

**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN MINAT BEROBAT MASYARAKAT
DI KLINIK UTAMA RAWAT JALAN JEMADI**

***THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATION THROUGH INSTAGRAM IN
INCREASING INTEREST COMMUNITY TREATMENT
IN THE MAIN CLINIC JEMADI OUTPATIENT***

Amartya Yuwanda¹, Cut Alma Nuraflah², Muhammad Luthfi³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Dharmawangsa Medan

Email: tyayuwanda22@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui peran komunikasi pemasaran melalui media Instagram dalam meningkatkan minat berobat masyarakat di Klinik Utama Rawat Jalan Jemadi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian dilakukan secara langsung di Klinik Utama Rawat Jalan Jemadi yang beralamat di di jl. Jemadi No.8, Pulo Brayon Darat II, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara. Informan penelitian terdiri atas pegawai Klinik Jemadi dan masyarakat yang keseluruhannya berjumlah 15 (lima belas) orang. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menerapkan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang dikumpulkan pada lokasi penelitian menggunakan teknik Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Klinik Utama Rawat Jalan Jemadi memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dengan menerapkan 4 (empat) jenis bauran pemasaran yang terdiri atas iklan, promosi biaya pelayanan, hubungan masyarakat serta pemasaran secara langsung. Peningkatan jumlah pasien pengguna layanan yang tersedia di klinik Jemadi dalam kurun waktu setahun semenjak menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran cukup memberikan peran yang berdampak baik untuk kemajuan klinikt. Jumlah pengikut di Instagram juga terus bertambah menjadi bukti bahwa Instagram cukup berperan membangun minat masyarakat Kecamatan Medan Timur terhadap klinik Jemadi. Meskipun, diketahui bahwa komunikasi pemasaran melalui Instagram cukup berperan baik dalam meningkatkan minat berobat di klinik,, akan tetapi peneliti menyarankan agar Klinik Jemadi melakukan evaluasi dalam pemanfaatan Instagram agar lebih aktif lagi untuk meng-update story dan feeds, serta lebih fast response.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Instagram, Minat.

A. PENDAHULUAN

Era teknologi yang bergerak cepat telah mengubah banyak aspek kehidupan masyarakat secara drastis. Pertumbuhan digital memiliki efek positif dan negatif tergantung bagaimana penerapannya dan bagaimana persyaratan yang dipenuhi. Hasil jajak pendapat Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan pada tahun 2021 hingga 2022 pengguna internet di tanah air akan mencapai 210,03 juta orang. Menurut data dari We Are Social, pengguna aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada bulan April tahun 2022. Indonesia menduduki peringkat ke empat dari delapan Negara pengguna Instagram terbanyak (DataIndonesia.id, diakses pada 08 November 2022). Pemanfaatan Instagram juga diketahui tidak hanya sebagai wadah untuk memperkenalkan diri sendiri atau aktivitasnya kepada para pengikut, namun banyak pula yang menggunakan Instagram sebagai wadah untuk promosi. Baik itu promosi usaha sendiri, promosi usaha orang lain (*endorse*), dan lain sebagainya. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh seorang pemilik usaha melalui media sosial merupakan bentuk dari inovasi digitalisasi dalam hal pemasaran. Faktanya, komunikasi dalam suatu pemasaran memang tidak akan dapat dipisahkan. Salah satu jenis usaha yang bergerak pada bidang Kesehatan, yaitu Klinik Jemadi juga turut memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media dalam

komunikasi pemasaran. Meskipun bergerak pada bidang Kesehatan, akan tetapi manfaat yang diberikan Instagram dapat pula dirasakan oleh Klinik Jemadi ini.

B. LANDASAN TEORI

1. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan informasi atau komunikasi yang berhasil antara dua orang atau lebih sehingga dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat. Ada banyak perbedaan cara untuk mengkategorisasikan berbagai bentuk komunikasi, tetapi sebenarnya hanya ada tiga kategori utama yang dapat dibuat berdasarkan cara penyampaiannya: verbal, non-verbal dan vokal. Ada dua fokus utama bisnis adalah pemasaran dan produksi. Pemasaran dulunya merupakan interaksi satu arah, tetapi dengan penggunaan dan dampak media sosial, hal itu semakin menjadi keterlibatan dua arah. Willian J. Stanton dalam M. Mursid (2010:26) menjelaskan pemasaran sebagai suatu sistem menyeluruh yang terkait dengan kegiatan bisnis yang berusaha merencanakan, menetapkan harga, mengiklankan, dan menyebarluaskan produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan.

Komunikasi adalah proses pengiriman pesan-pikiran atau informasi pengirim kepada penerima melalui sarana sehingga mereka dapat memahami apa yang coba dikatakan oleh pengirim. Sementara itu, pemasaran adalah kumpulan kegiatan di mana bisnis atau organisasi lain memperdagangkan nilai dengan klien mereka terkait produk, layanan, dan ide mereka (Anang Firmansyah, 2020:3). Menurut Philip Kotler dan Gery Armstrong (2010:94) berpendapat bahwa, bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Marketing mix terdiri dari 4 (empat) komponen yang biasanya disebut 4P, yaitu:

- a) *Product* (produk), berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
- b) *Price* (harga) adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.
- c) *Place* (tempat) meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.
- d) *Promotion* (promosi) berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

2. Internet

Internet adalah singkatan dari Interconnected Networking yang apabila diartikan dalam bahasa Indonesia berarti rangkaian komputer yang terhubung didalam beberapa rangkaian jaringan. Internet merupakan salah satu hasil dari kecanggihan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi buatan manusia. Pada tahap awal pertumbuhannya, internet di Indonesia tampak lebih bersifat pribadi dan bisnis. Penggunaan setiap tindakan adalah untuk perdagangan internet global. Sementara itu, beberapa pengguna internet Indonesia telah menggunakan CIX dan Compuserve untuk menjangkaunya pada tahun 1988.

3. Media Sosial

Media sosial berfungsi sebagai platform untuk keterlibatan sosial dan dialog sosial dalam rangkaian yang tidak pernah berakhir. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010:56–57), media sosial mengacu pada kumpulan program berbasis web yang memperluas dasar-dasar konseptual dan teknis Web 2.0 dan mengizinkan produksi dan berbagi konten buatan pengguna. Media sosial, yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya, memungkinkan

pengguna untuk bergabung, berbagi, dan menghasilkan materi dengan mudah. Platform media sosial paling populer yang digunakan oleh individu di seluruh dunia adalah blog, jejaring sosial, dan wiki.

Media sosial telah berkembang pesat dalam pertumbuhannya dan kini dapat bersaing dengan media klasik atau konvensional seperti media cetak, radio, dan televisi. Manfaat ini dimungkinkan karena media sosial tidak membutuhkan staf yang besar, investasi yang besar, atau terkendala oleh infrastruktur keluaran yang besar, seperti kantor, gedung, dan peralatan pelaporan lainnya. Media sosial yang biasanya dimiliki oleh orang-orang tersebut dapat tumbuh dengan kreatifitas orang tersebut dan dapat dikelola agar dapat diterima oleh masyarakat atas apa yang telah dibuat.

4. Instagram

Secara istilah Instagram diambil dari kata “Insta” yang berasal dari kata “Instan”. Nama ini diambil dari kamera polaroid di mana merupakan kamera instan yang langsung jadi seketika. Sedangkan kata “gram” diambil dari kata “Telegram” yang mampu mengirim informasi secara cepat. Instagram adalah media sosial untuk berbagi foto dan video. Instagram biasanya juga disebut dengan singkatan IG. Menurut Wikipedia, Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Pengertian Instagram juga disampaikan oleh Atmoko (2012:3), bahwasanya instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Pertumbuhan dan modifikasi Instagram terkadang berdampak signifikan pada kehidupan sehari-hari. Platform media sosial seperti Instagram digunakan lebih dari sekadar keterlibatan dan percakapan, termasuk berbagi gambar dan video. Instagram adalah alat terbaru yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi semua orang.

5. Minat Masyarakat

Minat adalah alat psikologis yang terdiri dari ramuan emosi, harapan, keyakinan, prasangka, ketakutan, atau sifat lain yang mempengaruhi orang untuk membuat keputusan tertentu. Menurut Meity (2014:66), minat merupakan sesuatu yang sangat penting bagi seseorang untuk dapat melakukan aktivitas dengan baik. Dari perspektif psikologis, minat tidak hanya memengaruhi perilaku seseorang, tetapi juga memotivasi mereka untuk terlibat dalam aktivitas, memperhatikan, dan menjadi sukarelawan untuk mereka. Adalah tepat untuk mendefinisikan minat sebagai "kecenderungan dan antusiasme yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu" berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut di atas.

Minat dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor antara lain sebagai berikut menurut Abdurrahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, 2004:

- a) Dorongan motivasi diri, seperti keinginan untuk mengkonsumsi, yang dapat menimbulkan minat untuk bekerja, mencari uang, produksi makanan, dan lain-lain.
- b) Motivasi sosial dapat menjadi faktor yang memicu minat untuk melakukan aktivitas tertentu. Misalnya, minat pada pakaian dapat dipicu oleh keinginan untuk mendapatkan perhatian dan dukungan dari orang lain.
- c) Faktor emosional. Minat dan emosi terkait erat; jika seseorang berhasil dalam sesuatu, itu akan membuat mereka merasa senang, yang akan meningkatkan minat mereka; jika mereka gagal, minat mereka terhadapnya akan berkurang.

6. Penelitian Terdahulu

1. Peranan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online. (**Kelly Agatha S, 2015. Universitas Sumatera Utara**). Peranan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran

pada bisnis online Flosablee sangat besar dan memberikan dampak positif. Proses komunikasi pemasaran beserta baurannya dapat berjalan secara efektif dan efisien, meskipun ada salah satu unsur dari bauran tersebut yang tidak dapat dilakukan dengan memanfaatkan Instagram. Berdasarkan penelitian ini juga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hambatan yang ditemui si pemilik online shop selama memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran produk-produknya. Instagram selalu memperbarui segala fitur yang ada agar menjadi lebih menarik dan menguntungkan para penggunanya.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di Road Coffee Jalan Marelan Pasar III Barat. (**Doni Kusuma, 2022. Universitas Dharmawangsa Medan**). Strategi komunikasi pemasaran Road Coffee melalui media Instagram dalam meningkatkan jumlah pelanggan berjalan dengan baik dengan menerapkan 5 hal penting yaitu: (1) Melakukan periklanan (advertising); (2) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan (public relation); (3) Melakukan penjualan pribadi (personal selling); (4) Membuat promosi penjualan seperti pengurangan harga (discount); dan (5) Melakukan penjualan secara langsung. Akan tetapi, Road Coffee memiliki hambatan dalam proses penyampaian pesan di story dan feed Instagram.
3. Pengaruh Komunikasi Pemasaran dalam Upaya Mendukung Strategi Pemasaran Rumah Sakit: Literatur Review. (**Amelia Rizki Alrianti, dan Yaslis Iliyas. Universitas Indonesia, 2022**). Studi ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran rumah sakit, melalui implementasi elemen-elemen bauran komunikasi pemasaran seperti periklanan, hubungan masyarakat, penjualan secara langsung, word of mouth, direct marketing, dan promosi penjualan. Elemen komunikasi pemasaran tersebut dapat membantu para manajer pemasaran rumah sakit dalam meningkatkan program-program strategi pemasaran rumah sakit untuk meningkat citra brand rumah sakit.
4. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. (**Puguh Kurniawan, 2017. Universitas Trunojoyo Madura, Jurnal Kompetensi, Vol 11, No.2**). Peran dari instagram sebagai media promosi yang dinilai efektif oleh masyarakat pemilik Batik burneh, kedua instagram berperan sebagai media komunikasi antara Batik burneh dengan pelanggannya. Ketiga instagram tersebut berperan sebagai wadah untuk mencari pelanggan dan terakhir instagram memberikan dampak kepada peningkatan penjualan pada batik burneh.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian yang hendak dilakukan ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis, desain atau rancangan penelitian yang biasa digunakan untuk meneliti objek penelitian yang alamiah atau dalam kondisi riil dan tidak diatur atau *setting* seperti pada eksperimen (Sugiyono, 2018:213). Artinya, hasil penelitian nantinya akan dideskripsikan sesuai dengan apa yang ditemukan di lapangan selama riset. Dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini, penulis menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisa data yang dipakai dalam penelitian ini ada teknik analisa data yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman Punch dalam Sugiyono (2016:247) menyatakan bahwa strategi ini terdiri dari tiga bagian, yaitu:

- a) Reduksi data adalah cara paling umum dipakai untuk memilih informasi, mengkarakterisasi, mengkoordinasikan, membuang yang berlebihan dan menyusun informasi sehingga tujuan terkonfirmasi.
- b) Penyajian data adalah semua informasi yang diperoleh, baik dari wawancara, dokumentasi dan lain-lain akan diselidiki sesuai hipotesis yang digambarkan sebelumnya.

- c) Penarikan kesimpulan adalah penggambaran yang sudah selesai dari objek yang diteliti dan disusun dalam struktur yang tepat pada penyajian data.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi pemasaran merupakan sebuah wadah yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk memberikan informasi bertujuan untuk membujuk dan mengingatkan konsumen tentang produk ataupun merek yang perusahaan jual baik secara langsung maupun tidak langsung (Kotler dan Keller, 2009). Pada Klinik Utama Rawat Jalan Jemadi, komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media Instagram terdiri atas beberapa poin yakni:

1. Melakukan Periklanan

Periklanan adalah penggunaan suatu media untuk memberitahukan kepada konsumen tentang sesuatu dan mengajak mereka melakukan sesuatu. Dari pandangan seorang konsumen, iklan merupakan suatu sumber informasi maupun sebuah hiburan. Klinik Jemadi memanfaatkan Instagram untuk melakukan periklanan kepada masyarakat.



Gambar 1. Iklan Kartu Brizzi Klinik Jemadi

(Sumber: @klinikjemadiofficial, 2022)

Iklan yang ada di atas adalah sebuah informasi yang bersifat ajakan kepada masyarakat untuk segera mengaktifkan *Brizzi Card* laboratorium klinik Jemadi agar mendapatkan *cashback* ketika melakukan pengobatan di klinik Jemadi. Iklan di atas meski tidak dapat dikatakan efektif 100%, akan tetapi upaya untuk menarik minat masyarakat tersebut berusaha untuk dilakukan oleh klinik Jemadi melalui akun Instagramnya. Menurut informasi dari informan penelitian, dengan adanya iklan ini membuat pasien klinik Jemadi banyak yang sudah membuat kartu brizzi.

2. Promosi Biaya Pelayanan

Komunikasi pemasaran yang berikutnya dilakukan oleh klinik Jemadi melalui akun Instagramnya ialah promosi biaya pelayanan. Di zaman ini siapakah masyarakat yang tidak menyukai promosi atau potongan harga? Tentu saja setiap orang akan selalu menyukai sebuah promo.



Gambar 2. Promosi Klinik Jemadi

(Sumber: @klinikjemadiofficial, 2022)

Gambar yang ada di atas menunjukkan bagaimana klinik Jemadi menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke klinik Jemadi. Memberikan potongan harga (discount) hingga 25%-30% diketahui cukup memberikan dampak yang bagus bagi klinik tersebut. Promosi di atas menurut informasi yang peneliti dapatkan diberikan pada bulan Maret tahun 2022 dimana sedang tingginya kasus Covid-19 di kota Medan. Semua orang yang bepergian harus memastikan mereka bebas dari virus Covid-19 dengan cara melakukan test Antigen atau swab PCR. Pada saat *discount* harga tersebut dibuat, diketahui jumlah pasien yang berobat dan menggunakan jasa klinik Jemadi untuk test Antigen dan swab PCR bertambah naik hingga 379 orang.

3. Hubungan Masyarakat

Sebagai upaya menjaga dan mempererat hubungan kepada masyarakat, klinik Jemadi memanfaatkan Instagram sebagai wadah berkomunikasi tanpa ada batas. Selain itu, Instagram @klinikjemadiofficial tetap memberikan edukasi melalui postingannya yang membuat masyarakat merasa diperhatikan dan diingatkan oleh bahaya suatu penyakit.



Gambar 3. Edukasi Bahaya Gigitan Nyamuk

(Sumber: @klinikjemadiofficial, 2022)

Gambar yang ada di atas merupakan salah satu postingan pada Instagram @klinikjemadiofficial yang mengedukasi masyarakat tentang bahaya gigitan nyamuk yang dapat menyebabkan berbagai jenis penyakit apabila tidak segera ditangani. Bahkan apabila ada masyarakat yang kurang puas dengan penjelasan pada *caption* Instagram, klinik Jemadi memberikan konsultasi secara gratis via Telemedicine klinik Jemadi. Hal tersebut dilakukan agar tetap menjaga hubungan baik dan dekat dengan masyarakat.

4. Pemasaran Langsung

Sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan, klinik Jemadi juga melakukan pemasaran secara langsung kepada masyarakat. Pemasaran secara langsung yang dilakukan oleh klinik Jemadi adalah dengan membuka layanan *drive thru* dan *home service*.



Gambar 4. Kegiatan Swab *Home Service*
(Sumber: @klinikjemadiofficial, 2022)

Layanan *drive thru* dan *home service* yang dilihat pada gambar di atas adalah bentuk pemasaran secara langsung klinik Jemadi kepada masyarakat agar tetap melayani masyarakat meski tidak berada pada lokasi klinik Jemadi yang berada di Jalan Jemadi, kota Medan.

Pelayanan yang diberikan oleh para tenaga kesehatan klinik Jemadi kepada masyarakat bertujuan untuk membangun *feel trust* (kepercayaan) masyarakat terhadap klinik Jemadi. Sehingga dengan kepercayaan tersebut, minat masyarakat untuk berkunjung ke klinik Jemadi akan semakin meningkat dan memberikan *feedback* positif bagi kemajuan klinik Jemadi. Peningkatan jumlah pasien yang menggunakan layanan yang ada di klinik Jemadi selama setahun semenjak menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran cukup memberikan peran yang berdampak baik untuk kemajuan klinik Jemadi tersebut. Jumlah pengikut di Instagram yang juga terus bertambah menjadi bukti bahwa Instagram cukup berperan membangun minat masyarakat Kec. Medan Timur terhadap klinik Jemadi.

Klinik Utama Rawat Jalan Jemadi memang telah berdiri dan beroperasi selama 27 tahun. Akan tetapi, klinik ini memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran belum terlalu lama, sehingga pasti ada yang menjadi kekurangan atau kendala dalam penggunaan Instagram tersebut. Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari beberapa informan penelitian, terdapat beberapa hambatan yang dialami oleh klinik Jemadi dalam menggunakan Instagram adalah tidak terlalu aktif dalam menyuguhkan konten pada *story* dan *feeds* Instagram. Beberapa hal tersebut dapat terlihat dari jumlah seluruh postingan @klinikjemadiofficial selama setahun semenjak dibuat baru sebanyak 83 postingan. Artinya, setiap bulannya postingan klinik Jemadi hanya berkisar 6 atau 7 postingan saja.

Sebagai wadah promosi sekaligus komunikasi pemasaran secara online, keaktifan pemilik usaha pada Instagram dapat menjadi sebuah nilai tambah. Karena untuk menciptakan *brand awareness* dan *interest* (minat) dari masyarakat adalah terlihat dari bagaimana komunikasi yang terus berlangsung dan direspon oleh para pengikutnya di Instagram. Apalagi klinik Jemadi hanya menggunakan Instagram dan website sebagai media promosinya kepada masyarakat luas. Lalu jika masih kurang aktif tentu akan menimbulkan keraguan bagi masyarakat luas terlebih-lebih masyarakat yang ada di Kec. Medan Timur.

Hambatan yang kedua ialah postingan @klinikjemadiofficial yang berisi tentang edukasi suatu penyakit tidak terlalu dijelaskan secara mendetail pada *caption* atau foto yang diupload ke Instagram tersebut. Klinik Jemadi selalu menghimbau masyarakat yang ingin mengetahui lebih jelas untuk menghubungi klinik Jemadi secara personal. Meski tidak memungut biaya apa-apa, akan tetapi tidak semua orang tertarik untuk melanjutkan rasa penasarannya secara personal (malas bertanya). Karena bisa saja mereka menemukan edukasi tersebut secara lengkap pada Instagram klinik yang lain tanpa harus menghubungi klinik yang bersangkutan. Oleh karena itu, postingan yang menyampaikan edukasi atau informasi yang kurang lengkap sebaiknya menjadi koreksi yang dapat dipertimbangkan oleh klinik Jemadi dalam menggunakan Instagram sebagai wadah komunikasi pemasaran kepada masyarakat Kec. Medan Timur.

E. KESIMPULAN

Klinik Utama Rawat Jalan Jemadi memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dengan menerapkan 4 (empat) jenis bauran pemasaran yang terdiri atas iklan, promosi biaya pelayanan, hubungan masyarakat, serta pemasaran secara langsung. Komunikasi pemasaran yang dilakukan Klinik Utama Rawat Jalan Jemadi melalui Instagram cukup memberikan peran yang baik terhadap peningkatan minat masyarakat di Kecamatan Medan sehingga mereka memutuskan untuk menggunakan jasa pelayanan di Klinik Jemadi.

Hambatan yang dialami oleh Klinik Utama Rawat Jalan Jemadi dalam komunikasi pemasaran melalui Instagram adalah Klinik Jemadi kurang *up to date* dan kurang informatif. Instagram Klinik Jemadi tersebut tidak membagikan postingan setiap hari atau tidak terjadwal. Sehingga akan menyebabkan keraguan dan kurang ketertarikan pada beberapa orang yang ingin mengetahui dan mengenal Klinik Jemadi melalui Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi dan Hermawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Afriani, Umma Farihah. (2011). *Strategi Rown Division Dalam Memanfaatkan Media Jejaring Sosial Facebook Sebagai Sarana Promosi Secara Online*.
- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Andres Kaplan & Michael Haenlein. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Arifin, Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: ARMICO.

- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Carah, N., & Shaul, M. (2016). *Brands and Instagram: Point, tap, swipe, glance. Mobile Media and Communication*.
- Harold D. Lasswell. (2009). *Structure An Function of Communication in Societ* dalam Wilbur Schramm (Ed).
- Harman Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Jan, H. Kietzmann, dkk. (2011). *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*. Business Horizons.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2010). *Prinsip Of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Krisyantono. (2018). *Public Relations Writing*. Jakarta: Prenadamedia.
- Michael Cross. (2013). *Pengertian Media Sosial Secara Istilah*. Bandung. Refika Aditama.
- M. Mursyid. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- M. Anang Firmansyah, S.E, M.M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Priansa, Doni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media. Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.
- Varinder & Kanwar, Priya. (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing.

Sumber online:

<https://bit.ly/3ViqSvD>. Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia. Diakses 08 November 2022.

<https://bit.ly/3FnADTH>. Kenapa Instagram Cocok Untuk Digital Marketing. Diakses 09 November 2022.

<https://bit.ly/3uqbSQp>. Pengertian Internet Menurut Para Ahli Dalam Bukunya Tahun 2010.
Diakses 19 November 2022.

<https://bit.ly/3VQauSR>. Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll.
Diakses 20 November 2022

<https://www.instagram.com/klinikjemadiofficial>. Instagram @klinikjemadiofficial.

