

Utilization of Instagram Social Media by Perumda Tirtanadi in Public Communication in North Sumatra

(Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Perumda Tirtanadi dalam Komunikasi Publik di Sumatera Utara)

Tifani Alzahra ^{a,1*}, Muhammad Husni Ritonga ^{a,2}

^a Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan 20135, Indonesia

E-mail: ¹tifani0603221205@uinsu.ac.id; ²muhammadhusniritonga@uinsu.ac.id

*Corresponding Author: tifani0603221205@uinsu.ac.id (T. Alzahra)

ARTICLE INFO

Received: 9 May 2026
Revised: 25 May 2026
Accepted: 30 May 2026

How to Cite:

Alzahra, T., & Ritonga, M. H. (2026). Utilization of Instagram Social Media by Perumda Tirtanadi in Public Communication in North Sumatra. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 6(1), 20-26. <https://doi.org/10.55537/j-ibm.v6i1.1673>

ABSTRACT

This study aims to analyze the utilization of Instagram social media by Perumda Tirtanadi in public communication with the community in North Sumatra. This study employed a qualitative approach with a case study method. Data were collected through semi-structured interviews, non-participant observation of the Instagram account @tirtanadiprovsu, and documentation. The informants consisted of internal parties directly involved in managing Perumda Tirtanadi's social media. Data were analyzed using the Miles and Huberman model and validated through source and method triangulation. The analysis applied Pierre Levy's New Media Theory, particularly the aspects of social interaction and social integration. The results show that Instagram is utilized as a medium for delivering public information and facilitating two-way communication through comment features and direct messages (DM). Instagram is also used to build closer relationships with the community through the publication of service activities and social programs. However, several challenges remain, including inconsistencies in interaction management across branch accounts and the need to improve the visual quality of digital communication content. This study indicates that social media plays an important role in supporting public communication in public service institutions in the digital era.

Keywords:

Instagram social media; public communication; public information; new media; Perumda Tirtanadi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram oleh Perumda Tirtanadi dalam komunikasi publik kepada masyarakat di Sumatera Utara. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi nonpartisipan terhadap akun Instagram @tirtanadiprovsu, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pihak internal yang terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial Perumda Tirtanadi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman serta diuji melalui triangulasi sumber dan metode. Penelitian dianalisis menggunakan Teori New Media Pierre Levy, khususnya pada aspek interaksi sosial dan integrasi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi publik sekaligus ruang komunikasi dua arah melalui fitur komentar dan direct message (DM). Instagram juga dimanfaatkan untuk membangun kedekatan dengan masyarakat melalui publikasi kegiatan pelayanan dan program sosial perusahaan. Namun, pemanfaatannya masih menghadapi beberapa kendala, seperti inkonsistensi pengelolaan interaksi pada akun cabang dan perlunya peningkatan kualitas visual konten komunikasi digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam mendukung komunikasi publik lembaga pelayanan masyarakat di era digital.

Kata kunci:

Media sosial Instagram; komunikasi publik; informasi publik; media baru; Perumda Tirtanadi.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan pola komunikasi publik pada lembaga pemerintah dan pelayanan masyarakat. Media sosial kini tidak hanya digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan interaksi antara institusi dan masyarakat berlangsung secara lebih cepat, terbuka, dan partisipatif (Damayanti et al., 2023). Melalui pemanfaatan media sosial, instansi pemerintah dapat memperbaiki komunikasi dengan masyarakat secara timbal

balik, di mana masyarakat memiliki ruang untuk menyampaikan aspirasi, kritik, maupun keluhan melalui komentar dan pesan langsung (Amalia & Cindoswari, 2024). Dalam konteks pelayanan publik, media sosial juga berperan penting dalam mendukung transparansi informasi, mempercepat penyampaian layanan, serta memperluas akses komunikasi masyarakat terhadap institusi pemerintah (Supriyanto et al., 2024).

Fenomena tersebut sejalan dengan berkembangnya media baru (*new media*) sebagai hasil kemajuan teknologi digital dan internet. Media sosial merupakan bagian dari media baru yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, membagikan, dan bertukar informasi secara interaktif melalui jaringan internet (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial membentuk ruang publik digital yang mendorong keterbukaan informasi dan partisipasi masyarakat melalui interaksi komunikasi yang lebih fleksibel (Sinaga & Azhar, 2025). Media sosial mampu menghubungkan lembaga publik dan masyarakat melalui komunikasi dua arah yang lebih efektif. Selain itu, media sosial juga berpotensi memperkuat citra lembaga apabila informasi yang disampaikan bersifat cepat, akurat, dan transparan (Winugra & Sartika, 2025). Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia turut memperkuat pentingnya media sosial sebagai media komunikasi publik. Data *We Are Social* tahun 2025 menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 143 juta pengguna atau sekitar 50,2% dari total populasi masyarakat Indonesia (Dwi, 2025).

Salah satu instansi pelayanan publik yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik adalah Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Tirtanadi Sumatera Utara. Perumda Tirtanadi merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang bergerak di bidang penyediaan layanan air bersih bagi masyarakat, khususnya di wilayah Kota Medan dan sekitarnya (Rizky & Ritonga, 2024). Sebagai lembaga pelayanan publik, Perumda Tirtanadi membutuhkan sistem komunikasi yang cepat, terbuka, dan mudah diakses masyarakat, terutama dalam penyampaian informasi terkait gangguan distribusi air, perbaikan jaringan, jadwal pelayanan, maupun program pelayanan perusahaan.

Dalam praktik komunikasi digitalnya, Perumda Tirtanadi memanfaatkan media sosial Instagram melalui akun resmi @tirtanadiprovsu sebagai kanal penyampaian informasi publik. Akun tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi pelayanan, publikasi kegiatan perusahaan, edukasi pelanggan, serta komunikasi dengan masyarakat melalui fitur komentar dan direct message (DM). Selain akun pusat, Perumda Tirtanadi juga memiliki beberapa akun media sosial cabang yang digunakan untuk mendukung penyebaran informasi di wilayah pelayanan masing-masing. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi digital Perumda Tirtanadi tidak hanya terpusat pada satu akun, tetapi juga melibatkan koordinasi komunikasi antara unit pusat dan cabang.

Namun, dalam praktiknya ditemukan adanya perbedaan pengelolaan interaksi pada akun media sosial pusat dan cabang. Akun pusat secara aktif membuka ruang interaksi melalui kolom komentar, sedangkan beberapa akun cabang pada periode tertentu menonaktifkan fitur komentar pada unggahan mereka. Kondisi tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi dalam pengelolaan komunikasi digital dan keterbukaan ruang partisipasi publik di lingkungan Perumda Tirtanadi. Padahal, media sosial sebagai media baru pada dasarnya memiliki karakteristik interaktif yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi secara langsung dalam proses komunikasi digital (Viasiana et al., 2021). Apabila media sosial tidak dikelola secara optimal, maka fungsi komunikasi pelayanan publik berpotensi tidak berjalan secara efektif sehingga dapat menghambat penyampaian informasi, membatasi ruang partisipasi masyarakat, serta memunculkan persepsi negatif terhadap pelayanan institusi (Supriyanto et al., 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial telah banyak dimanfaatkan oleh lembaga pemerintah sebagai media informasi dan komunikasi publik. Penelitian Damayanti et al. (2023) menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai media informasi dan publikasi kegiatan masyarakat melalui berbagai fitur digital, meskipun masih menghadapi kendala pada kreativitas konten dan konsistensi unggahan. Penelitian Anggraini dan Cindoswari (2024) juga menunjukkan bahwa Instagram dapat mendukung penyebaran informasi pemerintah secara cepat dan interaktif sehingga mampu meningkatkan keterbukaan informasi publik. Selain itu, Arta dan Basmantra (2024) menjelaskan bahwa pengelolaan media sosial yang strategis dan interaktif dapat meningkatkan engagement serta kualitas hubungan dengan audiens.

Meskipun demikian, penelitian mengenai pemanfaatan media sosial oleh lembaga pemerintah sebelumnya lebih banyak berfokus pada efektivitas penyebaran informasi, strategi publikasi digital, dan engagement audiens secara umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji praktik komunikasi publik digital pada Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), terutama dalam konteks pengelolaan interaksi media sosial antara akun pusat dan akun cabang, masih relatif terbatas. Padahal, sebagai lembaga pelayanan publik yang menyediakan kebutuhan dasar masyarakat berupa air bersih, Perumda Tirtanadi membutuhkan sistem komunikasi digital yang responsif, terbuka, dan terkoordinasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana Instagram dimanfaatkan oleh Perumda Tirtanadi sebagai media komunikasi publik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat di Sumatera Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram oleh Perumda Tirtanadi sebagai media komunikasi publik dalam penyampaian informasi kepada masyarakat di Sumatera Utara. Penelitian difokuskan pada praktik interaksi digital, pengelolaan komunikasi publik, serta pemanfaatan fitur media sosial dalam membangun hubungan antara institusi dan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan Teori *New Media* Pierre Levy sebagai pisau analisis, khususnya pada aspek interaksi sosial dan integrasi sosial. Pierre Levy memandang media baru sebagai lingkungan komunikasi yang fleksibel dan

dinamis yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial secara lebih terbuka dibandingkan media konvensional (Viastiana et al., 2021). Selain itu, media baru juga dipandang sebagai sarana integrasi sosial yang memungkinkan terbentuknya keterhubungan dan rasa memiliki antara institusi dan masyarakat melalui ruang komunikasi digital (Hakim et al., 2024). Dengan demikian, teori ini relevan digunakan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi publik oleh Perumda Tirtanadi.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam praktik pemanfaatan media sosial Instagram oleh Perumda Tirtanadi dalam komunikasi publik kepada masyarakat, bukan untuk mengukur efektivitas berdasarkan indikator kuantitatif. Creswell (2009) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu persoalan sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai praktik komunikasi digital yang dilakukan oleh institusi pelayanan publik dalam konteks tertentu.

Metode studi kasus digunakan karena penelitian ini berfokus pada satu kasus tertentu, yaitu pemanfaatan media sosial Instagram oleh Perumda Tirtanadi sebagai media komunikasi publik. Studi kasus memungkinkan peneliti mengkaji fenomena secara rinci dan kontekstual melalui pengumpulan data yang mendalam dari berbagai sumber informasi (Assyakurrohim et al., 2023). Dalam penelitian ini, studi kasus digunakan untuk memahami praktik pengelolaan komunikasi digital, interaksi media sosial, serta pertimbangan internal institusi dalam memanfaatkan Instagram sebagai media penyampaian informasi publik.

Penelitian dilaksanakan di kantor pusat Perumda Tirtanadi Provinsi Sumatera Utara yang berlokasi di Jalan Sisingamangaraja No.1 Medan. Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu dengan memperhatikan keterlibatan langsung informan terhadap objek penelitian (Sugiyono, 2022). Penelitian ini melibatkan tiga informan utama yang terdiri dari Kepala Divisi Komunikasi dan Publikasi serta dua staf pengelola media sosial Instagram Perumda Tirtanadi. Kriteria informan meliputi: (1) terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial institusi, (2) memahami proses penyampaian informasi publik melalui Instagram, dan (3) memiliki pengetahuan mengenai kebijakan komunikasi digital Perumda Tirtanadi.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu wawancara semi-terstruktur, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur dilakukan secara mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara yang fleksibel sehingga informan memiliki ruang untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara terbuka (Sugiyono, 2022). Observasi nonpartisipan dilakukan terhadap aktivitas akun Instagram @tirtanadiprovsu dengan mengamati bentuk interaksi, jenis konten, serta penggunaan fitur komunikasi digital tanpa terlibat langsung dalam pengelolaan akun (Sugiyono, 2023). Selain itu, dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan arsip, tangkapan layar unggahan, komentar, serta dokumen pendukung yang berkaitan dengan penelitian.

Data penelitian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Sugiyono, 2022). Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk mempermudah proses interpretasi. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang diperoleh selama penelitian berlangsung.

Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan yang memiliki peran berbeda dalam pengelolaan media sosial institusi (Magdalena et al., 2021). Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk meningkatkan validitas data penelitian (Arianto, 2024). Selain itu, observasi langsung terhadap aktivitas akun Instagram juga dilakukan untuk meminimalkan subjektivitas karena dominasi perspektif internal lembaga.

Hasil

Hasil penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipan terhadap akun Instagram @tirtanadiprovsu, serta dokumentasi unggahan media sosial Perumda Tirtanadi. Penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik dalam penyampaian informasi pelayanan, interaksi dengan masyarakat, dan publikasi kegiatan perusahaan.

Pengelolaan akun Instagram Perumda Tirtanadi berada di bawah Divisi Komunikasi dan Publikasi yang berkoordinasi dengan Sekretaris Perusahaan. Dalam proses pengelolaannya, terdapat tahapan penyusunan konsep konten, produksi materi visual, penulisan caption, hingga persetujuan sebelum informasi dipublikasikan kepada masyarakat. Konten yang dipublikasikan meliputi informasi gangguan distribusi air, kegiatan pelayanan, edukasi pelanggan, program sosial perusahaan, dan dokumentasi aktivitas institusi.

Berdasarkan hasil observasi, bentuk pemanfaatan Instagram oleh Perumda Tirtanadi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Bentuk Pemanfaatan Instagram Perumda Tirtanadi

Bentuk Pemanfaatan	Jenis Konten	Tujuan
Informasi pelayanan	Gangguan distribusi air dan perbaikan jaringan	Penyampaian informasi publik
Edukasi pelanggan	Tata cara layanan dan imbauan pelanggan	Edukasi masyarakat
Publikasi kegiatan	Dokumentasi aktivitas perusahaan	Membangun citra institusi
Program sosial	Pasar murah dan kegiatan sosial	Membangun kedekatan dengan masyarakat
Interaksi digital	Komentar dan direct message (DM)	Komunikasi dua arah

Interaksi Sosial

Instagram dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi dua arah melalui fitur komentar dan direct message (DM). Berdasarkan hasil wawancara, pengelolaan respons masyarakat dilakukan oleh tim call centre yang terhubung dengan pengelolaan media sosial dan bertugas menangani pertanyaan maupun keluhan pelanggan. Informan SH menjelaskan:

“Kami selalu berupaya ketika ada keluhan di komentar terhadap gangguan, dari tim call centre akan menghubungi langsung lewat DM supaya kolom komentar menjadi terarah.”

Selain melalui DM, kolom komentar juga digunakan masyarakat untuk menyampaikan keluhan terkait pelayanan distribusi air. Namun, hasil observasi menunjukkan adanya perbedaan pengelolaan interaksi antara akun pusat dan akun cabang. Akun pusat membuka ruang komentar secara aktif, sedangkan beberapa akun cabang pada periode tertentu sempat menonaktifkan fitur komentar. Informan LP menyampaikan:

“Sebisa mungkin dibuka, tapi memang secara induk media sosial kita adalah @tirtanadiprovsu. Cabang-cabang itu istilahnya hanya untuk memosting kegiatan harian.”

Sementara itu, informan SH menjelaskan bahwa pengelolaan komunikasi dipusatkan pada akun utama agar respons kepada masyarakat tetap terkoordinasi.

“Mungkin dinonaktifkan agar lebih terpusat untuk menjawabnya, biar tim di sini yang menjawab.”

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa admin media sosial telah mendapatkan pembekalan terkait complaint handling dalam merespons pertanyaan, kritik, dan keluhan masyarakat. Meskipun demikian, proses interaksi digital masih menghadapi kendala, terutama ketika laporan masyarakat tidak disertai informasi lengkap seperti lokasi gangguan atau identitas pelanggan.

Tabel 2. Bentuk Interaksi Digital pada Instagram Perumda Tirtanadi

Fitur Instagram	Bentuk Interaksi	Fungsi
Komentar	Keluhan dan pertanyaan masyarakat	Respons publik
Direct Message (DM)	Pengaduan layanan	Komunikasi personal
Story dan reels	Penyebaran informasi cepat	Informasi layanan
Unggahan kegiatan	Dokumentasi aktivitas perusahaan	Branding institusi

Integrasi Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kedekatan antara institusi dan masyarakat. Hal tersebut terlihat dari publikasi kegiatan sosial perusahaan, program pelayanan masyarakat, serta unggahan dokumentasi aktivitas lapangan.

Informan EG menyampaikan:

“Untuk kedekatan menurut kami cukup membangun kedekatan, seperti kemarin Tirtanadi mengadakan pasar murah, itu cukup membuat antusiasme masyarakat.”

Selain itu, informan LP menjelaskan bahwa media sosial menjadi jembatan komunikasi antara Perumda Tirtanadi dan masyarakat melalui publikasi tanggapan maupun testimoni pelanggan.

“Media sosial ini bisa dibilang menjadi salah satu media dalam membangun komunikasi dan hubungan yang baik antara masyarakat dengan Tirtanadi.”

Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa kualitas visual dan kreativitas konten masih menjadi aspek yang perlu ditingkatkan. Informan menilai bahwa desain konten yang lebih menarik diperlukan agar informasi yang dipublikasikan mampu mempertahankan perhatian masyarakat di tengah tingginya arus informasi digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik oleh Perumda Tirtanadi melalui penyampaian informasi pelayanan, interaksi digital dengan masyarakat, serta publikasi kegiatan sosial perusahaan. Namun, pengelolaan komunikasi digital tersebut masih menghadapi tantangan pada aspek konsistensi pengelolaan interaksi akun cabang dan pengembangan kualitas konten visual.

Diskusi

Interaksi Sosial dalam Pemanfaatan Instagram

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan oleh Perumda Tirtanadi sebagai media komunikasi publik yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara institusi dan masyarakat. Pemanfaatan fitur komentar dan direct message (DM) menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana penyampaian informasi satu arah, tetapi juga menjadi ruang komunikasi digital yang memfasilitasi respons publik terhadap pelayanan perusahaan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Pierre Levy mengenai interaksi sosial dalam media baru, yaitu media digital memungkinkan komunikasi berlangsung secara lebih fleksibel, interaktif, dan partisipatif dibandingkan media konvensional (Viasiana et al., 2021).

Keberadaan tim call centre yang terhubung dengan pengelolaan media sosial menunjukkan adanya upaya institusi dalam menjaga responsivitas komunikasi publik di era digital. Dalam konteks pelayanan publik, kecepatan respons menjadi salah satu aspek penting karena masyarakat mengharapkan informasi yang cepat dan mudah diakses ketika terjadi gangguan layanan. Temuan ini mendukung penelitian Kusuma et al. (2024) yang menjelaskan bahwa media sosial telah mengubah pola komunikasi pemerintah dan masyarakat menjadi lebih real-time dan partisipatif.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya inkonsistensi pengelolaan interaksi antara akun pusat dan akun cabang. Beberapa akun cabang pada periode tertentu menonaktifkan fitur komentar sehingga membatasi ruang partisipasi masyarakat pada tingkat pelayanan terdekat. Dari perspektif komunikasi organisasi, kondisi tersebut menunjukkan adanya kecenderungan sentralisasi komunikasi agar respons publik tetap terkoordinasi dan seragam. Akan tetapi, dalam perspektif media baru, pembatasan ruang interaksi dapat mengurangi karakter partisipatif media sosial sebagai ruang komunikasi publik digital.

Temuan ini memperlihatkan bahwa transformasi komunikasi digital pada lembaga pelayanan publik tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga menyangkut kebijakan komunikasi institusional. Media sosial pada dasarnya menyediakan ruang komunikasi yang terbuka, namun efektivitas interaksi tetap dipengaruhi oleh bagaimana institusi mengelola keterbukaan komunikasi tersebut. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial oleh lembaga publik memerlukan keseimbangan antara pengendalian informasi institusi dan keterbukaan ruang partisipasi masyarakat.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola media sosial telah dibekali kemampuan complaint handling dalam merespons pertanyaan maupun keluhan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi digital tidak hanya bergantung pada teknologi media sosial, tetapi juga pada kualitas sumber daya manusia yang mengelola komunikasi publik. Dalam komunikasi digital, kemampuan merespons masyarakat secara cepat, sopan, dan informatif menjadi bagian penting dalam membangun hubungan institusi dengan publik.

Di sisi lain, penelitian menemukan bahwa salah satu kendala utama dalam interaksi digital adalah informasi laporan masyarakat yang sering kali tidak lengkap. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi digital tidak hanya bergantung pada institusi, tetapi juga pada partisipasi masyarakat dalam menyampaikan informasi secara jelas. Dalam perspektif komunikasi, kondisi tersebut dapat dipahami sebagai hambatan komunikasi (noise) yang memengaruhi proses penyampaian dan penerimaan pesan (Masta et al., 2022).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan sebagai media interaksi sosial dalam komunikasi publik Perumda Tirtanadi. Namun, optimalisasi komunikasi digital masih memerlukan peningkatan pada aspek konsistensi pengelolaan interaksi, keterbukaan ruang komunikasi, dan kualitas respons pelayanan publik di media sosial.

Integrasi Sosial dalam Pemanfaatan Instagram

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya digunakan sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga dimanfaatkan untuk membangun kedekatan antara Perumda Tirtanadi dan masyarakat. Publikasi kegiatan sosial perusahaan, program pelayanan masyarakat, serta dokumentasi aktivitas lapangan menjadi bagian dari upaya institusi dalam membangun hubungan sosial dengan masyarakat melalui media digital. Temuan ini sejalan dengan konsep integrasi sosial Pierre Levy yang memandang media baru sebagai sarana membangun keterhubungan sosial dan rasa memiliki di antara pengguna media digital (Hakim et al., 2024).

Publikasi kegiatan sosial seperti pasar murah menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan untuk memperkuat citra institusi sekaligus membangun persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan pelayanan

publik. Dalam konteks komunikasi publik digital, konten semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga menjadi representasi kehadiran sosial institusi di tengah masyarakat. Ketika masyarakat melihat aktivitas pelayanan dan program sosial yang dipublikasikan secara terbuka, maka akan terbentuk kedekatan emosional antara institusi dan masyarakat.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial telah memperpendek jarak komunikasi antara lembaga pelayanan publik dan masyarakat. Sebelumnya, komunikasi dengan perusahaan pelayanan air bersih cenderung berlangsung secara formal dan birokratis, namun melalui Instagram masyarakat dapat berinteraksi secara lebih langsung dan cepat. Kondisi ini menunjukkan bahwa media baru telah mengubah pola hubungan komunikasi publik menjadi lebih komunikatif dan partisipatif.

Meskipun demikian, penelitian menemukan bahwa kualitas visual dan kreativitas konten masih menjadi aspek yang perlu ditingkatkan dalam pengelolaan media sosial Perumda Tirtanadi. Dalam komunikasi digital, desain visual memiliki peran penting dalam menarik perhatian audiens di tengah tingginya arus informasi media sosial. Konten yang menarik secara visual cenderung lebih mudah dipahami, dibagikan, dan direspons oleh masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan kualitas visual konten menjadi bagian penting dalam optimalisasi komunikasi publik digital.

Selain itu, koordinasi komunikasi antara akun pusat dan akun cabang juga masih memerlukan standarisasi pengelolaan agar komunikasi publik dapat berjalan lebih konsisten. Sentralisasi komunikasi memang dapat membantu menjaga keseragaman informasi, namun di sisi lain perlu diimbangi dengan keterbukaan ruang komunikasi pada tingkat cabang agar masyarakat dapat berinteraksi secara lebih dekat dengan unit pelayanan yang berada di wilayah mereka.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan oleh Perumda Tirtanadi sebagai media integrasi sosial melalui publikasi kegiatan pelayanan, program sosial, dan interaksi digital dengan masyarakat. Namun, penguatan kreativitas konten, konsistensi pengelolaan komunikasi digital, dan optimalisasi partisipasi publik masih diperlukan agar fungsi media sosial sebagai media komunikasi publik dapat berjalan secara lebih maksimal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan oleh Perumda Tirtanadi sebagai media komunikasi publik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat di Sumatera Utara. Pemanfaatan tersebut terlihat melalui penyampaian informasi pelayanan, penggunaan fitur komentar dan direct message (DM), serta publikasi kegiatan perusahaan dan program sosial kepada masyarakat. Dalam perspektif interaksi sosial, Instagram digunakan sebagai ruang komunikasi dua arah antara institusi dan masyarakat. Pengelolaan respons melalui tim *call centre* menunjukkan adanya upaya institusi dalam menjaga responsivitas komunikasi publik di media digital. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya kendala dalam pengelolaan interaksi, seperti ketidaklengkapan informasi dari masyarakat serta inkonsistensi pengelolaan fitur interaksi pada beberapa akun cabang.

Sementara itu, dalam perspektif integrasi sosial, Instagram berperan dalam membangun kedekatan antara Perumda Tirtanadi dan masyarakat melalui publikasi kegiatan pelayanan, program sosial, serta keterlibatan masyarakat dalam ruang komunikasi digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi media yang mendukung hubungan yang lebih partisipatif antara institusi dan masyarakat.

Meskipun demikian, pemanfaatan Instagram oleh Perumda Tirtanadi masih memerlukan optimalisasi, terutama pada aspek konsistensi pengelolaan komunikasi digital, keterbukaan ruang interaksi pada akun cabang, serta peningkatan kualitas visual dan kreativitas konten. Oleh karena itu, diperlukan standarisasi pengelolaan media sosial, penguatan responsivitas komunikasi publik, dan pengembangan strategi konten digital yang lebih menarik agar fungsi media sosial sebagai media komunikasi publik dapat berjalan secara lebih efektif dan partisipatif.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Perumda Tirtanadi Provinsi Sumatera Utara, khususnya Divisi Komunikasi dan Publikasi, yang telah memberikan izin dan dukungan selama proses penelitian berlangsung. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh informan yang telah bersedia memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian dan publikasi artikel ini. Penelitian dilakukan secara independen tanpa adanya tekanan maupun kepentingan tertentu dari pihak mana pun. Seluruh proses penelitian, pengumpulan data, analisis, hingga penulisan artikel dilakukan oleh penulis secara objektif untuk kepentingan akademik.

Daftar Pustaka

Amalia, R. D., & Cindoswari, A. R. (2024). Analisis media sosial Instagram BPJS Kesehatan dalam menanggapi keluhan masyarakat. *Scientia*

- Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(1), 213–224. <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i1.8440>
- Anggraini, P., & Cindoswari, A. R. (2024). Efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Batam sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(4), 47–54. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/9163
- Arianto, B. (2024). *Triangulasi metoda penelitian kualitatif* (I. K. Hatiebi, S. Ghozi, E. Sorongan, & Gozali, Eds.). Borneo Novelty Publishing.
- Arta, K. A. D. P., & Basmantra, I. N. (2024). Strategi pengelolaan media sosial untuk meningkatkan branding, engagement, dan followers perusahaan PT Bina Sarana Cipta. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 126–135. <https://doi.org/10.31100/matappa.v7i4.3530>
- Assyakurrohmi, D., Ikhram, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Sage Publications.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan publikasi (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Dwi, A. R. (2025). *We are social data digital Indonesia 2025*. Andi.
- Hakim, H., Polin, I., & Irwansyah. (2024). Peran media sosial Instagram sebagai media informasi dalam masyarakat 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23), 287–300.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., Takdir, M., Handrina, E., & Wahyudi. (2024). Pengaruh media sosial terhadap pola komunikasi pemerintah dan masyarakat dalam era digital. *Ekasakti Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, 5(1), 23–32. <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i11.2999>
- Magdalena, I., Salsabila, A., Krianasari, D. A., & Apsarini, S. F. (2021). Implementasi model pembelajaran daring pada masa pandemi Covid-19 di kelas III SDN Sindangsari III. *Pandawa*, 3, 119–128. <https://doi.org/10.36088/pandawa.v3i1.1005>
- Masta, H., Aliyah, F., Lea, R. I., Neny, N., Neni, S., Wahyuningsih, P., Moh, A., Rosdiana, Abdul, I., Rini, P., & Romainur. (2022). *Komunikasi kesehatan*. CV. Media Sains Indonesia.
- Rizky, S., & Ritonga, M. H. (2024). Peran humas dalam meningkatkan citra PDAM Tirtanadi Sumatera Utara. *XVIII*, 37–44. <https://doi.org/10.32534/jsfk.v18i1.3952>
- Sinaga, H. A. B., & Azhar, A. A. (2025). Literasi media sebagai solusi tabayyun berita hoax di media sosial pada mahasiswa FDK. *Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 464–475. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4339>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretif, interaktif, dan konstruktif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (5th ed.). Alfabeta.
- Supriyanto, D., Nuryanti, N., & Noegroho, A. (2024). Media sosial dalam efektivitas komunikasi pelayanan publik instansi pemerintah daerah. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 7796–7810. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14048>
- Viastriana, Z., Rosyidi, I., & Darsono, D. (2021). Media sosial sebagai sarana penyebarluasan berita. *ANNABA: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 6, 247–266. <https://doi.org/10.15575/annaba.v10i1.43927>
- Winugra, A. K., & Sartika, I. (2025). Peran media sosial dalam meliput kegiatan/aktivitas Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia. *Cendikia Ilmiah*, 4(5), 356–369. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i5.9819>