaan publikasi dan HUMAS yang dapat dikordinasi oleh pengurus PARI pusat. Adapun jika melihat dari kepengurusan PARI Pusat secara terstruktur organisasi melalui divisi bidang humas, sistem informasi dan IT.

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi radiografer melalui konten pada akun Instagram PARI pusat dan pengurus cabang dapat ditingkatkan dengan konsistensi update konten dengan memanfaatkan berbagai format baik foto/video/carousel, apalagi saat ini terdapat Instagram berbasis reels yang dapat digunakan dalam mendukung algoritma keterikatan antar pengguna media sosial Instagram. Mengingat beberapa engagement rate impression dari masing-masing akun Instagram masih belum maksimal bahkan terendah dari keseluruhan sampel dalam rentang Quarter I (Januari-Maret 2022) bernilai 0.

Adapun strategi konten dari beberapa sampel yang dapat dijadikan rujukan meliputi konten MEME sebagai konten hiburan sekaligus informatif, ekspose pengalaman anggota sebagai ulasan positif terhadap perhimpunan, konten dokumentasi kegiatan pertemuan rutin dan konten informatif update keanggotaan PARI. Strategi konten yang telah dilakukan setidaknya memenuhi indikator kesehatan di bidang digital menurut spesifik klasifikasi (Jean-Emmanuel Bibault, et al, 2017) dari sisi reflektif, responsif, relevan, dan keluwesan informasi.

Sejauh ini target audiens dari penggunaan media sosial Instagram ditujukan sebagai wadah komunikasi dan informasi antar Radiografer. Rekomendasi dari penelitian ini, kedepannya PARI dapat menjadi alternatif media bukan hanya antar anggota, Radiografer, ataupun pihak dengan

kepentingan khusus di unit Radioterapi, namun juga dapat menjadi wadah komunikasi dan informasi bagi masyarakat luas. Seperti halnya salah satu kompetensi yang saat ini perlu dikembangkan dari area kompetensi Radiografer dalam peraturan Nomor HK.01.07/MENKES/316/2020 untuk menciptakan komunikasi efektif kepada masyarakat dan lembaga terkait dengan memberikan ketegasan dalam kode etik Radiografer terutama pada publikasi dan bermedia sosial dalam hal ini di PARI melalui divisi humas, sistem informasi dan IT. Hal tersebut juga diharapkan dapat mendukung peningkatan keterikatan antar pengguna media sosial yang notabene adalah masyarakat luas.

### Daftar Pustaka)

#### Buku dan Artikel Ilmiah

- Abdul Kadir. 2020. Rakernas 2020, Membentuk SDM Unggul Menuju Indonesia Maju 2045. Diakses melalui <http://202.70.136.161:8107/158/1/EDISI%20FEBRUARI%28compress%29.pdf> pada 7 Agustus 2022
- Amrieli, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar. *MEDIA MANAJEMEN JASA*, 9(2).
- Aznar, M. C., Bacchus, C., Coppes, R. P., Deutsch, E., Georg, D., Haustermans, K., ... & Baumann, M. (2021). Radiation oncology in the new virtual and digital era. *Radiotherapy and Oncology*, 154, A1-A4.
- Bibault, J. E., Katz, M. S., & Motwani, S. (2017). Social media for radiation oncologists: A practical primer. *Advances in radiation oncology*, 2(3), 277-280.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152.
- Kemenkes, R. I. (2020). Buletin SDM Kesehatan Edisi Februari 2020. *Buletin SDM Kesehatan*.
- Kriyantono, R. (2008). *Public Relation Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Kushardiyanti, D. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Pengguna Media Sosial Facebook terhadap Kampanye Digital Johnnie Walker Scotch Whiskey Brand* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Luttrell, Regina. (2015). *Social Media: How to Engage, Share and Connect*. London: Rowman & Littlefield Publishers.



- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, S. (2010). Promosi Kesehatan Teori & Aplikasi. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta
- Ortega, C & Navas (2017) The use of new technologies as a tool for the promotion of health education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 237 ( 2017 ) 23 – 29 doi: 10.1016/j.sbspro.2017.02.006 Published by Elsevier Ltd
- Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 188–204.
- Sarkar, B., Munshi, A., Manikandan, A., Ganesh, T., & Kalyan Mohanti, B. (2019). Radiation oncology and social media platforms—Use, benefits, pitfalls. *Scientometrics*, 118(2), 699-703.
- Keputusan Menteri Kesehatan RI. 2020. Standar Profesi Radiografer Nomor HK.01.07/MENKES/316/2020. Diakses melalui <https://ktki.kemkes.go.id/info/sites/default/files/KMK%20No.%20HK.01.07-MENKES-316-2020%20ttg%20Standar%20Profesi%20Radiografer.pdf> pada 7 Agustus 2022
- Syantanti, N. I. (2020). Covid-19 dalam meme: Satire di tengah pandemi (Kajian semiotika Ferdinand de Saussure). *Prosiding Seminar Bahasa Dan Sastra Indonesia (SENABASA)*. <http://research-report.umm.ac.id/index.php/SENASBASA>
- Von Muhlen, M., & Ohno-Machado, L. (2012). Reviewing social media use by clinicians. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 19(5), 777-781.
- We Are Social. 2022. Data (Tren) Pengguna Internet dan Media sosial Tahun 2022 di Dunia. Diakses melalui: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> pada 7 Agustus 2022.
- Wilcox, Dennis L. 2006. The Landscape of Today's Global Public Relations. *Anàlisi*, 34, 2006, 67-85.
- <https://www.instagram.com/parikotacirebon/> diakses tanggal 7 Agustus 2022
- <https://www.instagram.com/paripengcabkabtsm/> diakses tanggal 7 Agustus 2022
- [https://www.instagram.com/pari\\_garut/](https://www.instagram.com/pari_garut/) diakses tanggal 7 Agustus 2022
- <https://www.instagram.com/paripengcabjakut/> diakses tanggal 7 Agustus 2022
- <https://www.instagram.com/paripengcabmataram/> diakses tanggal 7 Agustus 2022
- <https://www.instagram.com/parimagelang.official/> diakses tanggal 7 Agustus 2022
- <https://www.instagram.com/paribanyumas/> diakses tanggal 7 Agustus 2022
- <https://pari.or.id/> diakses tanggal 7 Agustus 2022

#### Online

- [https://www.instagram.com/pari\\_pusat/](https://www.instagram.com/pari_pusat/) diakses tanggal 7 Agustus 2022
- <https://www.instagram.com/infopari/> diakses pada 7 Agustus 2022
- <https://www.instagram.com/parikotajogja/> diakses tanggal 7 Agustus 2022
- <https://www.instagram.com/parisolo.official/> diakses tanggal 7 Agustus 2022