

**Supplement**

***Instagram Optimization as Hospital Digital Marketing Tool***

**Optimalisasi Instagram sebagai Sarana Pemasaran Digital**

Dina Nofitria Rahayu<sup>1</sup>, Anang Imam Massa Arif<sup>2</sup>, Nikma Fitriasari<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Master Program in Hospital Management Faculty of Medicine Universitas Brawijaya Malang

<sup>2</sup>RSI Orpeha Tulungagung

**ABSTRACT**

*Social media, one of which is Instagram, has been proven effective as a hospital marketing medium. A private hospital in Tulungagung Regency has had an Instagram account for four months but has not been well managed. As a result, the account does not function optimally and reflect digital marketing facilities. Based on this condition, the researchers aimed to analyze the ways to optimize Instagram as a hospital digital marketing tool. The method used was experimental research with pre- and post-experimental design without control in a private hospital in Tulungagung Regency in October 2021. The unit analyzed was the hospital marketing department. Two interventions were implemented, providing digital marketing training through Instagram and optimizing the hospital's Instagram management. The knowledge instrument was measured using a questionnaire, and the Instagram management instrument was measured by examining Instagram Insights. The results showed that Instagram training and management could optimize the use of Instagram as a hospital digital marketing tool. Knowledge about Instagram and activity increased after training and management on Instagram had been implemented. Yearly, monthly, and daily schedule preparation needs to be implemented to increase marketing optimization. The absence of a dedicated settle team in charge of managing the Instagram account makes the implementation challenging to evaluate. A team specifically addressing hospital social media will be able to focus the work and improve the management, so digital marketing through social media can be optimized.*

**Keywords:** Digital marketing, Instagram, optimization

**ABSTRAK**

Media sosial terbukti efektif sebagai media pemasaran rumah sakit. Instagram merupakan yang banyak digunakan dalam media sosial. Sebuah Rumah Sakit swasta di Kabupaten Tulungagung telah memiliki akun Instagram selama 4 bulan namun belum dikelola sehingga berjalan tidak optimal dan tidak bisa mencerminkan sarana pemasaran digital. Berdasarkan kondisi ini peneliti ingin menganalisis bagaimana mengoptimalkan Instagram sebagai sarana pemasaran digital rumah sakit. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian eksperimental dengan desain *pre* dan *post* experimental *without control* di sebuah rumah sakit swasta di Kabupaten Tulungagung pada bulan Oktober 2021. Unit yang dianalisis adalah bagian Pemasaran rumah sakit. Dilakukan dua intervensi yaitu pemberian pelatihan pemasaran digital melalui Instagram dan melakukan optimalisasi pengelolaan Instagram rumah sakit. Instrumen pengetahuan diukur menggunakan kuesioner dan instrumen pengelolaan Instagram diukur dengan melihat "Insight" Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan dan pengelolaan Instagram dapat mengoptimalkan pemanfaatan Instagram sebagai sarana pemasaran digital rumah sakit. Terdapat peningkatan pengetahuan dan aktivitas Instagram setelah pelatihan dan pengelolaan Instagram diimplementasikan. Penyiapan *yearly schedule*, *monthly schedule* dan *daily schedule* perlu dilaksanakan dalam meningkatkan optimalisasi pemasaran. Tidak adanya tim khusus yang bertugas di satu tempat untuk mengelola Instagram menyebabkan implementasi tidak mudah dievaluasi. Tim yang bekerja khusus mengelola sosial media rumah sakit akan mampu memfokuskan pekerjaan dan meningkatkan pengelolaannya sehingga pemasaran digital melalui sosial media dapat dioptimalkan.

**Kata Kunci:** Instagram, optimalisasi, pemasaran digital

Correspondence: Dina Nofitria Rahayu. Master Program in Hospital Management Faculty of Medicine Universitas Brawijaya Malang, Jl. Veteran Malang Tel. +6281556484986 Email: [flodiohusada@gmail.com](mailto:flodiohusada@gmail.com)

DOI: [http://dx.doi.org/10.21776/Article\\_in\\_Press](http://dx.doi.org/10.21776/Article_in_Press)