

# **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KLINIK PUSAT FERTILITAS BOCAH INDONESIA DALAM MENYEBARKAN INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

NURUL MUKHAROMAH NIM:20210502210

Jurusan Public Relations, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Esa Unggul

Jalan Arjuna Utara No.9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510

E-mail: [nurulmk6@gmail.com](mailto:nurulmk6@gmail.com)

## ***ABSTRAK***

Seorang *Public Relations* harus dapat menggunakan dan memanfaatkan semua jenis platform media sosial yang ada guna membangun komunikasi dengan pelanggan, mengkomunikasikan informasi, sebagai sarana promosi, menjalin kemitraan, menciptakan *brand awareness*, atau membentuk *brand image* perusahaan di zaman era digital seperti saat ini. Sehingga terkait dengan sepi atau jaranganya respon berupa *likes* dan komentar terhadap konten di Instagram @bocahindonesia\_, membuat peneliti ingin lebih jauh melakukan penelitian untuk mengetahui lebih dalam mengenai apa Strategi *Public Relations* yang digunakan oleh Klinik Pusat Fertilitas Bocah Indonesia dalam menyebarkan informasi melalui media sosial Instagram dan apakah ada kendala dalam menyusun Strategi *Public Relations*?. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian ini adalah bahwa bocah indonesia menggunakan tiga strategi public relations, ketiga strategi tersebut yaitu strategi persuasif, strategi edukasi-informasi, dan strategi publikasi. Dalam pelaksanaan ketiga strategi tersebut, bocah indonesia menemukan beberapa kendala, diantaranya yaitu konten instagram yang sepi likes dan komentar yang berpengaruh pada engagement yang menurun, keterbatasan pembuatan konten karena harus memperhatikan kode etik medis, dan keterbatasan pembuatan konten informasi yang mengedukasi karena pembahasan isu mengenai kesehatan reproduksi dan fertilitas hanya itu-itulah saja. Kesimpulannya bahwa bocah indonesia memang rutin menggunakan instagram untuk menyebarkan informasi pada audience mereka, dan menerapkan strategi diatas untuk menyebarkan informasi melalui interaksi-interaksi dan rekasi yang ditimbulkan audience, kemudian untuk permasalahan ketidakkonsistenan likes dan komentar bergantung pada seberapa menarik konten tersebut seperti konten giveaway memang dibuat khusus untuk menarik interaksi followers berdasarkan likes dan juga komentar.

**Kata kunci:** Informasi, Klinik Bocah Indonesia, Strategi *Public Relations*, Instagram

## ***ABSTRACT***

A Public Relations in today's Digital era must be able to use and maximize all kinds of existing social media platforms, whether to establish communication with customers, convey information, as a promotional platform, establish partnerships, create brand awareness, or form a company's brand image. So that it is related to the lack of responses in the form of likes and comments to content on Instagram @bocahindonesia\_, making researchers want to do further research to find out more about the Public Relations Strategy used by the Indonesian Boy Fertility Center Clinic in disseminating information through social media Instagram and Are there any obstacles in preparing the Public Relations Strategy? This study uses qualitative research methods by conducting in-depth interviews and observations. The conclusion of this research is that Indonesian boys use three public relations strategies, namely the persuasive strategy, the education-information strategy, and the publication strategy. In implementing these three strategies, the Indonesian boy encountered several obstacles, including Instagram content which lacked likes and comments which affected decreased engagement, limitations in creating content because they had to pay attention to medical ethics, and limitations in creating educational information content due to discussions on health issues. reproduction and fertility are just that. So from the description above it can be concluded that Indonesian kids regularly use Instagram to disseminate information to their audience, and apply the above strategy to disseminate information through interactions and reactions generated by the audience, then for the problem of inconsistency likes and comments depend on how interesting the content is Like giveaway content, it's made specifically to attract follower interaction based on likes and comments.

**Keywords:** Public Relations Strategy, Klinik Bocah Indonesia, Information, Instagram.