
Pemanfaatan Instagram sebagai Saluran Komunikasi Pelanggan pada Humas Perumda Tirta Musi Palembang

M. Shaka Hidayatullah¹, Sepriadi Saputra², Sonia Nurprameswari³

¹²³Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

shakahidayatullah@email.com¹, Sepriadisaputra_uin@radenfatah.ac.id²,
sonianurprameswari_uin@radenfatah.ac.id³

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai saluran komunikasi pelanggan serta mengidentifikasi hambatan komunikasi yang terjadi pada akun resmi PERUMDA Tirta Musi Palembang. Fenomena utama yang dikaji adalah penutupan kolom komentar pada seluruh unggahan Instagram, yang berpotensi menghambat komunikasi dua arah antara lembaga dan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pengelola media sosial dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi layanan, namun belum optimal sebagai ruang komunikasi dialogis. Penutupan kolom komentar menyebabkan terbatasnya interaksi publik, pergeseran komunikasi ke saluran privat, serta menurunnya transparansi dan partisipasi pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi yang dilakukan masih cenderung satu arah dan belum sepenuhnya memenuhi prinsip komunikasi dialogis. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa lembaga publik perlu mengoptimalkan fitur interaktif media sosial untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan kepercayaan publik.

Kata Kunci: *komunikasi dialogis, media sosial, Instagram, pelayanan publik, komunikasi pelanggan*

ABSTRACT; *This study aims to analyze the utilization of Instagram as a customer communication channel and to identify communication barriers occurring on the official Instagram account of PERUMDA Tirta Musi Palembang. The main phenomenon examined is the closure of the comment section on all Instagram posts, which potentially*

hinders two-way communication between the institution and its customers. This research employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving social media managers and customers. The results indicate that Instagram has been utilized as a medium for delivering service information; however, it has not been optimized as a space for dialogic communication. The closure of the comment section limits public interaction, shifts communication to private channels, and reduces transparency and customer participation. These findings suggest that the communication practices implemented remain predominantly one-way and do not fully adhere to the principles of dialogic communication. This study implies that public institutions need to optimize interactive features of social media to enhance communication effectiveness and build public trust.

Keyword: *Dialogic communication, social media, Instagram, public service, customer communication*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi antara lembaga publik dan masyarakat. Media digital memungkinkan organisasi menyampaikan informasi secara lebih cepat sekaligus membuka peluang terjadinya interaksi antara organisasi dan publik. Dalam konteks pelayanan publik, media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk menyampaikan informasi layanan serta membangun hubungan dengan masyarakat (Effendy, 2017). Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Tingginya jumlah pengguna Instagram menjadikan platform ini sebagai media yang efektif dalam penyebaran informasi kepada publik. Data menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 108 juta pengguna aktif Instagram sehingga platform ini memiliki potensi besar sebagai saluran komunikasi publik bagi lembaga pemerintah maupun organisasi pelayanan publik (Haryanto, 2025).

Selain itu, penggunaan media sosial juga semakin berkembang di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Kota Palembang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa masyarakat di Palembang memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi kegiatan (Fauzi, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya populer secara nasional tetapi juga memiliki tingkat penggunaan yang tinggi di

tingkat lokal sehingga relevan sebagai saluran komunikasi publik bagi organisasi pelayanan masyarakat (Waraningtyas et al., 2022). Dalam konteks pelayanan publik, komunikasi yang efektif menjadi sangat penting terutama ketika terjadi gangguan layanan. Masyarakat membutuhkan informasi yang jelas, cepat, dan mudah diakses mengenai kondisi layanan yang mereka terima. Media sosial seperti Instagram memungkinkan organisasi menyampaikan informasi secara real-time sekaligus membuka ruang interaksi antara organisasi dan masyarakat (Junaedi, F., & Sukmono, 2019). PERUMDA Tirta Musi Palembang sebagai perusahaan daerah yang bergerak di bidang pelayanan air bersih juga memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi dengan pelanggan. Melalui akun Instagram resmi perusahaan, berbagai informasi pelayanan seperti pengumuman gangguan air, informasi pembayaran, serta edukasi mengenai penggunaan air bersih disampaikan kepada masyarakat. Namun demikian, praktik komunikasi melalui media sosial juga menghadirkan berbagai dinamika, salah satunya adalah penutupan kolom komentar pada akun Instagram organisasi yang berpotensi membatasi ruang dialog publik. Berdasarkan rumusan masalah penelitian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana humas PERUMDA Tirta Musi memanfaatkan Instagram sebagai saluran komunikasi pelanggan serta mengidentifikasi hambatan komunikasi yang muncul dalam penggunaan media sosial tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi yang terjadi dalam konteks nyata, yaitu pemanfaatan Instagram oleh humas PERUMDA Tirta Musi Palembang sebagai saluran komunikasi pelanggan (John W. Creswell, 2018).

Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk meneliti suatu fenomena secara menyeluruh dan mendalam dengan mempertimbangkan konteks sosial yang melatarbelakanginya. Melalui pendekatan ini peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai praktik komunikasi digital yang dilakukan oleh organisasi pelayanan publik melalui media sosial. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan informan yang terdiri dari karyawan PERUMDA Tirta Musi yang terlibat dalam pengelolaan media sosial serta pelanggan yang pernah berinteraksi dengan akun Instagram organisasi. Selain itu, observasi terhadap aktivitas akun Instagram resmi PERUMDA Tirta

Musi serta dokumentasi konten yang dipublikasikan melalui platform tersebut juga dilakukan untuk memperkuat temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam praktik komunikasi digital, PERUMDA Tirta Musi memanfaatkan akun Instagram resmi sebagai media penyampaian informasi pelayanan kepada pelanggan. Melalui media sosial tersebut, organisasi dapat menyampaikan berbagai informasi pelayanan seperti pengumuman gangguan distribusi air, informasi pembayaran, serta konten edukasi mengenai penggunaan air bersih kepada masyarakat.



Gambar 1. Akun Instagram Resmi PERUMDA Tirta Musi Palembang

Sumber: akun Instagram PERUMDA Tirta Musi Palembang, diakses 2026

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan oleh humas PERUMDA Tirta Musi sebagai media komunikasi digital untuk menyampaikan berbagai informasi pelayanan kepada pelanggan. Informasi yang disampaikan melalui akun

Instagram resmi perusahaan meliputi pengumuman gangguan pelayanan air, informasi pembayaran, serta berbagai konten edukasi mengenai penggunaan air bersih. Dalam perspektif teori komunikasi dialogis, penggunaan media sosial oleh organisasi publik dapat mendukung terciptanya hubungan komunikasi yang lebih terbuka antara organisasi dan masyarakat. Media sosial memungkinkan organisasi menyampaikan informasi secara cepat sekaligus membuka peluang terjadinya komunikasi dua arah antara organisasi dan publik (Kent & Taylor, 2023). Selain sebagai media penyampaian informasi, Instagram juga memungkinkan terjadinya interaksi antara pelanggan dan organisasi melalui fitur pesan langsung. Melalui fitur tersebut pelanggan dapat menyampaikan pertanyaan atau keluhan terkait pelayanan air bersih yang mereka terima.

Namun demikian, pemanfaatan Instagram sebagai saluran komunikasi pelanggan juga menghadapi beberapa hambatan komunikasi digital. Salah satu hambatan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial sehingga tidak semua pesan pelanggan dapat direspons secara cepat. Selain itu, potensi misinformasi di media sosial juga menjadi tantangan dalam penyampaian informasi pelayanan kepada pelanggan. Penelitian ini juga menemukan bahwa penutupan kolom komentar pada akun Instagram PERUMDA Tirta Musi membatasi ruang dialog publik antara organisasi dan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi melalui media sosial masih cenderung bersifat satu arah meskipun media sosial secara teoritis memiliki potensi untuk menciptakan komunikasi dua arah yang lebih dialogis (Freberg, 2021).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan sebagai media komunikasi oleh PERUMDA Tirta Musi, namun belum optimal sebagai saluran komunikasi dialogis. Penutupan kolom komentar menjadi faktor utama yang menghambat interaksi dua arah antara lembaga dan pelanggan. Implikasinya, lembaga publik perlu membuka ruang partisipasi melalui fitur interaktif media sosial agar komunikasi menjadi lebih transparan, responsif, dan partisipatif. Meskipun demikian, pemanfaatan Instagram sebagai saluran komunikasi pelanggan masih menghadapi beberapa hambatan seperti keterbatasan sumber daya manusia, potensi misinformasi, serta keterbatasan ruang dialog publik akibat penutupan kolom komentar pada akun Instagram organisasi. Oleh karena itu, pengelolaan komunikasi digital melalui Instagram perlu dioptimalkan agar media sosial

tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi tetapi juga sebagai ruang dialog yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara organisasi dan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (28 ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, R. (2020). *Penggunaan Instagram Oleh Siswa SMKN 3 Palembang Sebagai Media Sosial Interpersonal Komunikasi*. Bina Darma.
- Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication*. SAGE Publications.
- Haryanto, A. T. (2025). *Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia 2025 Tembus 229 Juta Jiwa*. detiknet. https://inet.detik.com/telecommunication/d-8047759/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-2025-tembus-229-juta-jiwa?utm_source=chatgpt.com
- John W. Creswell, C. N. P. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design*. SAGE Publications.
- Junaedi, F., & Sukmono, F. G. (2019). *Komunikasi dalam Media Digital* (F. J. G. Sukmono (ed.)). ASPIKOM.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2023). *Public Relations Theory III* (C. Botan (ed.)). Lawrence Erlbaum Associates.
- Waraningtyas, S. A., Sugiana, D., & Setiawan, W. (2022). *Pemanfaatan Media Instagram sebagai Alat Diseminasi Informasi Kegiatan Ekonomi Kreatif di Kota Palembang*. 6(2), 199–211.

