



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI CYBER PUBLIC RELATION RSIA MUHAMMADIYAH
CIPONDOH DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT**

**(STUDI KASUS INSTAGRAM
@RSIAPKUMUHAMMADIYAH CIPONDOH)**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister (S-2)

Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Ihya Ulumuddin Rahmat

55222120013

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Ihya Ulumuddin Rahmat
NIM : 55222120013
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Marketing Komunikasi
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Cyber Public Relation RSIA Muhammadiyah
Cipondoh Dalam Meningkatkan Engagement (studi kasus instagram (studi kasus instagram @rsiapkumuhammadiyahcipondoh)

Jakarta, 25 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Strategi Cyber Public Relation RSIA Muhammadiyah
Cipondoh Dalam Meningkatkan Engagement (studi kasus
instagram (studi kasus instagram
@rsiapkumuhammadiyahcipondoh)
Nama : Ihya Ulumuddin Rahmat
NIM : 55222120013
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Marketing Komunikasi
Tanggal : 25 Agustus 2025

Jakarta, 25 Agustus 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si) (.....)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si) (.....)
3. Pembimbing :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si) (.....)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Cyber Public Relation RSIA Muhammadiyah
Cipondoh Dalam Meningkatkan Engagement (studi kasus
instagram (studi kasus instagram
@rsiapkumuhammadiyahcipondoh)
Nama : Ihya Ulumuddin Rahmat
NIM : 55222120013
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Marketing Komunikasi
Tanggal : 25 Agustus 2025

Jakarta, 25 Agustus 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si) (.....)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si) (.....)
3. Pembimbing :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si) (.....)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Ihya Ulumuddin Rahmat
NIM : 55222120013
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Marketing Komunikasi
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Cyber Public Relation RSIA Muhammadiyah
Cipondoh Dalam Meningkatkan Engagement (studi
kasus instagram (studi kasus instagram
@rsiapkumuhammadiyahcipondoh)

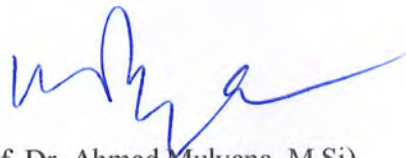
Jakarta, 25 Agustus 2025

Dosen Pembimbing



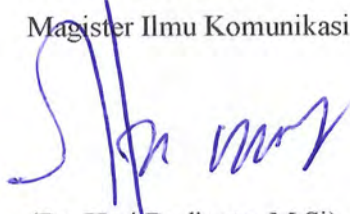
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Ihya Ulumuddin Rahmat
NIM : 55222120013
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul **“STRATEGI CYBER PUBLIC RELATION RSIA MUHAMMADIYAH CIPONDOH DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT (STUDI KASUS INSTAGRAM @RSIAPKUMUHAMMADIYAH CIPONDOH)”**, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 15 Agustus 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 30%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Agustus 2025
Administrator Turnitin



Aulia Rahman, S.Ikom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Strategi Cyber Public Relation RSIA Muhammadiyah Cipondoh Dalam Meningkatkan Engagement (studi kasus instagram (studi kasus instagram @rsiapkumuhammadiyahcipondoh)
Nama : Ihya Ulumuddin Rahmat
N I M : 55222120013
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 25 Agustus 2025

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 25 Agustus 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Ihya Ulumuddin Rahmat)

Nama : Ihya Ulumuddin Rahmat
NIM : 55222120013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Cyber Public Relation RSIA Muhammadiyah Cipondoh Dalam Meningkatkan Engagement (studi kasus instagram (studi kasus instagram @rsiapkumuhammadiyahcipondoh)

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya peran media sosial dalam membangun citra lembaga, termasuk rumah sakit. RSIA Muhammadiyah Cipondoh sebagai Amal Usaha Muhammadiyah memiliki karakteristik unik, yaitu dikelola mandiri tanpa dukungan investor eksternal dan mengandalkan kader dalam operasional maupun pengembangan layanan. Kondisi ini menuntut strategi komunikasi yang efektif, di mana Instagram digunakan sebagai kanal utama Cyber Public Relations (*Cyber PR*) untuk memperkuat citra, meningkatkan keterlibatan digital, serta membangun kepercayaan publik. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi Cyber PR RSIA Muhammadiyah Cipondoh dalam meningkatkan engagement di Instagram dan membentuk citra positif di mata masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori *Cyber Public Relations*, *Circular Model of SOME*, dan *Social Media Engagement*. Paradigma yang digunakan adalah konstruktivis dengan pendekatan kualitatif studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, dokumentasi konten digital, serta kajian literatur. Analisis dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Cyber PR rumah sakit meliputi penyusunan konten edukatif, penjadwalan unggahan yang konsisten, penguatan interaksi digital melalui komentar dan direct message, serta pengelolaan *feedback* publik untuk perbaikan layanan. Strategi tersebut mencerminkan komunikasi dua arah yang adaptif, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Implementasi ini tidak hanya meningkatkan engagement di Instagram, tetapi juga memperkuat citra Islami, profesionalitas layanan, serta kepercayaan publik terhadap rumah sakit. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan peran strategis Cyber PR berbasis kemandirian Muhammadiyah dalam membangun citra positif lembaga kesehatan di era digital.

Kata Kunci: *Cyber Public Relations, Engagement, Instagram, Citra, RSIA Muhammadiyah Cipondoh*

Nama : Ihya Ulumuddin Rahmat
NIM : 55222120013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Cyber Public Relation RSIA Muhammadiyah Cipondoh Dalam Meningkatkan Engagement (studi kasus instagram (studi kasus instagram @rsiapkumuhammadiyahcipondoh)

ABSTRACT

This research is motivated by the growing role of social media in shaping the image of institutions, including hospitals. RSIA Muhammadiyah Cipondoh, as part of the Muhammadiyah charitable enterprise, has a unique characteristic: it is independently managed without external investor support and relies on Muhammadiyah cadres for both operations and service development. This condition requires an effective communication strategy, where Instagram serves as the main channel for Cyber Public Relations (Cyber PR) to strengthen institutional image, enhance digital engagement, and build public trust. The purpose of this study is to analyze the Cyber PR strategies of RSIA Muhammadiyah Cipondoh in increasing engagement on Instagram and establishing a positive public image. The research applies Cyber Public Relations theory, the Circular Model of SOME, and the concept of Social Media Engagement. It adopts a constructivist paradigm with a qualitative case study approach. Data were collected through in-depth interviews, documentation of digital content, and literature review. The analysis was conducted using Miles and Huberman's interactive model. The findings indicate that the hospital's Cyber PR strategies include the development of educational content, consistent posting schedules, strengthening digital interactions through comments and direct messages, as well as managing public feedback to improve services. These strategies reflect adaptive, transparent, and community-oriented two-way communication. Their implementation not only increases Instagram engagement but also reinforces the hospital's Islamic values, service professionalism, and public trust. Thus, this study highlights the strategic role of Muhammadiyah's independent-based Cyber PR in building a positive image of healthcare institutions in the digital era.

Keywords: Cyber Public Relations, Engagement, Instagram, Image, RSIA Muhammadiyah Cipondoh

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, berkah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul:

“Strategi Cyber Public Relation RSIA Muhammadiyah Cipondoh Dalam Meningkatkan Engagement (Studi Kasus Instagram @rsiapkumuhammadiyahcipondoh)”

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta doa selama proses penyusunan hingga terselesaikannya tesis ini. Secara khusus, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si., selaku Pembimbing Tesis dan Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Yang mengarahkan, serta dukungan yang sangat berharga selama proses penulisan tesis ini.
2. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Heri Budianto, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si, M.Si, CPR, CICS selaku dosen penelaah, atas saran dan masukan yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

6. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah mendukung penulis selama masa studi.
7. Kedua orang tua Bapak Rahmat dan Ibu Dedeh Rahmawati, dan adik tercinta Najwa Fadiyah Rahmah dan Chaedar Nizam Rahmat, atas segala doa, keikhlasan, dan keridhoan yang telah diberikan kepada penulis selama proses studi hingga penyelesaian tesis ini.
8. Para informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan data serta informasi yang sangat berguna bagi kelangsungan penelitian ini.
9. Teman-teman CELCIUS, SEKITAR CIPONDOH, SIPON, MERUYA DAN MEMOAR atas kebersamaan, semangat, dan dukungan moral selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya serta menjadi kontribusi positif dalam bidang ilmu komunikasi.

Ihya Ulumuddin Rahmat

Jakarta, 3 Agustus 2025

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSUTUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SUIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	v
PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
1.4.3 Manfaat Sosial	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Landasan Teori	31
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	31

2.2.2 Public Relation	32
2.2.2.1 Tujuan Public Relations.....	35
2.2.2.2 Peran Public Relation	37
2.2.2.3 Strategi Public Relation	38
2.2.3 Cyber Public Relations	39
2.2.3.1 Elemen Elemen Cyber Public Relation	40
2.2.4 The Circular Model of SOME	41
2.2.4.1 Share	43
2.2.4.2 Optimize	46
2.2.4.3 Manage	47
2.2.4.4 Engage	48
2.2.5 Fungsi Cyber Public Relations	49
2.2.6 Peran Cyber PR Dalam Media RSIA PKU Muhammadiyah	51
2.2.7 Media Sosial	52
2.2.7.1 Fitur Fitur Instagram.....	55
2.3 Kerangka Pemikiran	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	59
3.1 Paradigma Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian	60
3.3 Objek Penelitian	61
3.4 Subjek Penelitian	62
3.5 Pengumpulan Data.....	65
3.5.1 Data Primer	65
3.5.2 Data Sekunder.....	67
3.6 Teknik Analisis Data	67
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Gambaran Umum RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	71
4.1.1 Tentang RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	75
4.1.2 Visi dan Misi RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	76

4.1.3 Logo RSIA PKU Muhammadiyah	78
4.1.4 Struktur Organisasi RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh.....	77
4.1.5 Produk dan Layanan RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	80
4.1.6 Instageam RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh.....	81
4.2 Hasil Penelitian.....	85
4.2.1 Strategi Sharing	85
4.2.2 Strategi Optimize	93
4.2.3 Strategi Manage.....	99
4.2.4 Strategi Engagement.....	101
4.3 Pembahasan	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	132
5.1 Kesimpulan.....	132
5.2 Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	139



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0 Daftar Rumah Sakit di Kota Tangerang	2
Gambar 1.1 Lokasi Antar Rumah Sakit.....	3
Gambar 1.2 Survei APJII 2024 tentang Media Sosial.....	6
Gambar 1.3 Media Sosial RSIA Muhammadiyah Cipondoh	8
Gambar 2.0 Flow The Circular Model of SOME.....	42
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	57
Gambar 4.0 Tampak Depan RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh.....	72
Gambar 4.1 Logo RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh.....	76
Gambar 4.2 Struktur Organisasi RSIA PKU MUHAMMADIYAH CIPONDOH	77
Gambar 4.3 Profil Akun Instagram @rsiapkumuhammadiyahcipondoh	81
Gambar 4.4 Flow Chart Kerja Postingan Instagram.....	83
Gambar 4.5 Konten di Instagram RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	86
Gambar 4.6 Konten di Instagram Jadwal Dokter Harian	87
Gambar 4.7 Konten di Instagram beserta Caption yang menyesuaikan.....	89
Gambar 4.8 Caption Postingan Instagram.....	90
Gambar 4.9 Konten di Instagram beserta Caption yang menyesuaikan.....	90
Gambar 4.10 Beberapa Konten Akun Instagram RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh, beserta jumlah viewer	92
Gambar 4.11 Konten Perayaan Hari Nasional dari RSIA PKU Muhammadiyah	96
Gambar 4.12 Konten Live RSIA Muhammadiyah Cipondoh	98
Gambar 4.13 Data Insight @rsiapkumuhammadiyahcipondoh.....	102
Gambar 4.14 Konten RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	101
Gambar 4.15 Konten Promosi USG RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	104
Gambar 4.16 Konten Promosi MCU RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	105
Gambar 4.17 Konten Riview Pasien RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	107
Gambar 4.18 Konten Live Streaming dari Dokter RSIA PKU Muhammadiyah	108
Gambar 4.19 Konten jadwal dan ciri – ciri wasir pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	109
Gambar 4.20 Visual Konten Instagram RSIA PKU Muhammadiyah.....	111

Gambar 4.21 Direct Message dari beberapa pasien untuk menanyakan jadwal praktek	114
Gambar 4.22 Direct Message dari beberapa pasien menyangkut USG maupun HSG.....	115
Gambar 4.23 Pasien Wanita didampingi suami, sedang melakukan USG oleh Dokter	116
Gambar 4.24 ASPEK SHARE.....	121
Gambar 4.25 ASPEK OPTIMIZE	124
Gambar 4.26 Konten Live RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh	126
Gambar 4.27 ASPEK MANAGE	127
Gambar 4.28 ASPEK ENGAGEMENT	129



DAFTAR TABEL

Tabel 2.0 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.0 Narasumber Key Informan	64
Tabel 4.0 Draft Konten Bulan Januari 2025.....	99
Tabel 4.1 Draft Konten Bulan Februari 2025.....	100

