

## ABSTRAK

RSO menggunakan media sosial sebagai media perantara untuk melakukan promosi dan menyebarkan informasi mengenai kesehatan dan pelayanan rumah sakit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan Instagram sebagai media informasi rumah sakit. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk dapat memperoleh informasi mengenai fenomena yang ada. Penelitian ini menggunakan konsep *The Circular Model of SOME* oleh Luttrell (2015) yang terdiri dari *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage* sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Berdasarkan penelitian, RSO menggunakan Instagram untuk melakukan *rebranding* serta meningkatkan citra rumah sakit dengan mengunggah konten promosi dan edukasi pada aspek *Share*. Dalam aspek *Optimize*, RSO menggunakan *cek mention* secara manual, mengunggah *feeds* minimal dua kali sehari, melakukan *repost* dan membalas komentar dari masyarakat. Pada aspek *Manage*, RSO membuat laporan *monitoring* dan evaluasi bulanan secara manual dan menggunakan *insight* dari Instagram. Lalu pada aspek *Engage*, target audiens yang digunakan RSO merupakan masyarakat umum diatas usia 16 tahun dan mengadakan kuis, lomba, atau *giveaway* untuk meraih audiens. Dari hasil penelitian yang didapat, diharapkan untuk pengelola Instagram RSO agar lebih memaksimalkan penggunaan fitur dan *tools* dalam melakukan pengelolaan Instagram.

Kata Kunci: *RSO, Instagram, media sosial rumah sakit, pengelolaan media sosial, media informasi*