

TAHAPAN STRATEGI DAN TAKTIK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HEAL YOURSELF

Tantri Febrianti¹, Hanny Hafiar², Susie Perbawasari³
Universitas Padjajaran, Indonesia

ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang saat ini digandrungi oleh publik. Banyaknya pengguna aktif di Instagram membuat perusahaan, komunitas, ataupun instansi yang mulai menggunakan Instagram guna menginformasikan atau mempromosikan produk bahkan kegiatan yang dilakukan perusahaan lewat media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penetapan situasi, penetapan tujuan, target audiens, strategi, taktik, timeline, dan anggaran pada media sosial Instagram Heal Yourself. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan situasi yaitu saat ini berbagai bidang serba maju ke arah digital termasuk dalam penyampaian pesan, serta semakin maraknya akun media sosial yang bersifat radikal. Pada penetapan tujuan yaitu untuk mengampanyekan kesehatan mental dan Islamic self help. Target audiens yang ditetapkan yaitu dewasa muda dengan rentang usia 20-30 tahun yang berada di kota-kota Jawa Barat. Strategi yang dilakukan yaitu kelas interaktif, layanan konseling, special event, dan social media activation. Taktik yang digunakan dimulai dari identifikasi masalah di lapangan, berdiskusi dengan Content Creator, design, dan mengunggah konten. Bahasa yang digunakan pada media sosial Instagram yaitu bahasa non formal. Heal Yourself belum memiliki timeline khusus dalam mengatur media sosial Instagram mereka. Heal Yourself belum memiliki anggaran khusus untuk media sosialnya. Selain itu, belum menggunakan influencer ataupun buzzer pada media sosial Instagram Heal Yourself.

Kata Kunci: media sosial, strategi media sosial, perencanaan media sosial

STAGES OF HEAL YOURSELF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA STRATEGY AND TACTICS

ABSTRACT

Instagram is a social media platform that is currently loved by the public. The large number of active users on Instagram has led to companies, communities, or agencies starting to use Instagram to inform or promote products and even activities carried out by companies via Instagram social media. This research aims to determine the situation, goal setting, target audience, strategy, tactics, timeline, and budget on Heal Yourself Instagram social media. The method used in this research is a descriptive research method with a qualitative approach. The data collection techniques used were observation, interviews, and literature study. The results of this research show that the current situation is that various fields are moving towards digital, including in conveying messages, as well as the increasing prevalence of radical social media accounts, in setting the goal to campaign for mental health and Islamic self-help. The target audience set is young adults aged 20-30 years in the cities of West Java. The strategies

implemented are interactive classes, counseling services, special events, and social media activation. The tactics used start from identifying problems in the field, discussing with the Content Creator, designing, and uploading content. The language used on Instagram social media is non-formal language. Heal Yourself has not set a specific timeline for managing their Instagram social media. Heal Yourself still needs to set a specific budget for its social media. Apart from that, we have yet to use influencers or buzzers on Heal Yourself's Instagram social media..

Keyword: social media, social media strategy, social media planning

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi memberikan pengaruh yang besar dalam aktivitas Public Relations. Kegiatan komunikasi dapat dilakukan dengan waktu yang singkat kapanpun dan dimanapun. Teknologi dalam masyarakat terus berkembang tak terkecuali teknologi internet. Hampir segala aspek kehidupan tidak bisa lepas dari internet. Internet digunakan oleh berbagai kalangan dalam masyarakat dan telah memberikan banyak sekali manfaat. Salah satunya pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat. Salah satu teknologi informasi komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini adalah media sosial Instagram. Keberadaan media sosial sendiri merupakan sebuah alternatif baru bagi para khalayak media dalam menemukan dan mengakses informasi tanpa terhalang ruang dan waktu. Hal tersebut dibuktikan dengan

banyaknya pengguna sosial media di dunia khususnya di Indonesia.

Berdasarkan data dari We Are Social (2021), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 berjumlah 202,6 juta pengguna. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022.

Semakin berkembangnya sosial media saat ini menjadikan beberapa perusahaan atau komunitas untuk memberikan inovasi dalam mengakses informasi dan berbagi informasi antar khalayak media. Instagram merupakan

salah satu sosial media yang saat ini cukup digemari sebagai media eksistensi dan untuk mencari informasi.

Kepopuleran Instagram inilah yang dimanfaatkan oleh perusahaan, komunitas, bahkan individu-individu sebagai sarana eksistensi diri maupun sebagai saran menyebarkan informasi. Pemanfaatan tersebut meliputi sebagai sarana publikasi, penyampaian gagasan, mengampanyekan kegiatan atau suatu program, promosi, juga sebagai saran hiburan. Salah satu penggunaan media sosial Instagram sebagai media publikasi dan kampanye adalah dari Heal Yourself. Heal Yourself merupakan komunitas yang bergerak di bidang psikologi Islam. Heal Yourself fokus pada kesehatan mental dan Islamic Self-Help yang berawal dari tulisan tiga puluh hari Ramadhan. Heal Yourself dengan tagar *Going back to Allah and let Him heals you* memberikan edukasi mengenai psikologi, kesehatan mental dan self-help yang dilihat dari kacamata Islam. Heal Yourself mengaku bahwa masih sedikitnya media yang menyebarkan informasi ataupun edukasi mengenai kesehatan mental dan self-help klinis tanpa meninggalkan kaidah-kaidah

Islam menjadi tantangan tersendiri untuk Heal Yourself.

Heal Yourself mulai aktif di media sosial terhitung pada akhir 2019 dengan akun *@helyourself.id* yang menjadi media lain selain buku dengan judul “Heal Yourself: Untukmu Yang Pernah Terluka” untuk mengedukasi masyarakat mengenai kesehatan mental dan self-help dari prespektif Islam. Pesan-pesan edukasi tersebut dikemas dalam bahasa yang ringan dan mudah dipahami pembaca.

Agar kampanye yang dilakukan oleh Heal Yourself ini berjalan lancar, Heal Yourself melakukan kegiatan komunikasi untuk dapat menyebarkan segala informasi mengenai kesehatan mental dan Islamic self-help. Heal Yourself melakukan berbagai strategi komunikasi untuk mengkomunikasikan psikologi Islam. Diantaranya melalui penulisan buku dengan judul; “Heal Yourself: Untukmu yang Pernah Terluka” membuat kelas interaktif dan seminar yang mengangkat fenomena-fenomena psikologi serta sering melakukan kolaborasi dengan pihak-pihak sejenis baik perorangan, kelompok, atau badan; mengadakan

Konsultasi psikologi klinis dengan psikolog yang tergabung dengan Heal Yourself mengenai masalah kesehatan mental yang dialami oleh para pengikut Heal Yourself. Konsultasi ini bersifat gratis; membuat Podcast di Spotify yang merupakan program baru oleh Heal Yourself dengan nama Heal Yourself Talk; dan Pemanfaatan media sosial Instagram dan Whatsapp

Dari berbagai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Heal Yourself, salah satunya adalah strategi komunikasi melalui media sosial. Strategi media sosial yang dilakukan oleh Heal Yourself terhitung mulai dari tahun 2019. Media sosial dianggap mampu untuk mencapai sasaran dari Heal Yourself, terlebih masih sedikit platform media sosial yang mengangkat psikologi dari perspektif Islam yang dikemas ringan. Hal ini juga didukung dengan tingginya pengguna internet di Indonesia.

Heal Yourself menggunakan Instagram sebagai sarana publikasi sekaligus berbagi informasi dan sarana untuk mengampanyekan kesehatan mental dan Islamic Self-help. Akun Instagram dari Heal Yourself yaitu @healyourself.id mengusung konsep

penyajian informasi yang berupa cerita dan info grafis dalam unggahannya. Unggahan ini berisi informasi mengenai kesehatan mental dan self-help, berisi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Heal Yourself baik kegiatan yang dilaksanakan secara mandiri ataupun bekerja sama dengan pihak lain yang sejenis seperti kegiatan-kegiatan kelas interaktif atau webinar dalam mengampanyekan kesehatan mental dan Islamic self-help kepada generasi muda serta adanya layanan konsultasi dengan psikolog. Selain itu ada pula konten lain seperti kutipan dari buku yang dibuat oleh Heal Yourself sendiri yang mengusung tema psikologi Islam ataupun kutipan-kutipan buku psikologi lain yang semuanya dikemas dan dilihat dari sudut Islam maupun klinis, sesi tanya jawab mengenai psikologi klinis dengan para pengikut oleh psikolog yang tergabung dalam Heal Yourself, serta quotes harian.

Akun instagram Heal Yourself dibuat pada akhir tahun 2019 yang sampai saat ini secara konsisten melakukan kampanye lewat media sosial instagram. Hingga saat ini jumlah followers dari akun instagram

@healyourself.id berjumlah 23.000 pada tanggal 19 November 2020. Walaupun hanya menggunakan instagram sebagai media sosial Heal Yourself meyakini media sosial ini dapat menjangkau target komunikasi melalui media sosial.

Tujuan dari dilaksanakannya komunikasi melalui media sosial oleh Heal Yourself adalah memberikan informasi-informasi benar mengenai psikologi dan Islam yang bisa melengkapi sisi lain psikologi itu sendiri. Tujuan dibuatnya media sosial Heal Yourself selain untuk memberikan pemahaman kesehatan mental atau isu-isu psikologis yang ditemui dalam kehidupan sehari-hari secara Islami, dan memberikan solusi yang tidak bisa diberikan oleh psikologi karena tidak mengakar pada manusia sebagai human spiritual agar dapat menjadi manusia yang tidak hanya sehat secara mental serta dapat mengelola diri dan perasaan,. Hal tersebut dijelaskan oleh Novie Ocktaviane Mufki :

Heal Yourself dibuat harapannya dengan menyajikan informasi-informasi yang benar mengenai isu-isu yang bersifat psikologis. Karena target kami adalah anak muda muslim kami mencoba memberi sebuah sisi terang tentang

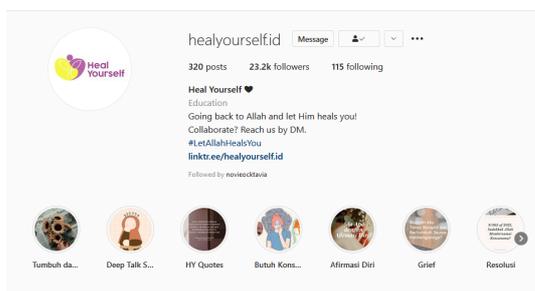
psikologi yang sebetulnya islam sangat membahas tentang hal itu. Selain itu, hal ini juga berawal dari keresahan saya sebagai seorang psikolog, karena solusi-solusi yang diberikan oleh psikologi tidak optimal kalau di skalakan hanya 70%-80% karena tidak mengakar kepada manusia sebagai human spiritual agar dengan adanya HY bukan hanya sehat secara mental tapi juga bisa mengelola diri dan perasaan

Sasaran atau target dari Heal Yourself merupakan generasi muslim muda, sehingga design media sosial yang dibuat oleh organisasi ini cukup berwarna dan tidak membosankan. Heal Yourself menyadari bahwa generasi muda banyak yang sudah mampu menggunakan internet dan pada generasi ini masih sangat labil dalam pencarian jati diri serta dan banyaknya fenomena kesehatan mental pada generasi ini.

Indonesia diprediksi akan mengalami masa bonus demografi pada tahun 2020-2035, dan puncaknya di tahun 2028-2030. BPS menyebutkan bahwa jumlah penduduk dengan rentang usia 15-39 tahun mencapai 39,96% dari jumlah penduduk keseluruhan. Ini berarti sumbangan generasi milenial dalam membentuk struktur jumlah penduduk usia produktif cukup tinggi, di

mana dari 67,59% penduduk usia produktif, sekitar 59,93% adalah generasi muda.

Ini menjadikan generasi muda atau milenial sebagai mesin pertumbuhan yang signifikan Ekonomi Indonesia. Kehidupan generasi millennial sangat erat kaitannya dengan teknologi. Ericsson mencatat, produk teknologi akan mengikuti gaya hidup masyarakat millennials. Sebab, pergeseran perilaku turut berubah beriringan dengan teknologi. Produk teknologi baru akan muncul sebagai akomodasi perubahan teknologi. Teknologi juga membuat para generasi millennials tersebut mengandalkan media sosial sebagai tempat mendapatkan informasi. Saat ini, media sosial telah menjadi platform pelaporan dan sumber berita utama bagi masyarakat.



Gambar 1 Tampilan profil Instagram @healyourself.id

Sumber: <https://www.instagram.com/healyourself.id/>

Unggahan-unggahan dengan peningkatan jumlah views terbanyak adalah postingan yang mengangkat materi yang cukup berat dan seperti depresi, anxiety, stress, dan lainnya, salah satunya adalah postingan dengan judul “Hurt People, Hurt People?” yang mencapai 1.193 tayangan dan “Selepas Kau Pergi” yang mencapai 1.085 suka. Selain itu, konten-konten yang membahas materi tersebut cenderung mendapatkan suka, komentar dan pertanyaan terbanyak.

Selain dalam proses evaluasinya. Heal Yourself mengaku belum memiliki tolak ukur keberhasilan dari media sosial yang digunakan. Namun dirapat bulanan selalu dibahas mengenai target jumlah pengikut yang didapatkan. Sedangkan menurut Luttrell (2015:201-202) untuk mengukur dampak media sosial tidak sesederhana melihat berapa banyak followers atau like saja. Yang dilihat adalah bagaimana sebuah perusahaan atau lembaga memanfaatkan teknologi secara efektif untuk berinteraksi dan berhubungan dengan publiknya sehingga dapat menciptakan rasa percaya antar perusahaan atau lembaga dengan publik.

Heal Yourself mengharapkan strategi pemanfaatan sosial media dalam kampanye edukasi psikologi, kesehatan mental dan Islamic self-help dapat berdampak kepada pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu psikologi di lingkungan masyarakat dengan sudut pandang islam . Namun dikarenakan beberapa hal, Heal Yourself belum mampu memaksimalkan fungsi media sosial untuk mencapai tujuan komunikasi. Hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti dan mencoba menjabarkan strategi pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Heal Yourself dalam mengkampanyekan psikologi islam. Peneliti mencoba menjabarkan strategi media sosial yang digunakan oleh Heal Yourself menggunakan metode penelitian deskriptif untuk menggambarkan seluruh realitas yang terjadi pada Heal Yourself dalam membuat strategi media sosial dalam mengkampanyekan kesehatan mental dan islamic self-help.

Metode Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma Positivistik sebagai cara berpikir dalam melakukan penelitian. Paradigma positivistik merupakan paradigma yang

mencari fakta dan penyebab realitas sosial (Sugiyono, 2018). Positivistime memandang sebuah realitas sebagai sesuatu yang bisa dipahami dan diasumsikan hadir, yang dikendalikan oleh hukum-hukum alam dan mekanisme yang tidak dapat diubah. Elvinaro Ardianto menyatakan bahwa pandangan mengenai apa itu kenyataan yang dianut positvisme adalah realisme naif atau objektivistik pandangan dunia ini meyakini bahwa objek-objek fisik hadir secara mandiri dari subjek pengamat dan hadir secara langsung melalui data indrawi. Apa yang dipersepsi adalah kenyataan yang sebenarnya. (Ardianto, 2011).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang (Sudjana & Ibrahim, 2001). Penelitian deskriptif lebih berfungsi untuk pemecahan praktis dari pada pengembangan ilmu pengetahuan. Pada penelitian ini, strategi dan taktik media sosial menjadi fokus penelitian dimana peneliti berusaha melihat apakah

pelaksanaan strategi dan taktik media sosial telah sesuai dengan teori strategi dan taktik media sosial yang dikemukakan oleh Regina Luttrell.

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan *Non Probability Sampling (selected sample)* dimana pemilihan sample tidak menghiraukan prinsip-prinsip *probability*. Teknik pengumpulan data ini dilakukan melalui observasi dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pra-riset dan wawancara yang telah dilakukan peneliti, informan memberikan penjelasan mengenai situasi tersebut. Pengelola media sosial Heal Yourself menyadari bahwa perkembangan dunia saat ini sudah berubah dan maju ke arah yang serba digital. Perkembangan arus informasi yang semakin lama semakin cepat dan dinamis tersebut, dimanfaatkan oleh Heal Yourself untuk melakukan kampanye melalui media sosial. Novie Octaviane Mufti selaku Founder Heal Yourself mengatakan bahwa pada awal dibentuknya Heal Yourself pada tahun 2019 berawal dari

tulisan-tulisannya di Instagram mengenai kegalisahan tentang isu-isu kesehatan mental yang terjadi dikalangan orang-orang kategori dewasa muda. Tujuan menggunakan Instagram karena dianggap sangat sesuai dengan target audiens yang ingin di *reach*, selain itu mudahnya fitur-fitur instagram yang dianggap cukup lengkap dan mudah digunakan.

“Awalnya healyourself ini berawal dari tulisan-tulisan 30 hari ramadhan aku di tahun 2019. Tulisan-tulisan ini aku angkat dari kegalisahan aku melihat banyak isu-isu kesehatan mental yang terjadi dikalangan anak muda dan itu terjadi disekeliling aku. Kenapa aku menggunakan istagram, karena fiturnya lengkap, simple dan menurutku target pasarkau banyak menggunakan istagram”

Selain itu, Novie Octaviane menjelaskan bahwa Heal Yourself sampai saat ini masih berfokus kepada kampanye di Instagram walaupun sudah membuka akun spotify resmi serta kelas-kelas online.

Melalui media sosial inilah Heal Yourself ingin mengenalkan kepada publik khususnya anak muda mengenai psikologi islam dan islamic self help. Bagaimana islam itu melengkapi

psikologi itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara menyebutkan bahwa tujuan dari dibuatnya media sosial Heal Yourself guna meluruskan informasi mengenai isu-isu kesehatan mental dan mengajak masyarakat yang membutuhkan tenaga psikolog untuk ke psikolog juga mengangkat isu-isu dunia psikologi klinis yang ternyata selalu bisa dilihat dari prespektif islam, baik itu dari Alquran, Hadist, Riwayat dll.

Tujuan Media Sosial Instagram Heal Yourself

Setelah menetapkan situasi, tahapan selanjutnya adalah menentukan tujuan dari penggunaan media sosial Heal Yourself. Heal Yourself ingin mengampanyekan *islamic self help* dan psikologi islam kepada orang-orang dewasa remaja melalui media sosial. Heal yourself ingin menyajikan informasi-informasi psikologi klinis secara tepat dan cepat dan mengajak orang-orang untuk melihat isu-isu psikologi yang juga bisa dilihat dari kacamata islam. Media sosial adalah sebuah wadah komunikasi interaktif dan langsung kepada publik.

Selain itu, media sosial ini salah satu tools untuk menjembatani komunikasi antara komunitas dengan stakeholdersnya. Melalui media sosial inilah perusahaan maupun komunitas berusaha untuk masuk agar dapat menjangkau para stakeholdersnya dengan berkomunikasi secara lebih interaktif dan mengolah pesan yang hendak disampaikan menjadi lebih ringan dan relevan sesuai dengan keadaan saat ini. Seperti yang dijelaskan oleh Fitri Azizah:

“Tujuannya adalah untuk memberikan informasi psikologi klinis yang benar. Lalu juga untuk mengenalkan kepada publik bahwa hal-hal psikologis seperti ini di islam sangat dibahas loh, kita bisa melihat dari sudut pandang islam.”

Seperti analisis situasi yang dilakukan, dengan mudahnya akses media sosial dan informasi-informasi yang didapat banyak orang yang mengambil informasi secara salah atau setengah hingga menimbulkan *self diagnosis* dan enggan pergi ke psikolog terutama masih terbatasnya media yang membahas psikologi islam. Untuk itu melalui media sosial ini ingin menginformasikan mengenai Mental Health dan *Islamic Self help* selain agar

publik dapat mengetahui informasi yang benar juga agar menanamkan “untuk mengembalikan segala sesuatu kepada Allah maka Allah akan menyembuhkan kita.” Dalam melihat berhasil tidaknya kampanye yang dilakukan melalui media sosial Instagram tersebut, Heal Yourself melakukan pemantauan hanya menggunakan fitur yang disediakan oleh instagram.

Penetapan Target Publik Heal Yourself

Pada tahapan sebelumnya telah dipaparkan mengenai tujuan dari media sosial Heal Yourself adalah untuk mengenalkan psikologi islam dan islamic self help. Sehingga, publik dapat menyadari bahwa psikologi dapat dilihat dari sudut pandang islam dan islam dapat melengkapi psikologi. Dan latar belakang berdirinya Heal yourself adalah dengan adanya kegelisahan melihat isu-isu psikologis yang terjadi dikalangan anak muda yang dengan adanya media sosial menjadi hal tersebut menjamur. Namun seiring dengan berjalannya waktu maka yang menjadi target dari heal yourself bergeser, yang awalnya hanya anak-anak remaja menjadi dewasa muda. Karena dari hasil

temuan bahwa orang-orang yang baru memasuki umur 20 sampai 30 tahun juga rentan dengan kejiwaannya. Hal tersebut dijelaskan oleh Novie Octaviane:

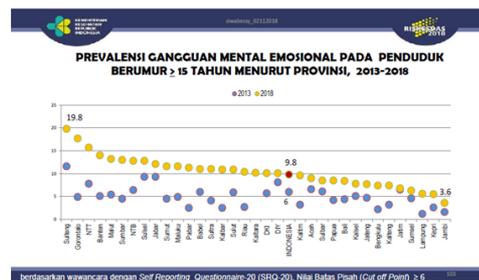
“Dulu awalnya target audiensnya itu adalah anak-anak remaja dimana isu-isu kesehatan mental itu banyak menyerang mereka. Namun hal itu bergeser sekarang karena dari data yang ada orang-orang dewasa muda atau yang baru memasuki usia 20 itu ternyata rentan juga mengalami gangguan kesehatan mental.”

Target audiens dari media sosial Instagram Heal Yourself sendiri sebagian besar adalah orang-orang muslim fase remaja atau dewasa muda. Instagram memang memiliki banyak kelebihan dalam segi penggunaanya yang banyak digunakan oleh kaum muda. Selain itu juga Instagram memiliki gaya yang khas serta fitur yang ditampilkan yang menarik.

Dari pernyataan yang dipaparkan oleh para informan, dapat diketahui bahwa yang menjadi target audiens dari media sosial Instagram Heal Yourself adalah orang-orang dewasa muda. Dalam menentukan target audiens tersebut, Heal Yourself menggunakan data dari berbagai research journal dan temuan-temuan lapangan saat

melakukan sesi konsultasi. Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018, menunjukkan lebih dari 19 juta penduduk berusia lebih dari 15 tahun mengalami gangguan mental emosional, dan lebih dari 12 juta penduduk berusia lebih dari 15 tahun mengalami depresi. Melalui gambar berikut dapat dilihat arah geografis atau tempat tinggal. Secara geografis, target audiens media sosial Instagram Heal Yourself adalah mereka yang tinggal atau berdomisili di kota-kota di Jawa Barat seperti Bandung, Cimahi, dll.

Instagram memang memiliki banyak kelebihan dalam segi penggunaanya yang banyak digunakan oleh kaum dewasa muda. Selain itu juga Instagram memiliki gaya yang khas serta fitur yang ditampilkan yang menarik. Sejauh ini baru Instagram yang digunakan untuk melakukan kampanye, Novie mengakui bahwa keterbatasan SDM membuat hanya Instagram yang menjadi media sosial utama untuk kampanye walaupun saat ini Heal Yourself mulai merambah dunia podcast.



Gambar 2 Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018

Sumber: Hasil Utama Riskesdas tahun 2018
Kementerian Kesehatan RI

Penetapan Strategi Media Sosial Heal Yourself dalam Mengampanyekan Kesehatan Mental dan Islamic Self-help

Sesuai dengan yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai penetapan situasi dan tujuan bahwa latar belakang Heal Yourself menggunakan media sosial Instagram adalah untuk mengampanyekan kesehatan mental dan *Islamic self help*. Hal tersebut sesuai yang dipaparkan oleh Erika Ayu :

“Tujuan Heal Yourself kan dari awal itu untuk memberikan informasi mengenai kesehatan mental terutama untuk orang-orang dewasa muda. Bedanya dengan yang lain, kita juga memandangnya dari sudut islam, gimana sih islam melihat kejadian ini yang erat kaitannya dengan dunia psikologi. Instagram kita memuat fenomena-fenomena psikologis yang sekarang banyak dihadapi marketnya kita.

Pembahasannya ada yang ringan, ada yang berat juga.”

Menurut Erika Ayu, kelebihan yang dimiliki aplikasi Instagram yaitu dalam segi visualnya Instagram sangat memberikan kemudahan dan warna yang khas. Hal tersebut yang menambah ketertarikan para audiens. Saat ini, orang lebih tertarik melihat atau bahkan membaca pesan secara visual. Hal tersebut dijadikan peluang oleh Heal Yourself dalam mengelola media sosial Instagram. Bahkan caption sendiri yang menjadi daya tarik dari heal yourself

Strategi yang dilakukan oleh Heal Yourself untuk dapat memberikan informasi fakta mengenai psikologi dan memandang secara islam yaitu melalui :

- (1) Special Event;
- (2) Layanan Konsultasi;
- (3) Interactive Class;
- dan (4) Social Media Activation.

Sebelum menentukan strategi untuk media sosial Instagram tersebut, Heal Yourself melakukan beberapa langkah terlebih dahulu yaitu identifikasi masalah, menentukan masalah, definition, pengumpulan data dan referensi, design, dan production.

Selanjutnya untuk Special Event yang dilakukan yaitu seminar. Setiap

kegiatan yang dilakukan oleh Heal Yourself diposting melalui Instagram @healyourself.id.. Kemudian untuk Social Media Activation adalah strategi untuk melibatkan followers dari Instagram @healyourself.id. Tujuannya supaya terjalin komunikasi yang baik antara media sosial Instagram Heal Yourself dengan followers. Selain itu, dapat juga melihat seberapa besar pengaruh yang selama ini dikampanyekan oleh media sosial Instagram @healyourself.id



Gambar 3 Strategi Special Event
Sumber: instagram @healyourself.id

Kemudian untuk Social Media Activation adalah strategi untuk melibatkan followers dari Instagram @healyourself.id. Tujuannya supaya terjalin komunikasi yang baik antara media sosial Instagram Heal Yourself dengan followers. Selain itu, dapat juga melihat seberapa besar pengaruh yang selama ini dikampanyekan oleh media

sosial Instagram @healyourself.id. Hal tersebut dijelaskan oleh Erika Ayu:

“Kalau untuk interaksi yang dilakukan oleh kami di media sosial Instagram dengan para followers yaitu dengan membuat social media challenge dengan melibatkan followers dalam pembuatan kreatif buku dari founder dan memberikan komentar balik dari setiap komentar yang diberikan oleh netizen.”

Selain memiliki strategi yang menggunakan Instagram secara penuh, ada beberapa strategi yang menggunakan Instagram sebagai media pemberitahuan saja, yaitu pada Interactive class dan layanan konseling.

Interactive class biasanya diisi oleh psikolog yang sudah bekerjasama dengan Heal Yourself atau oleh *founder* Heal Yourself sendiri. Isu yang diangkat biasanya berdasarkan riset dari aktivitas media sosial Heal Yourself sendiri. Biasanya Interactive class ini diadakan secara daring melalui *google meet* atau *zoom meeting*.. Strategi selanjutnya adalah sesi konseling. Sesi konseling ini dapat dilakukan secara tatap muka seperti konseling dengan psikolog klinis lainnya. Layanan Healyourself ini menitik beratkan kepada konselor *muslim based* agar sesuai dengan nilai

Heal Yourself yang melihat psikologi dalam sudut pandang islam. Seperti Interactive class, dalam kegiatan layanan konseling tersebut instagram hanya digunakan untuk media pemberitahuan.

Pemilihan saluran media sosial yang tepat juga perlu diperhatikan secara jelas dengan riset yang dilakukan oleh Heal Yourself . Menurut Heal Yourself , Instagram merupakan salah satu media sosial yang tepat untuk mendukung tujuan dari Heal Yourself dalam mengampanyekan Kesehatan Mental dan Islamic Self-help. Seperti yang dikemukakan oleh Novie Octaviane Mufti, Instagram dipilih karena media sosial yang cukup efektif untuk menunjukkan dan menyampaikan informasi kepada publik melalui foto atau video.

Taktik Media Sosial Heal Yourself dalam Mengampanyekan Kesehatan Mental dan Islamic Self-help

Adelini Biagi mengatakan yang paling awal dilakukan oleh Heal Yourself adalah adalah identifikasi masalah. Dari identifikasi masalah tersebut, didapatkan bahwa saat ini publik khususnya generasi muslim muda sangat mudah untuk mendapatkan

informasi dari internet mengenai isu-isu psikologis yang kebenarannya tidak bisa di pertanggungjawabkan dan masih sedikitnya platform psikologi dalam prespektif islam. Penyusunan perencanaan konten dilakukan dimana Divisi Content Creator membagi konten selanjutnya menyusun topik isu yang akan dibahas setiap waktunya. Heal Yourself belum ada waktu posting yang ditentukan, karena hal tersebut disesuaikan dengan Divisi Content Creator dalam melaksanakan riset suatu isu.

“Kalau untuk waktu memposting sih belum ada penentuan jadwal khusus sih ya, tapi kita seminggu minimal 3 konten muncul selang dua hari. Tidak tiap hari karena ada kendala kendala teknis dilapangan karena kadang saat riset juga mengalami kendala.”

Fitri Azizah menjelaskan, setelah membuat perencanaan konten, lalu Tim Content Creator akan membagi isu kepada setiap anggota tim. Isu tersebut dapat berupa isu berat maupun isu-isu ringan. Isu-isu ini dipilih dan dijadikan draft untuk menjadi konten. Setelah pembagian isu maka setiap anggota tim akan melakukan riset ilmiah dan juga mengambil rujukan-rujukan dari Al-

quran, hadis maupun riwayat Nabi dan Sahabat yang sahih yang berkaitan dengan isu yang di tentukan. Bahasa yang digunakan dalam media sosial Instagram Heal Yourself yaitu informal dan bersifat naratif karena disesuaikan dengan target audiens yaitu generasi muda.

Selanjutnya, Fitri Azizah menjelaskan dalam setiap konten yang diposting berisi informasi-informasi yang informatif dan persuasif. Isu-isu psikologis yang diinformasikan kepada publik dijabarkan melalui postingan-postingan yang dikemas lebih ringan dalam sebuah narasi dan disajikan dengan design Heal Yourself yaitu ilustrasi dan typografi.

Novie Octaviane Mufti menjelaskan bahwa akun Instagram @healyourself.id dibuat pada tahun 2019 dengan postingan awal challenge menulis 30 hari di bulan Ramadhan, Heal Yourself menyadari bahwa Instagram sangat populer di kalangan masyarakat khususnya di kalangan muslim muda. Hal tersebut yang mendorong Heal Yourself untuk menggunakan Instagram dalam memberikan informasi fakta mengenai

psikologi dan memandangnya secara islam.

Instagram sendiri memiliki fitur hashtag, sehingga tim Media Sosial memanfaatkan hal tersebut untuk menarik opini publik pada setiap postingan mereka. Dalam penggunaan hashtag tersebut, tim sebelumnya melakukan diskusi terlebih dahulu untuk selanjutnya menghasilkan hashtag yang disetujui bersama. Tim Media Sosial melakukan posting tersebut sesuai dengan timeline yang telah ditentukan. Kemudian melakukan evaluasi dari setiap postingan tersebut

Proses Evaluasi Penggunaan Media Sosial

Dari perencanaan yang telah dibuat, untuk mengukur keberhasilan dari strategi yang telah ditetapkan, Heal Yourself melihatnya dengan perkembangan *followers* dalam Instagram, reach dan engagement seperti komentar, *likes*, maupun *share*. Menurut Novie Octaviane Mufti, hal tersebut menjadi tolok ukur keberhasilan karena melihat sifat media sosial sendiri yang berarti jika orang mengikuti atau follow akun media sosial tersebut berarti ada ketertarikan untuk mengikutinya.

“ Untuk saat ini kita belum melakukan evaluasi yang lebih dalam untuk sosial media kita, masih Kita baru menggunakan insight menggunakan fitur Instagram sendiri untuk monitoring sosial media. Kalau untuk acuannya kami masih berfokus kepada jumlah followers, like, dan share di Instagram.”

Namun, Heal Yourself sampai saat ini belum melaksanakan evaluasi hingga ke tahap *followers*, seperti kepuasan mengakses atau bahkan perubahan sikap *followers*. Yang dilakukannya baru pada tahap evaluasi melihat setiap postingan mendapat tanggapan yang positif atau tidak. Dalam mengukur evaluasi pencapaian tujuan, Heal Yourself tidak memiliki pengukuran yang pasti akan setiap strategi yang dilakukan. Tidak hanya itu, tujuan utama yaitu untuk mengampanyekan Kesehatan Mental dan *Islamic Self-help* sendiri belum dapat dihitung secara menyeluruh.

Timeline Media Sosial Heal Yourself dalam Mengampanyekan Kesehatan Mental dan Islamic Self-help

Menurut Fitri Azizah, perencanaan waktu media sosial instagram belum memiliki timeline khusus. Hanya saja, untuk penentuan inti konten

postingannya sendiri secara spesifik memang ditentukan sebelumnya dimana tim *Conten Creator* membuat draft untuk konten-konten apa saja yang ingin diposting kecuali pada konten yang berupa sebuah event maka akan dibuatkan timeline *countdown event* tersebut selama empat hari. Jadwal posting sendiri tidak dilakukan setiap hari, karena disesuaikan dengan kesiapan isu yang akan diangkat, sulit mudahnya saat melakukan riset. Kemungkinan sebuah isu bisa tertunda untuk diposting cukup besar terutama isu berat yang perlu riset lebih mendalam dan memakan banyak waktu diluar perkiraan.

Tidak adanya timeline karena berdasarkan kesiapan isu tersebut juga berdampak kepada tim design. Fitri Azizah menyatakan pembuatan design dari tahap penyerahan naskah sampai pembuatan gambar bisa berbeda-beda. Tergantung dengan isu yang siap untuk dibuatkan design. Idealnya naskah bisa dibuatkan menjadi gambar perlu koordinasi satu hari sebelum posting, namun tidak jarang gambar perlu untuk dibuat dalam waktu setengah hari. Berbeda dengan postingan event yang

timelinenya sudah jelas pengerjaan sebuah gambar bisa dilakukan tiga sampai tujuh hari sebelum posting.

Budgeting Media Sosial Heal Yourself dalam Mengampanyekan Kesehatan Mental dan Islamic Self-help

Dalam pengelolaan media sosial Heal Yourself, berdasarkan Novie Octafiane Mufti tidak ada budgeting karena system dalam *healyourself* sendiri yang bersifat *volunteering* termasuk pada orang-orang yang tergabung dalam tim content creator dan tim media sosial yang kebanyakan merupakan mahasiswa psikologi yang ikut bergabung dengan sukarela.

“Tidak ada sih kalau media sosial, apalagikan *heal yourself* itu sistemnya *volunteering*. Biasanya yang tim content creator sama media sosial itu diisi sama mahasiswa psikologi yang dengan keinginan sendiri jadi *volunteer*. Kecuali kepala divisi dan tim design the Fitri”.

Sejalan dengan pernyataan tersebut. berdasar hasil wawancara dengan Fitri Azizah selama melakukan pembuatan design menggunakan aplikasi dan website yang tidak berbayar atau menjadi *member*. Dari penuturan tersebut dapat diketahui bahwa dalam melakukan pengelolaan media sosial

Heal Yourself tidak memiliki budgeting tersendiri. Terlebih dua tim yang berperan dalam pengelolaan media sosial yaitu *Content Creator* dan Media Sosial terdiri dari sukarelawan dari kalangan mahasiswa psikologi.

Pembahasan mengenai Tahap Penetapan Situasi Heal Yourself

Pada bagian ini, peneliti akan membahas mengenai hasil yang sebelumnya telah diperoleh dan dipaparkan pada tahap penetapan situasi media sosial instagram yang digunakan oleh Heal Yourself dalam kampanye Kesehatan Mental dan Islamic Self-help. Peneliti akan membahasnya berdasarkan konsep strategi dan taktik media sosial instagram sebagai landasan konseptual pada penelitian ini untuk meninjau aktivitas penggunaan media sosial instagram Heal Yourself.

Luttrell (Luttrell, 2021) menyebutkan bahwa tujuan yang benar tidak dapat terbentuk tanpa memahami situasi yang jelas dalam arahan pembuatan perencanaan media sosial. Pada tahap penetapan situasi ini organisasi menjabarkan hal-hal apa saja

yang hendak dicapai oleh organisasi. Tujuan yang valid tidak dapat dirumuskan tanpa pemahaman yang jelas mengenai situasi yang ingin dikembangkan menggunakan media sosial. Organisasi harus memahami situasi mengapa menggunakan media sosial itu diperlukan. Keadaan seperti apa yang membuat organisasi tertarik dan merasa harus menggunakan media sosial sebagai platform.

Selain itu, Ronald D. Smith (Croteau et al., 2020) menjelaskan bahwa situasi merupakan sebuah keadaan yang sedang dihadapi oleh organisasi. Situasi juga dapat dikatakan mirip dengan pemetaan masalah. Tanpa adanya penetapan situasi yang jelas, organisasi tidak akan dapat melakukan penelitian yang efisien atau mendefinisikan tujuan komunikasi yang ingin dicapai pada proses penetapan tujuan. Berdasarkan hasil yang didapatkan dari informan, media sosial dipilih oleh Heal Yourself untuk memberikan informasi

Teknologi internet merupakan saluran yang sangat digandrungi oleh publik saat ini. Setiap orang mencari informasi apapun saat ini melalui satu

jaringan, yakni internet. Melalui internet, kita dapat menjangkau informasi apapun dengan tanpa terkendala oleh jarak dan waktu. Hal tersebut sesuai dengan E-PR yang dikemukakan oleh Onggo pada tahun 2014 bahwa E-PR merupakan inisiatif Public Relations yang menggunakan media internet sebagai sarana publikasinya (Scott et al., 2009)

Media sosial dipilih sebagai tools yang paling tepat saat ini, karena berdasarkan keterangan dari informan, hampir semua orang menggunakan media sosial. Data survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2020, menemukan jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 196,7 juta jiwa (73,7%) dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 266,72 juta orang.

Survei yang dilakukan *We are Social* pada tahun 2020 menemukan bahwa rata-rata durasi penggunaan internet yang dihabiskan dengan menggunakan perangkat pintar di Indonesia, yakni selama 7 jam 59 menit, dengan alokasi waktu 3 jam 46 menit untuk aktif di media sosial. Dari

populasi masyarakat di Indonesia, sekitar 88% mengakses Youtube, 84% mengakses Whatsapp, 82% mengakses Facebook, 79% mengakses Instagram, dan 66% mengakses Twitter. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata, hampir 80% penggunaan internet di Indonesia digunakan untuk media sosial. Tingginya intensitas penggunaan media sosial dikarenakan berbagai ragam fungsi yang tersedia di media sosial dan penggunaannya yang praktis. Dengan demikian, membuat pengguna semakin tertarik menggunakan media sosial setiap saat.

Hurlock menyatakan bahwa individu yang memiliki rentang usia 18-40 tahun berada pada tahap masa dewasa awal. Dalam teori psikososial, Erikson menjelaskan bahwa masa dewasa awal ditandai dengan tahap hubungan hangat, dekat, dan komunikatif. Praktisnya penggunaan internet mendorong kenyamanan individu dalam menjalin hubungan sosial secara daring, yang ditandai dengan meningkatnya perilaku mereka dalam menghabiskan waktu luang untuk mengakses media sosial. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa

perkembangan internet yang pesat telah mendorong interaksi sosial melalui daring semakin tinggi di antara orang-orang berusia dewasa awal.

Di era ini, semua orang bisa menggunakan media sosial, dan berita bohong atau hoax jadi sangat mudah tersebar. Mengingat dampaknya sangat buruk, setiap orang pasti ingin menghindarinya. Terutama ketika ada isu penting yang tersebar di tengah masyarakat, tentu masyarakat ingin mendapatkan informasi yang valid dan berkredibilitas agar bisa up to date dengan kabar terkini. Selain itu, dampak buruk berita hoax juga bisa merugikan kesehatan mental.

Dalam sebuah studi, para psikolog sepakat bahwa berita hoax bisa memberikan dampak buruk pada kesehatan mental, seperti *post-traumatic stress syndrome* (PTSD), menimbulkan kecemasan, sampai kekerasan. Tidak hanya itu, psikolog percaya, orang yang terpapar berita hoax juga bisa membutuhkan terapi, karena diselimuti kecemasan, stres, dan merasa kesepian karena berita palsu

Psikolog meyakini, berita hoax dihadirkan untuk memanipulasi banyak

orang. Sebab, berita palsu bisa memanfaatkan kelompok orang yang takut, dan mengambil keuntungan ketakutan itu. Jangan menyepelekan dampak buruk berita hoax pada kesehatan mental. Sebab, efeknya bisa berlangsung dalam jangka panjang. Misalnya, mengganggu situasi emosional dan suasana hati yang berkepanjangan, sampai “menghantui” pikiran untuk waktu yang lama.

Orang yang tidak memiliki keinginan untuk mengonfirmasi atau mencari tahu sumber sebuah berita, cenderung menunjukkan gejala fisik dan mental yang kurang sehat. Para peneliti menemukan, orang-orang yang tidak gemar mencari tahu kebenaran atas sebuah berita, memiliki respons yang tidak baik, saat dihadapkan dengan informasi menyesatkan dalam situasi stres. Akibatnya, muncul rasa stres, respons jantung yang tidak normal, dan perilaku membaca tak menentu. Hal ini juga berpengaruh pada aspek psikologis. Orang-orang yang enggan mencari tahu kebenaran suatu berita akan merasa kurang percaya diri dan suka menganggap diri mereka negatif. Dengan demikian,

kemampuan seseorang untuk menilai keaslian suatu berita, bisa memengaruhi kondisi kesehatannya, baik secara fisik maupun mental

Pembahasan mengenai Tujuan Media Sosial Heal Yourself

Setelah mengetahui situasi yang terjadi di lapangan, tahapan selanjutnya yang harus dilakukan oleh perusahaan maupun instansi yaitu melakukan penetapan tujuan dari penggunaan media sosial. Penentuan tujuan merupakan hal yang krusial karena tanpa adanya tujuan, maka strategi dan taktik yang dibuat tidak akan memiliki arah yang jelas.

Tujuan dari Heal Yourself dalam menggunakan media sosial Instagram yaitu untuk menyebarkan *kesehatan mental dan Islamic self-help* kepada publik. Selain itu, juga untuk meningkatkan awareness mengenai informasi benar mengenai psikologi kepada publik.

Lutrell (2021) mengatakan bahwa setelah memiliki pernyataan mengenai keadaan perusahaan berikutnya yaitu menjelaskan tujuan perusahaan maupun instansi dalam menggunakan media sosial. Dalam menetapkan tujuan,

perusahaan atau instansi harus bisa mengetahui, mengerti, dan menjelaskan tujuan dari penggunaan media sosial dengan strategi SMART : *specific* (spesifik), *measurable* (terukur), *attainable* (dapat dicapai), *relevant* (realistis), and *timely* (berjangka waktu). Hal tersebut menggambarkan bagaimana tujuan dapat mendukung misi perusahaan dalam menggunakan media sosial. Tujuan dibuatnya yaitu untuk menetapkan hasil dari strategi media sosial.

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan oleh informan dari Heal Yourself, bahwa media sosial instagram Heal Yourself ingin mengampanyekan *kesehatan mental dan Islamic self-help* kepada publik khususnya yang target sarannya. Selain itu, media sosial Heal Yourself juga ingin memberikan *awareness* kepada publik mengenai isu kesehatan mental yang benar. Menurut keterangan yang diberikan oleh informan, masih banyaknya fenomena kesehatan mental yang terjadi pada orang-orang dewasa muda yang menjadi target sarannya. Heal Yourself memanfaatkan tools yang ada pada media sosial Instagram, Heal Yourself

dapat mengunggah konten berupa event yang akan diselenggarakan oleh Heal Yourself, infografik mengenai isu kesehatan mental, layanan konsultasi, *quotes* psikologi islam, serta ucapan hari-hari besar maupun hari-hari bersejarah.

Tujuan Heal Yourself dalam mengampanyekan *kesehatan mental dan Islamic self-help* dan memberikan awareness mengenai informasi benar mengenai psikologi kepada publik merupakan hal yang cukup sulit untuk diukur pencapaiannya. Saat ini juga Heal yourself belum ada penelitian atau pengukuran pasti yang dilakukan untuk menunjukkan bagaimana keberhasilan dari tujuan media sosial instagram yang dilakukan oleh Heal Yourself. Heal Yourself hanya melihat keberhasilan dari media sosial ini melalui pertumbuhan followers pada akun instagram yang dimilikinya.

Pembahasan mengenai Penetapan Target Audiens Media Sosial Instagram Media Sosial Heal Yourself

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai oleh Heal Yourself, media sosial instagram @healyourself.id

menargetkan orang-orang dewasa muda sebagai terget audiens dari media sosial instagram mereka. Melalui media sosial instagram, Heal Yourself ingin memberikan pengetahuan kepada followers tentang masalah psikologis yang dikupas dari sisi klinis maupun dari prespektif islam.

Heal Yourself menetapkan target audiens dari media sosial instagram @healyourself.id yaitu dewasa muda atau orang-orang yang memasuki usia 20 tahun, yang berada di kota-kota di daerah Jawa Barat. Target audiens yang dilakukan oleh Heal Yourself sudah cukup spesifik, sehingga strategi dan taktik yang dibuatnya pun disesuaikan dengan target audiens yang dibuat.

Walaupun perusahaan atau instansi telah memiliki target sendiri, tetapi dalam media sosial tetap harus ditujukan pada target publik yang lebih spesifik. Akan lebih mudah untuk berinteraksi dengan publik jika perusahaan dapat memahami demografi yang sesuai dengan ketertarikan perusahaan. Apakah perusahaan telah berfokus pada area yang sesuai, upaya media sosial harus diarahkan secara langsung tergetang pada audiens yang

spesifik. Dalam menentukan publiknya, perusahaan harus benar-benar memahami demografi publik yang diinginkannya (Luttrell, 2021).

Jika ditinjau dari konsep yang dipaparkan oleh Regina Luttrell, Heal Yourself sudah dapat mengimplementasikan penetapan audiens pada media sosial dengan baik. Meskipun dalam penetapan target audiens tersebut tidak dilakukan riset terlebih dahulu. Dalam hal ini, Heal Yourself sudah dikatakan dalam menetapkan target audiens sudah cukup spesifik.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *insight* instagram Heal Yourself mayoritas followers yaitu perempuan dengan rentang usia 18 – 26 tahun. Dari data tersebut artinya yang menjadi target audiens media sosial instagram Heal Yourself sudah tercapai. Untuk mengetahui pencapaian target publik. Heal Yourself memantau secara berkala peningkatan jumlah followers pada media sosial instagram @healyourself.id.

Pembahasan mengenai Penetapan Strategi Media Sosial Instagram Media Sosial Heal Yourself

Strategi dibuat untuk mendukung tercapainya tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Strategi yang dibuat oleh Heal Yourself dilakukan dan disesuaikan dengan tujuan dari penggunaan media sosial itu sendiri yaitu media sosial untuk mengampanyekan kesehatan mental dan Islamic *self-help*.

Pada tahapan ini, Public Relations menjelaskan bagaimana dan mengapa berbagai komponen kampanye akan mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan atau institusi. *Guidelines* dan *key message* merupakan hal yang paling sering dimasukkan ke dalam bagian ini (Luttrell, 2021)

Sebelumnya Heal Yourself telah menjelaskan hal-hal yang menjadi pertimbangan dalam menggunakan instagram. Diantaranya yaitu instagram dapat menceritakan sebuah peristiwa melalui gambar atau video yang disertai caption. Interaksi yang terjadi di instagram berlangsung dengan sangat cepat. Pada instagram dapat dilakukan perhitungan statistik dari jumlah

followers dan likes pada setiap konten yang diposting, serta instagram memiliki fitur berupa live dan stories yang dapat mempermudah Heal Yourself dalam melakukan broadcast acara serta untuk menunjukkan eksistensi dari Heal Yourself.

Guidelines pada instagram dibagi menjadi dua, yaitu keseluruhan konten dan *guidelines* untuk konten e-poster. *Guidelines* untuk keseluruhan konten yaitu membuat konten dalam bentuk story dan komik, membuat konten yang bersifat edukasi, serta membuat konten yang menonjolkan sisi human interest. Sedangkan, *guidelines* dalam membuat e-poster yaitu dengan mencantumkan identitas dari Heal Yourself, logo, serta official account dari media sosial Heal Yourself, typografi, dan ilustrasi gambar, serta caption berdasarkan hasil riset.

Pembahasan mengenai Penetapan Taktik Media Sosial Instagram Media Sosial Heal Yourself

Sebelum menggunakan instagram ada beberapa alasan Heal Yourself memilih instagram sebagai media untuk terhubung secara jaringan dengan publik, diantaranya melalui instagram perusahaan atau komunitas dapat

berbagi foto yang menunjukkan kegiatan perusahaan atau komunitas secara real, sehingga publik dapat mengetahui bahwa Heal Yourself saat ini sedang mengadakan kegiatan. Selain itu, informan menganggap bahwa instagram juga merupakan salah satu media yang tepat karena dapat berkomunikasi secara langsung dengan followers salah satunya lewat kolom komentar, dan juga Heal Yourself dapat menyampaikan informasi lewat foto atau video.

Bentuk konten yang dibagikan oleh healyourself sudah sesuai agar masyarakat tertarik dan tidak jenuh dengan informasi yang berbentuk teks. Hal ini dinyatakan oleh Luttrell (2015-130) *“People Are Visual Beings; Photos allow a company to tell a story that they otherwise could not have Accomplished through other, more traditional mediums. People like to look at pictures. The majority of people will typically stare at text when browsing online. Integrating photos as means to inform your audience can create engagement and interaction.”*

Pada tahap Connect ini subjek dapat saling terhubung dengan publik di media sosial tersebut nantinya bisa

saling membagikan informasi. Dalam hal ini subjek berupaya puliknya terlibat langsung dengan membalas pertanyaan atau berbagi pendapat dikolom instastory. Adapun cara yang dilakukan oleh healyourself adalah mengajukan pertanyaan dalam isntasroy, lalu akan dijawab berdasar data ilmiah juga dalil dalam alquran. Menggunakan bahasa yang ringan, dan bekerjasama bersma dengan psikolog klinis.

Pembahasan mengenai Timeline Media Sosial Instagram Media Sosial Heal Yourself

Menurut yang disampaikan oleh informan, Heal Yourself belum memiliki timeline yang pasti dalam pembuatan maupun pengunggahan konten untuk media sosial instagram mereka. Sejauh ini jadwal postingan yang pasti hanya untuk pengunggahan e-poster mengenai peringatan hari besar atau libur nasional. Konten lain seperti event yang dilakukan oleh Tim desain dibuat kondisional menyesuaikan dengan event yang akan dilakukan. Proses pembuatan design hingga pada waktu posting dilakukan selama 1 minggu.

Lutrell (Luttrell, 2021) mengatakan bahwa tujuan, kompleksitas, dan waktu dari kampanye akan menentukan timeline yang dibuat. Waktu yang dibuat pada timeline berbeda-beda disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan oleh Regina Lutrell di atas, Heal Yourself belum dapat mengimplementasikan tahapan pembuatan timeline dengan baik. Menurut yang disampaikan oleh informan, Heal Yourself memiliki target untuk memposting konten pada media sosial instagram itu minimal dalam kurun waktu dua hari sekali untuk konten yang diunggah, namun hal inio juga kembali lagi kepada kesiapan materi yang akan diunggah. Namun, pada kenyataannya target tersebut ternyata tidak dapat terpenuhi karena memang kurangnya sumber daya manusia yang dapat mengelola media sosial Heal Yourself.

Pembahasan mengenai Budgeting Media Sosial Instagram Media Sosial Heal Yourself

Dalam mengelola media sosial Heal Yourself, saat ini belum ada

anggaran khusus yang dikeluarkan untuk media sosial. Informan mengatakan bahwa Heal Yourself belum mengeluarkan biaya secara khusus untuk pengelolaan media sosial. Berdasarkan hasil dari informan dan kebijakan komunitas budgeting tidak dapat disebutkan secara rinci, namun yang secara tersirat diinformasikan bahwa untuk kegiatan media sosial tidak memiliki anggaran biaya tersendiri. Tidak adanya penganggaran biaya ini juga erat kaitannya dengan system Heal Youeself yang bersifat volunteering dan non-profit serta tidak adanya SDM yang ditugaskan secara khusus dibagian pengelolaan uang.

Lutrell (Luttrell, 2021) menjelaskan bahwa setiap perencanaan media sosial memerlukan anggaran (budgeting). Perusahaan ingin mengetahui semua anggaran yang berkaitan dengan kampanye. Anggaran harus mempertimbangkan antara waktu karyawan dan biaya tidak terduga. Alokasikan setidaknya 10% dari anggaran untuk biaya tidak terduga.

Berdasarkan pemaparan dari Regina Lutrell tersebut, maka dapat dikatakan bahwa Heal Yourself belum menerapkan tahapan budgeting dalam menjalankan aktivitas media sosialnya dengan baik. Hal ini dikarenakan saat ini belum adanya sumber daya manusia (SDM) yang secara khusus mengelola media sosial Heal Yourself, sehingga belum ada anggaran khusus yang dibuat untuk mendukung atau menjalankan aktivitas media sosial.

Berdasarkan keadaan tersebut, Rinda Aunillah Sirait menjelaskan bahwa dalam mengelola media sosial, budgeting merupakan satu hal yang penting. Heal Yourself sebaiknya menyediakan anggaran untuk media sosial misalnya untuk buzzer atau influencer dan membayar iklan yang jelas yang sesuai dengan kondisi sekarang ini. Pemasangan iklan pun harus dilakukan dengan benar disesuaikan

dengan target audiens yang menjadi target sasaran, dengan begitu mereka bisa mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, peneliti dapat memperoleh simpulan mengenai perencanaan media sosial Instagram Heal Yourself. Simpulan tersebut didapatkan dari jawaban atas pertanyaan, capaian, hingga hambatan yang ditemukan dalam perencanaan media sosial Instagram Heal Yourself. Berikut adalah hasil simpulan tersebut yaitu pada proses penetapan situasi (*situation statement*) yang dilakukan oleh Heal Yourself yaitu saat ini semuanya serba maju ke arah digital termasuk dalam penyampaian pesan, banyaknya dewasa muda yang menggunakan aktif di internet, serta semakin maraknya akun media sosial yang bersifat radikal. Kemudian pada penetapan tujuan yang dilakukan oleh Heal Yourself yaitu mengampanyekan kesehatan mental dan Islamic Self Help kepada publik. Target audiens yang ditetapkan oleh Heal Yourself pada

media sosial instagram mereka yaitu orang-orang dewasa muda muslim yang memasuki usia 20 – 30 tahun yang berada di kota-kota Jawa Barat.

Strategi yang dilakukan oleh Heal Yourself yaitu dengan melakukan beberapa kegiatan yaitu (1) Special Event; (2) Layanan Konsultasi; (3) Interactive Class; dan (4) Social Media Activation. Special event biasanya dilakukan berupa seminar, mengundang psikolog klinis yang sudah bekerjasam adengan Heal Yourself, dikegiatan tersebut biasanya membahas tentang isu-isu pilihan berdasarkan minat yang ditunjukkan oleh audiens melaui instagram Heal yourself. pada special event ini pula biasanya social activation, Heal yourself menggunakan Instagram sebagai media sosialnya. Biasanya konten yang dimuat berupa foto atau video dengan ilustrasi dan dibarengi dengan caption yang membahas tentang isu yang diangkat. Menggunakan kata-kata yang ringan sehingga masyarakat awam dapat faham mengenai inti pesan tersebut. dari 4 strategi yang dimiliki semuanya diunggah dilaman Instagram resmi milik Healyourself yaitu @healyourself.id.

Heal Yourself tidak memiliki timeline khusus dalam mengatur media sosial instagram mereka. Jadwal pasti dalam pengunggahan konten hanya pada saat hari-hari besar atau libur nasional. Menurut Heal Yourself minimal melakukan pengunggahan konten dalam dua hari sekali kali posting. Namun, hal tersebut belum sesuai dengan fakta di lapangan. Sedangkan, Tahap budgeting, Heal Yourself belum memiliki anggaran khusus untuk media sosial mereka.. Heal Yourself belum untuk ke tahap menggunakan jasa influencer ataupun buzzer pada perencanaan media sosial instagram Heal Yourself.

Referensi

- Ardianto, E. (2011). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif* (Revisi). Rosdakarya.
- Croteau, D., Hoynes, W., & Childress, C. (2020). *Media/Society (Technology, Industries, Content, and Users)* (6th ed., Vol. 1). SAGE Publications.
- Luttrell, R. (2021). *Social Media How to Engage, Share, and Connect* (4th ed., Vol. 1). Rowman & Littlefield.
- Scott, C., Allen, H. C., & Glen, M. B. (2009). *Effective Public Relations* (9th ed.). Kencana.
- Sudjana, N., & Ibrahim. (2001). *Penelitian dan Penilaian*

Pendidikan (1st ed., Vol. 1). Sinar Baru Algenso .

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (1st ed., Vol. 1). Alfabeta.
<https://doi.org/9786022893738>

We Are Social. (2021). *Digital 2021*.