

**PERAN PENGGUNAAN INSTAGRAM PERUMDA TIRTA MUSI  
SEBAGAI MEDIA INFORMASI PELANGGAN**

***THE ROLE OF USING PERUMDA TIRTA MUSI'S INSTAGRAM AS A  
CUSTOMER INFORMATION MEDIUM***

**Isnawijayani<sup>1</sup>, Julia Nikita Safrina<sup>2</sup>, Rahma Santhi Zinaida<sup>3</sup>**

Pasca Sarjana, Universitas Bina Darma<sup>1</sup>

Ilmu Komunikasi, Pasca Sarjana, Universitas Bina Darma<sup>2,3</sup>

<sup>1</sup>isnawijayani@binadarma.ac.id; <sup>2</sup>julianikita17@gmail.com; <sup>3</sup>rahmasanthi@binadarma.ac.id

**ABSTRACT**

*Instagram is a social media that is used by its users as a social resource for sharing information in the form of photos, videos, and captions. One of the companies that has Instagram is Perumda Tirta Musi Palembang. With Instagram, customers can easily get the information, required in a complete and practical manner. The problem identified is the role of using Perumda Tirta Musi's Instagram as customer information. Where the data collection technique in this study used observation, documentation, and interview data. The data used were analyzed qualitatively. The result of this study indicates that Perumda Tirta Musi Palembang's Instagram social media provides convenience benefits for providing as well as media information for Perumda Tirta Musi's Customers.*

**Keywords:** Role, Perumda Tirta Musi's Instagram, Customer Information Media.

**ABSTRAK**

Instagram adalah media sosial yang digunakan oleh penggunanya sebagai sumber daya social untuk berbagi informasi berupa gambar, foto, video dan caption. Salah satu perusahaan yang memiliki Instagram adalah Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Tirta Musi Kota Palembang. Dengan adanya Instagram, maka pelanggan bisa dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara lengkap dan praktis. Masalah yang diidentifikasi adalah bagaimana peran penggunaan Instagram Perumda Tirta Musi sebagai media informasi pelanggan. Dimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang digunakan dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media social instagram Perumda Tirta Musi memberikan manfaat kemudahan untuk memberikan serta menjadi media informasi bagi pelanggan Perumda Tirta Musi Palembang.

**Kata Kunci:** Peranan, Instagram Perumda Tirta Musi, Media Informasi Pelanggan

**1. PENDAHULUAN**

Saat ini segala aspek kehidupan bersinggungan dengan kecanggihan teknologi. Teknologi hadir diberbagai bidang tergantung kebutuhan masyarakat. Dari berbagai macam jenis teknologi salah satunya yakni pada teknologi bidang informasi yang berkembang saat ini adalah internet. Internet merupakan sebuah teknologi informasi yang mampu menghubungkan banyak orang dan informasi dari mana saja didunia. Internet dapat bermanfaat sebagai media pendidikan, penelitian, penyebaran informasi, bisnis, aktivisme politik, hiburan, penerbitan dan lain –lain. Teknologi tersebut membantu orang berkomunikasi satu sama lain dan menggunakan perangkat tertentu. Beberapa contoh teknologi komunikasi adalah aplikasi email, smartpone, SMS serta jejaring social (media social).

Media social adalah platform yang digunakan oleh banyak orang saat ini, terutama untuk berinteraksi, mengumpulkan dan berbagi informasi secara luas dan cepat menggunakan teknologi yang diciptakan oleh Internet. Selama ini jejaring social menjadi populer bagi semua orang, hal ini menyebabkan munculnya jejaring social baru yang memungkinkan orang bebas memilih jejaring social mana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya adalah kepuasan informasi.

Salah satu media sosial yang saat ini sangat populer adalah Instagram. Instagram berasal dari kata “instant” dan “gram”, “instant” mengacu pada kemampuan untuk menampilkan gambar dengan mudah dan “instant” dengan tampilan hampir seperti Polaroid, membuat Instagram sangat menarik bagi para penggunanya. “Gram” mengacu pada aktivitas jejaring sosial Instagram yang dapat dengan cepat berbagi informasi Atmoko (2012:28). Kebutuhan akan informasi merupakan hal yang terpenting bagi masyarakat saat ini, permasalahannya adalah ketika kebutuhan akan informasi tidak terpuaskan. Manusia mengandalkan informasi untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda seperti menambah pengetahuan, meningkatkan keterampilan, mengurangi ketidakpastian, mencapai kepuasan dan lain-lain.

Salah satu perusahaan yang memiliki Instagram adalah Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Tirta Musi Kota Palembang. Dengan adanya Instagram, maka pelanggan bisa dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara lengkap dan praktis. Instagram mempermudah perusahaan dan pelanggan dalam berkomunikasi karena cukup menghemat waktu dan lebih fleksibel dalam pemberian informasi pada pelanggan. Dari latar belakang tersebut peneliti merasa tertarik melakukan penelitian mengenai “Peran Penggunaan Instagram Perumda Tirta Musi Sebagai Media Informasi Pelanggan”. Penelitian ini dirasa sangat perlu mengingat banyak pelanggan yang menggunakan Instagram untuk mencari dan mendapatkan informasi terkait suatu hal. Dan hal ini juga bisa menjadi referensi perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas layanan dan mempercepat dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Sehingga dapat mencapai salah satu misi Perumda Tirta Musi Palembang yaitu mengutamakan kepuasan / kebahagiaan pelanggan dengan pelayanan yang lancar, aman, lengkap, tertib dan bertanggung jawab sehingga menjadi kebanggaan masyarakat dan pemerintah. Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah bagaimana peran penggunaan Instagram Perumda Tirta Musi sebagai media informasi pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis peran penggunaan Instagram oleh Perumda Tirta Musi sebagai sarana informasi pelanggan termasuk beberapa tujuan lainnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kurangnya Interaksi dengan pelanggan melalui kolom komentar di Instagram Perumda Tirta Musi
2. Untuk mengetahui dan menganalisis belum adanya content sesi tanya jawab atau kuis untuk menarik minat pelanggan atau followers Instagram Perumda Tirta Musi pada
3. Untuk mengetahui dan menganalisis terkait belum maksimalnya penggunaan fitur Insta Stories pada Instagram Perumda Tirta Musi
4. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor penghambat dalam penyampaian informasi kepada pelanggan Perumda Tirta Musi melalui media sosial Instagram

Adapun beberapa jurnal penelitian terdahulu yang pertama adalah jurnal penelitian Jurnal Penelitian Andhika Noerand Prayoga dan Berlian Primadani (2020). Penelitian ini

melihat bagaimana anggota @vespasoy mengimplementasikan penggunaan media sosial Instagram sebagai sumber informasi dengan mengkaji pembentukan kognitif yang terjadi sesuai dengan itu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana jejaring sosial Instagram digunakan sebagai media untuk menginformasikan tentang sparepart Vespa lama di akun Instagram @vespasoy oleh followers dengan mengkaji perubahan persepsi yang terjadi saat melihat @Instagram. Akun sebagai media informasi tentang vespa tua. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa followers akun @vespasoy yang menggunakan jejaring sosial Instagram sebagai sumber informasi akan melihat perubahan persepsi ketika menganggap akun Instagram @vespasoy sebagai sumber informasi tentang Vespa lama setelah menerima informasi'. dari akun Instagram @vespasoy.

Kedua adalah jurnal Penelitian Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit dimana pada penelitian ini Kajian Media Sosial Instagram sebagai media informasi pendidikan menjelaskan fenomena media sosial yang digunakan sebagai sumber edukasi ibu muda, tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang mengiringi lahirnya internet. Secara historis, ibu-ibu muda menitikberatkan pada pengalaman orang tua terdahulu dalam membesarkan, mengasuh dan mendidik anaknya. Kini informasi edukasi tentang parenting telah bergeser dari media offline ke platform online. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori uses & gratification dimana teori ini merupakan salah satu teori komunikasi yang berfokus pada komunikasi sosial. Teori ini awalnya berfokus pada motif penonton dan kemudian menganalisis pesan dan system sosial (Mehrad & Tajer 2016). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian fenomenologi. Subyek penelitian adalah seorang ibu muda follower akun Instagram @parentalk.id. Subyek penelitian ini adalah aliran informasi pada masa penerapan media baru yaitu publikasi akun Instagram @parentalk.id. Menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana edukasi khususnya pembelajaran tentang parenting, untuk mendapatkan informasi tentang parenting dari followers akun instagram @parentalk.id menghasilkan respon kognitif (informasi), afektif (emosional) dan perilaku (action) terhadap tontonan dan Search. untuk berita. akun Instagram @parentalk.id.

Jurnal yang ketiga adalah jurnal Penelitian Difa Nurhasna Ayutiani & Berlian Primadani Satria Putri (2018). Tujuan penelitian "Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner (Studi Etnografi Virtual Efek Akun @Kulinerbandung)" adalah untuk mengetahui bagaimana followers menggunakan akun Instagram @Kulinerbandung untuk melihat suatu akun sebagai referensi kuliner berdasarkan basis kognitif, afektif, menciptakan dan tanggapan perilaku menurut Steven M. Chaffee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual. Etnografi virtual ini adalah model metodologi penelitian Internet yang diarahkan pada tanggapan individu terhadapnya. Budaya yang terkandung dalam internet dapat diperluas menggunakan perspektif etnografi dengan mengkonstruksi teknologi tersebut dalam konteks fenomena sosiokultural yang dikandungnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana penggunaan akun Instagram @Kulinerbandung menghasilkan atau mengubah respon kognitif, afektif, dan perilaku. Wawancara mendalam, observasi, dan dokumen secara online dan offline digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian ini adalah perubahan respon kognitif, yaitu. pelanggan menerima informasi dan manfaat dari akun @Kulinerbandung. Setelah menerima informasi dan manfaat, pelanggan juga mengalami reaksi emosional yaitu perasaan atau perubahan emosional setelah melihat postingan dari akun @Kulinerbandung, setelah menerima respon emosional, terjadi respon perilaku, hingga mengetahui cara melakukan kunjungan kuliner dan pemberitahuan. Anda kembali setelah melihat postingan akun @Kulinerbandung.

Sibernetika merupakan cabang dari teori sistem yang memfokuskan diri pada putaran timbal balik dan proses-proses kontrol. Dengan menekankan pada kekuatan-kekuatan yang tidak terbatas, sibernetika menantang pendekatan linier yang menyatakan bahwa satu hal dapat menyebabkan hal lainnya. Konsep ini mengarahkan kita pada pertanyaan tentang bagaimana sesuatu saling memengaruhi satu sama lainnya dalam cara yang tidak berujung, bagaimana sistem mempertahankan kontrol, bagaimana mendapatkan keseimbangan, serta bagaimana putaran timbal balik dapat mempertahankan keseimbangan dan membuat perubahan.

Media baru atau media baru adalah istilah umum untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011: 148). Media baru berkembang dari berbagai penyempurnaan media lama yang sudah tidak relevan lagi dengan perkembangan teknologi saat ini. Media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku tidak hanya sekarat tetapi sedang diubah dan disesuaikan dengan bentuk media baru. Flew mendefinisikan media baru yang menekankan pada bentuk konten media campuran dan kesatuan data, teks, suara, gambar, dan lainnya. dalam bentuk digital. Sistem distribusi dilakukan melalui Internet. Saat ini, berkat Internet, sangat mudah bagi orang untuk menggunakan alat komunikasi baru.

Internet memungkinkan pengguna komputer di seluruh dunia untuk berkomunikasi dan bertukar informasi dengan mengirim email, menghubungkan ke komputer lain, mengirim dan menerima file, mendiskusikan topik tertentu di newsgroup, dll. Sejarah Internet dimulai dengan ARPANet, proyek Departemen Pertahanan Amerika Serikat. Pada tahun 1969, dilakukan penelitian tentang cara menghubungkan komputer dengan komputer lain atau membuat jaringan. Pada tahun 1970, mereka menghubungkan lebih dari 10 komputer dalam satu jaringan. Kemudian, pada tahun 1973, pengembangan ARPANet dimulai di luar Amerika Serikat. Jaringan ini akan terus berkembang di tahun-tahun mendatang. Dengan banyaknya komputer yang terhubung, protokol resmi diperlukan untuk menghubungkan semua komputer dan jaringan pada tahun 1982 dan TCP/IP dibentuk.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi internet juga semakin maju. Karena Internet juga memiliki fungsi yang lebih sempit pada awal fungsi pembentukan Internet, fungsi ini hampir tidak dapat disebut satu per satu, tetapi secara umum fungsi Internet dapat kelompok menjadi banyak. Selain fungsi email, Internet juga menawarkan layanan obrolan, yang disebut ruang obrolan Internet. Fitur Internet lainnya adalah Usenet, sebuah forum bagi pengguna Internet untuk bertukar informasi dan ide tentang suatu topik melalui papan buletin elektronik.

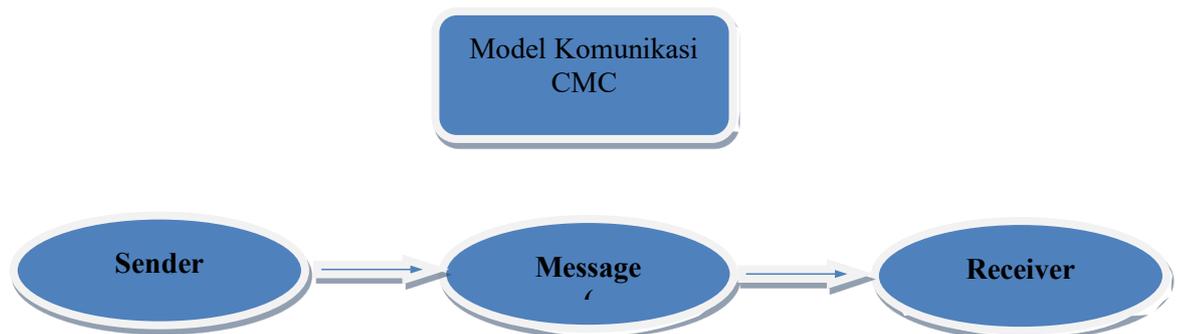
Media sosial menjadi semakin menarik dan menarik perhatian masyarakat Indonesia untuk berkomunikasi satu sama lain. Banyak masyarakat Indonesia, khususnya di perkotaan, yang telah merasakan manfaat dari penggunaan media sosial. Media sosial telah berkembang dari komunikasi satu arah menjadi platform komunikasi dua arah yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi secara aktif (Chou dkk., 2010). Salah satu media sosial yang paling populer adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya di beberapa situs jejaring sosial lainnya. Beberapa jejaring sosial lain yang mendukung berbagi foto dan video dari Instagram adalah Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr, dan Foursquare (Instagram.com, 2014). Foto dan video yang diunggah ke Instagram juga bisa dilihat di sejumlah situs media sosial lainnya.

### 1.2. Landasan Teori)

Teori Computer Mediated Communicated atau yang lebih dikenal dengan CMC adalah teori dimana proses komunikasi manusia melalui penggunaan 2 (dua) atau lebih computer yang melibatkan manusia dalam konteks tertentu. Dalam CMC komunikasi sangat terbatas, bahasa dan tanda yang disampaikan melalui suatu media akan berbeda dengan data dengan bahasa dan tanda yang kita lihat secara langsung. “interaksi melalui CMC meminimalisasikan bahkan menggiangkan konteks yang bersifat *frame*, yang dapat menggambarkan bagaimana sosok atau penampilan, perilaku yang dapat mengontekstualisasikan produksi budaya dari remaja yang sedang berinteraksi.” (Budiargo,2015:126).

Dari pernyataan ini jelas bahwa komunikasi yang dibentuk oleh komputer melampaui berbagai stereotip yang biasanya mempengaruhi interaksi ini. Dalam komunikasi langsung, seseorang harus menerima latar belakang apapun yang menjadi identitas komunikator. Komputer sebagai sarana komunikasi memungkinkan pertukaran pesan yang cepat.

Gambar 1.1 Model Komunikasi CMC



The New Media Theory adalah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang mengklaim bahwa New Media adalah sebuah teori yang berhubungan dengan perkembangan media. Ada dua perspektif dalam teori media baru, yang pertama adalah perspektif interaksi sosial, yang memisahkan media dari kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy melihat World Wide Web (WWW) sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis yang memungkinkan orang untuk mengembangkan orientasi pengetahuan baru dan juga berpartisipasi dalam dunia demokrasi yang lebih interaktif dan kooperatif untuk saling berbagi dan pemberdayaan.

Pendekatan lainnya adalah perspektif inklusi sosial, yang menampilkan gambaran media bukan dalam hal informasi, interaksi atau penyebaran, tetapi dalam hal ritual atau bagaimana orang menggunakan media untuk menciptakan masyarakat. Media massa bukan hanya sarana untuk menyampaikan informasi atau menegaskan kepentingan seseorang, tetapi juga menghubungkan kita dengan suatu bentuk masyarakat dan memberi kita rasa memiliki. Definisi lain mengemukakan bahwa media baru adalah digitalisasi, pengertian pengertian dari zaman teknologi dan ilmu pengetahuan, dari segala sesuatu yang manual menjadi otomatis dan segala sesuatu yang kompleks, agar singkat. Digital adalah metode yang kompleks dan fleksibel, yang menjadikannya elemen fundamental kehidupan manusia. Digitalitas juga selalu berkaitan dengan media, karena media ini merupakan sesuatu yang terus berkembang, dari media lama (lama) hingga saat ini sudah menggunakan media digital (media modern/media baru).

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Ruslan (2006) menyatakan bahwa metode ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang mendalam tentang tuturan, tulisan, dan perilaku yang dapat diamati oleh individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi di lingkungan tertentu yang diteliti. dari perspektif holistik dan komprehensif. Tujuan Penelitian kualitatif melibatkan pemahaman umum tentang realitas sosial dari sudut pandang partisipan. Ketika pemahaman ini tidak ditentukan sebelumnya, tetapi diperoleh dengan menganalisis realitas sosial yang menjadi subjek penelitian, kesimpulan diambil darinya dalam bentuk pemahaman umum tentang fakta tersebut.

Mutmainah (2011) menjelaskan bahwa metode tersebut digunakan dengan alasan bahwa, pertama, dikaji apa yang berada dibalik tindakan tersebut. Kedua, di dalam menghadapi lingkungannya, entitas memiliki strategi bertindak yang tepat sehingga Diperlukan lebih banyak penelitian. Ketiga, penelitian kualitatif memberikan peluang untuk melihat fenomena secara holistik (bersama-sama). Fenomena yang dipelajari merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan karena tindakan yang terjadi merupakan tindakan yang disebabkan oleh banyak faktor yang saling berinteraksi. Adapun jenis penelitian dari metode penelitian kualitatif adalah deskriptif. Menurut Nazir (1988: 63) tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk menghasilkan gambaran atau laporan yang sistematis dan akurat tentang fakta-fakta dan hubungan antara fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan dan menjelaskan peran penggunaan media Instagram oleh Perumda Tirta Musi sebagai media informasi pelanggan dan hambatan penggunaannya.

Penelitian ini tidak mengenal populasi karena hal ini didasarkan pada sifat penelitian kualitatif yang berangkat dari fenomena atau situasi sosial atau perilaku seseorang atau sekelompok orang bahkan kasus. Sehingga sumber data dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yang memfokuskan pada informan-informan terpilih (Syaodih, 2007). Subjek penelitian adalah orang-orang yang bertindak sebagai informan atau sebagai orang yang diamati sebagai sasaran penelitian yang tugasnya memberikan informasi atau menjadi sumber informasi tentang situasi dan kondisi tempat dan tentang penelitian (Moeliono, 1993; Moleong, 2010). Maka dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini karyawan Perumda Tirta Musi dalam hal ini Bagian Sekertaris Perusahaan dimana terdapat Humas dalam strukturalnya serta pelanggan Perumda Tirta Musi yang menggunakan Instagram yang menjadi sasaran pengamatan.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

!	Nama	Keterangan
---	------	------------

1	Informan 1	Asisten Manager Humas
2	Informan 2	Admin Instagram Perumda Tirta Musi
3	Informan 3	Akademisi di Bidang IT
4	Informan 4	Pelanggan PDAM
5	Informan 5	Pelanggan PDAM

*Sumber : Peneliti 2023*

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media baru atau New Media di akhir tahun 1980-an membuat dunia media dan komunikasi terlihat sangat berbeda (Nur Syafitri & Badaruddin Azarkasyi, 2022; Wulandari et al., 2023). Perkembangan media dari media konvensional hingga media baru atau New Media, turut mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia (aspek ekonomi, sosial dan budaya). Kehadiran New Media tidak lepas dari perkembangan teknologi yang sifatnya dinamis. Di era New Media, perubahan bentuk, produksi, distribusi dan konsumsi media terlihat sangat kompleks. Ada beberapa hal yang dapat dipertanyakan terkait perkembangan media konvensional ke media baru, mulai dari audiensnya, genre media dan keterampilan produksi media, institusi media serta kontrol negara atau pemerintah terhadap media. Ni Wayan Priscila Yuni Praditya S.SI., M.Eng. Dosen UIGM mengemukakan “Tidak ada definisi tetap mengenai new media, mengingat teknologi dalam hal ini media selalu berkembang di setiap era. Pada era ini new media dapat didefinisikan sebagai saluran komunikasi digital berbasis internet yang fleksibel, efektif dan memungkinkan terjadinya interaksi antar khalayak” (Wawancara dengan Ni Wayan Priscila Yuni Praditya S.SI., M.Eng tanggal 09 Maret 2023 pukul 09.20 WIB).

Berkembangnya zaman membuat teknologi juga berkembang pesat salah satunya ialah media sosial khususnya Instagram (Indasari & Sari, 2021; Trisilia & Pebriana, 2023; Wulandari et al., 2023; Yanto & Indasari, 2021). Instagram saat ini banyak digunakan sebagai media yang menjembatani komunikasi antar perusahaan/badan usaha ke pelanggan/customernya (Wulandari et al., 2023). Salah satu perusahaan yang menggunakan Media Social ini adalah Perusahaan Umum Daerah Tirta Musi Palembang. Banyak informasi yang disampaikan Perumda Tirta Musi Palembang seperti informasi gangguan pengaliran, cara mengecek adanya kebocoran, kegiatan Direksi / Perusahaan, edukasi seputar Perumda Tirta Musi dan sebagainya. Salah satu pelanggan Perumda Tirta Musi Suci Marissa berusia 29 Tahun menyampaikan bahwa sudah hampir 2 (dua) tahun memfollow akun Instagram Perumda Tirta Musi mengemukakan “Yang pasti informasi yang didapat dari Instagram lebih cepet, terus kalo kita butuh ngajuin pertanyaan feedbacknya cepet, sejauh ini cukup lengkap untuk penyampaian informasinya cukup jelas. Dan juga kalo yang saya liat sejauh ini jarang update, tapi mungkin yang penting-penting aja. Tapi ada baiknya menurut saya lebih diseringin aja, kaya komunikasinya kaya dibikin games, karna saya liat kaya di february cuma 1 atau dua postingan. (Wawancara dengan Suci Marissa tanggal 02 Maret 2023 pukul 16.50 WIB).

Instagram Perumda Tirta Musi Palembang sendiri selain memberikan informasi juga mengedukasi pelanggannya seperti Hal ini sama dengan yang dikatakan Kifia Surahmi berusia 28 Tahun meskipun baru memfollow akun Instagram Tirta Musi sekitar 5 atau 6 bulan yang lalu sudah cukup banyak Informasi yang didapat, beliau mengatakan lebih cepat mendapatkan informasi saat kebocoran pipa dan saat air mati. Dari hal ini bisa

kita lihat bahwa memang Instagram berperan sebagai media komunikasi antar perusahaan dan pelanggan.

Media social khususnya Instagram dimanfaatkan oleh Perusahaan Umum Daerah Tirta Musi Palembang untuk memberikan informasi kepada pelanggan mengenai perusahaan. Adapun beberapa contoh informasi yang disampaikan pada feeds Instagram Perumda Tirta Musi yaitu :

a. Poster Informatif/Berita/Pengumuman



Gambar 1. Poster Informatif/Berita/Pengumuman

Pada postingan Instagram diatas perumda Tirta Musi Kota Palembang menginformasikan ke masyarakat bahwa saat ini sedang adanya proyek sanitasi kota Palembang yaitu pembuatan Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL). IPAL adalah sebuah struktur yang dirancang untuk membuang limbah biologis dan kimiawi dari air sehingga memungkinkan air tersebut untuk dapat digunakan pada aktivitas lain. Limbah cair disini adalah seperti limbah dari WC atau air cuci/kamar mandi. Tujuan utama pengolahan air limbah ini adalah untuk mengurai kandungan bahan pencemar di dalam air terutama senyawa organik, padatan teersuspensi, mikroba patogen dan senyawa organik yang tidak dapat diuraikan oleh mikroorganisme yang terdapat di alam. Dari postingan diatas terdapat pesan yang diberikan yaitu mengenai manfaat dari system Instalasi Pengolahan Air Limbah. Dengan informasi ini pelanggan dapat mengetahui apa yang sedang dikerjakan atau dibangun oleh Perumda Tirta Musi Palembang, sehingga hal ini dapat mempersuasi pelanggan (Jufrizal & Indasari, 2021; Munawaroh et al., 2022; Rahman Akbar & Ahmad Muhaimin, 2022; Sri Agustini & Sonia Nurprameswari, 2022)

Salah satu Dosen UIGM, Ni Wayan Priscila Yuni Praditya S.SI., M.Eng memberikan pandangannya mengenai perusahaan yang menggunakan media social khususnya Intagram sebagai media informasi pelanggan “Ini hal menarik, sebagaimana kita tahu bahwa Instagram merupakan media social yang cenderung bersifat hiburan. Ketika perusahaan menyampaikan informasi yang dikemas secara menyenangkan dan interaktif, hal ini mampu mengaburkan batas antara perusahaan dan pelanggan. Sehingga tercipta suatu “engagement” virtual kepada pelanggan.

b. Liputan Media



Gambar 1. Poster Liputan Media

Gambar diatas menginformasikan adanya kegiatan talkshow dimana Direktur Utama Perumda Tirta Musi Palembang menjadi narasumber pada talkshow tersebut. Talkshow yang diadakan di salah satu Radio di kota Palembang ini membahas mengenai Distribusi Air Bersih di Kota Palembang. Talkshow ini diadakan dengan harapan masyarakat dapat teredukasi mengenai seperti apa dan bagaimana distribusi air bersih yang sudah dikelola oleh Perumda Tirta Musi Palembang.

Setiap ada kegiatan yang berkaitan dengan pemberian informasi melalui saluran media selalu diinformasikan Perumda Tirta Musi Palembang melalui akun resmi media sosialnya. Hal ini agar pelanggan mengetahui dan bisa terlibat dalam kegiatan tersebut misal saat ada sesi tanya jawab dengan harapan pelanggan mengerti apa informasi yang disampaikan tersebut.

c. Sosialisasi



Gambar 1. Poster Sosialisasi, 2023

Salah satu informan Suci Marissa yang merupakan followers dari Instagram Perumda Tirta Musi Palembang mengemukakan “kalo sejauh ini yang saya liat cukup menarik yah (tampilan feeds Instagram), karna bukan Cuma informasi tulisan aja tapi ada gambar jadi pesannya langsung nyampe”. Informasi yang diberikan diatas ialah mengenai edukasi terkait *water meter* (meter air) tujuannya ialah agar pelanggan lebih memahami bagian-bagaim dari meter air sehingga pelanggan dapat tahu cara mengetahui dimana letak stand meter dan melihat saat air melewati meter bagian mana yang menjadi petunjuk pada meter air tersebut.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membuat proses komunikasi yang terjadi saat ini membuat proses komunikasi berjalan dengan mudah dan lancar. Dengan bantuan media jarak dan waktu tidak menjadi hambatan untuk berkomunikasi. Hal ini sesuai dengan teori Computer Mediated Communicated atau yang lebih dikenal dengan CMC dimana proses komunikasi manusia melalui penggunaan 2 (dua) atau lebih computer yang melibatkan manusia dalam konteks tertentu. Instagram yang bisa diakses dengan menggunakan gadget berupa smartphone serta computer atau laptop menjadi alat bantu dalam proses komunikasi dimana Instagram merupakan salah satu *New Media*.

Berdasarkan data diatas diperoleh bahwa informasi yang paling disukai followes Perumda Tirta Musi adalah kegiatan yang bersiat informative. Dimana pada postingan pada gambar 4.1 poster informative mengenai Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) mendapatkan likes sebanyak 199 dan pada gambar IPAL lainnya sebanyak 79 likes. Untuk gangguan pengaliran mendapatkan 72 likes dan liputan media 72 likes juga. Hal ini menunjukkan kalau followers Instagram Perumda Tirta Musi Palembang cukup aktif untuk

mencari tahu informasi terkait Perumda Tirta Musi Palembang. Ini membuktikan jika memang Instagram sangat berperan menjadi media informasi pelanggan.

Adapun gaya Bahasa yang digunakan pada postingan menyesuaikan dengan apa yang akan di posting. Misalnya press release, gangguan pengaliran dan kunjungan kerja Bahasa yang digunakan formal sedangkat untuk kunjungan kegiatan dari sekolah-sekolah atau Universitas disampaikan dengan Bahasa yang tidak terlalu formal.I

#### 4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Peran Penggunaan Media Sosial Instagram Perumda Tirta Musi Sebagai Media Informasi Pelanggan, bahwa media sosial Instagram yang digunakan oleh Perumda Tirta Musi Palembang yaitu pada akun @perumdatirtamusipalembang memberikan manfaat dan kemudahan untuk memberikan informasi dan dapat berinteraksi dengan pelanggan. Instagram memiliki cakupan yang luas sehingga apa yang ingin disampaikan dapat dengan mudah diposting melalui akun @perumdatirtamusipalembang. Adapun manfaat dari adanya akun Instagram Perumda Tirta Musi Palembang memudahkan pelanggan untuk memperoleh informasi seputar Perumda Tirta Musi Palembang dengan akurat dan cepat. Pelanggan juga dapat berinteraksi langsung melalui kolom komentar atau pun direct message yang tersedia.

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti menyarankan yaitu agar akun Instagram Perumda Tirta Musi Palembang dibuat lebih menarik lagi sehingga dapat memunculkan minat pengguna Instagram yang belum memfollow akun @perumdatirtamusipalembang untuk memfollow Instagram tersebut dengan cara membuat konten menarik seperti video-video parodi yang lucu serta dibuat kuis interaktif sehingga pelanggan bisa terlibat langsung. Kuis tersebut bisa dibuat berupa pertanyaan pada fitur Insta Stories ataupun diunggah pada feeds langsung. Kedua perlu adanya pembagian tugas khusus untuk admin media sosialnya sehingga lebih terfokus untuk membuat konten-konten menarik, karena saat ini Perumda Tirta Musi memiliki 2 (dua) admin media sosial dan masih merangkap pekerjaan lainnya sehingga admin tersebut cukup kelabakan dan tidak focus mencari ide menarik lainnya.

#### REFERENSI

- Cangara, Hafied H. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Dictio.id. Januari 2017. Fariba Ayuningtyas Setiawan. Teori Computer-Mediated Communication. Diakses tanggal 22 Januari 2023, dari <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-computer-mediated-communication-dalam-ilmu-komunikasi/4369>
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Hamid, Sanusi dan Wekke, Ismail Suwardi. 2021. *PENGANTAR FILSAFAT ILMU*. Sorong: Bintang Pustaka Madani.
- Indasari, F., & Sari, S. (2021). Inovasi Branding Walikota Bengkulu. *Seminar Ilmu-Ilmu Sosial*, 43–50–43–50. <https://proceeding.unived.ac.id/index.php/siis/article/view/109>
- Jufrizal, & Indasari, F. (2021). KOMUNIKASI PERSUASIF ANTARA GURU DAN SISWA (PENELITIAN DI MAN 1 PIDIE JAYA). *Jurnal Tabayyun*, 2(02), 1–13. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tabayyun/article/view/11595>
- Kompasiana.com. 21 Agustus 2018 Media Baru dan Teknologi Baru. Diakses tanggal 31 Juli 2023, dari <https://www.kompasiana.com/verinacornelia1703/5b7b1087bde5757a381cbca5/media-baru-dan-teknologi-baru-new-media-and-new-technologies>

- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Theories Of Human Communication*. Jakarta Selatan : Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munawaroh, S., Aprianti, R., & Hati, putri C. (2022). Persuasive Communication Between Counselors and PLHIV in VCT Services at Puskesmas Dempo Palembang. *JSIKOM*, 1(01), 70–76. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/12552>
- Nur Syafitri, & Badaruddin Azarkasyi. (2022). A Communication Management In Overcoming Revenue Uncertainty In The Application Of The Weighbridge Vina System At Pt. Bgr Logistics Indonesia Palembang Branch. *Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi*, 1(02), 34–43. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/14154>
- Pakarkomunikasi.com. 18 April 2017. Teori Uses & Gratification. Diakses tanggal 21 Januari 2023, dari <https://pakarkomunikasi.com/teori-uses-and-gratifications/amp>
- Rahman Akbar, & Ahmad Muhaimin. (2022). Upaya Persuasi Lembaga Knowledge Management PT. Pusri Dalam Memotivasi Departmen-Departmen untuk Melakukan Sharing Knowledge. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(02), 55–63. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/14072/5475>
- Rachmadi, Lexy J. Moleong. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- Sri Agustini, & Sonia Nurprameswari. (2022). Komunikasi Persuasif antara Konselor dan Odhiv dalam pelayanan VCT di Puskesmas Dempo Palembang. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(2), 64–73. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/issue/view/809>
- Sugiono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: MediaPressindo
- Trisilia, A. L., & Pebriana, R. (2023). Peran Humas Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintah Melalui Media Sosial Instagram Di Sekretariat DPRD Kota Lahat: Peran Humas Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintah Melalui Media Sosial Instagram Di Sekretariat Dprd Kota Lahat. *JSIKOM*, 2(2), 1–9. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/17450>
- Wulandari, W., Yenrizal, Y., & Azarkasyi, B. (2023). Inovasi Masyarakat Desa Bumi Pratama Mandiri Dalam Pemasaran Media Sosial Facebook: Studi Masyarakat Defa Bumi Pratama Mandira, Kecamatan Sungai Penang, Kabupaten OKI, Sumatera Selatan. *JSIKOM*, 2(1), 109–117. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/14413>
- Yanto, & Indasari, F. (2021). Pembentukan Opini Publik Pada Media Massa: Program Satu Milyar Satu Kelurahan Di Kecamatan Singaran Pati Panorama Kota Bengkulu. *Seminar Ilmu-Ilmu Sosial*, 27–34–27–34. <https://proceeding.unived.ac.id/index.php/siis/article/view/104>