

## PEMBUATAN KONTEN FEED MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PADA PELANGGAN PDAM KOTA SURABAYA

**Shinta Arvianti, Eddy Wahyudi**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : [shintavianti28@gmail.com](mailto:shintavianti28@gmail.com), [ediwahyudi@untag-sby.ac.id](mailto:ediwahyudi@untag-sby.ac.id)

### ABSTRAK

Perusahaan Daerah Air Minum Surya Sembada Kota Surabaya merupakan salah satu unit milik daerah yang bergerak dalam memberikan distribusi air bersih bagi masyarakat. Perusahaan ini menggunakan sistem media sosial seperti Instagram dalam pemberian informasi kepada masyarakat yang bertanggung jawab dalam memberikan informasi adalah divisi Hubungan Masyarakat. Selain itu juga bertanggung jawab untuk memberikan konten informasi di sosial media PDAM seperti informasi gangguan air dan daerah yang terdampak, informasi cara pasang pipa baru dan sebagainya. Tujuan penelitian ini agar masyarakat lebih mengetahui informasi mengenai PDAM. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif-Deskriptif. Hasil menunjukkan bahwa masyarakat sudah mengetahui berbagai informasi yang telah disajikan oleh PDAM Surya Sembada di postingan konten akun sosial media seperti tersedianya informasi gangguan air, dan daerah yang terdampak, informasi pembayaran tagihan dan sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa hasil desain konten feed instagram dalam menyampaikan informasi berjalan secara efektif untuk meningkatkan kesadaran kepada masyarakat dan disarankan untuk meningkatkan inovasi desain dan kreativitasnya agar berhasil di masa mendatang.

**Kata kunci:** Pelayanan Publik, Konten Media Sosial, PDAM Kota Surabaya, Divisi Hubungan Masyarakat

### ABSTRACT

*The Surya Sembada Regional Drinking Water Company of Surabaya City is one of the regionally owned units which is engaged in providing clean water distribution to the community. This company uses social media systems such as; In providing information to the public, Instagram is responsible for providing information is the Public Relations division. Apart from that, he is also responsible for providing information content on PDAM social media such as information on water disturbances and affected areas, information on how to install new pipes and so on. The aim of this research is for the public to know more information about PDAM. This research uses a qualitative-descriptive method. The results show that the public is aware of various information that has been presented by PDAM Surya Sembada in social media account content posts such as the availability of information on water disturbances and affected areas, bill payment information and so on. It can be concluded that the results of the Instagram feed content design in conveying information are effective in increasing public awareness and it is recommended to increase design innovation and creativity to be successful in the future.*

**Keywords :** Public Services, Social Media Content, PDAM Kota Surabaya, Public Relations Activities

### PENDAHULUAN

Untuk mencapai Indonesia maju segala permasalahan yang dihadapi oleh suatu negara harus bisa diatasi secara bersama – sama. Air merupakan sumber kehidupan bagi manusia oleh sebab itu, Kualitas Air Minum yang bersih harus diperhatikan agar tidak menimbulkan penyakit yang berbahaya kepada manusia. Pada tahun 1800-1890, Dinas Pengairan Hindia- Belanda membangun saluran air yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan air bersih dan mengalir di daerah Magelang, Mouner serta Bernie merupakan tokoh yang dinilai berjasa dalam penyediaan air bersih di Kota Surabaya. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 1976, Perusahaan Daerah Air Minum merupakan peninggalan jaman Belanda yang dikelola oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mengelola kebutuhan air minum kepada masyarakat Kota Surabaya yang disahkan dengan SK Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Timur pada Tanggal 06 November 1976 No. II/155/76 kemudian diundangkan dalam lembaran Daerah Kotamadya Daerah tingkat II di Surabaya pada tahun 1976 No.4/C.

PDAM Surya Sembada Kota Surabaya merupakan lembaga Daerah yang mengatur distribusi air bersih bagi masyarakat Kota Surabaya. Di dalam Peraturan Pemerintah RI 1990 tentang kualitas air, yang menjelaskan bahwa air sangat penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup manusia untuk kesehatan, ada pula beberapa yang mengandung bibit penyakit yang membahayakan kehidupan manusia (Liana, Suharno, N Panjaitan, 2018). Dalam penelitian (Dhewo Djakti Abrianoro & Wiki Angga Wiksana, 2023) yang berjudul Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Feeds Pemerintah Kota Cirebon pada *feeds* konten media sosial instagram @pemdakotacrb di Kota Cirebon dengan memberikan alasan penggunaan promosi menggunakan akun instagram dikarenakan bersifat fleksibel, interaktif dan mempunyai beragam fitur yang bisa memudahkan interaksi kepada followers instagram tersebut, serta menggunakan tema visual dan makna logo yang mereka miliki.

Dalam penelitian (Irna Nur Azizah, Muhammad Sufyan Abdurrahman, 2022). Dengan Judul Pemanfaatan Akun instagram @kabupatenbogor sebagai media informasi dan komunikasi Di Pemerintahan Kabupaten (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konten Pemerintah Kabupaten Bogor Di Instagram) dan didapatkan hasil yaitu dengan adanya pemanfaatan instagram sebagai alat media untuk memberikan informasi dan komunikasi secara efektif dengan dilakukannya penyesuaian isi pesan dengan penyampaian informasi yang baik. Perusahaan Daerah Air Minum di Daerah Kota Surabaya merupakan Instansi Daerah yang bertanggung jawab untuk melayani masyarakat misalnya dalam hal memberikan informasi kepada pelanggan seperti: Gangguan Air dan Daerah Terdampak, Cara pasang baru di PDAM, Cara cek tagihan air. Optimalisasi dalam pemberian Pelayanan Publik melalui postingan konten feed di instagram sangat penting dan diperhatikan untuk mendukung keberhasilan di masa mendatang. Oleh sebab itu petugas atau staff pegawai PDAM Surya Sembada harus secara cepat membuat inovasi dan kreativitas dalam desain konten untuk meningkatkan kesadaran kepada pelanggan PDAM.

Pemasaran media sosial merupakan penggunaan teknologi, platform, dan berbasis perangkat lunak yang mempunyai tujuan untuk membentuk suatu komunikasi, penyampaian bentuk informasi dan juga penawaran yang memiliki nilai bagi seseorang yang memiliki kepentingan dalam suatu organisasi Menurut Achrisya & Indra (2017:2) Penyampaian informasi di media sosial terhadap masyarakat sangat penting untuk diperhatikan agar penyampaian informasi tersebut dianggap berhasil dalam bentuk informasi secara digital. Bentuk konten feed di instagram juga dibuat dengan bentuk menarik agar minat masyarakat untuk melihat dan memahami isi informasi yang disampaikan bisa dipahami secara mendalam. Oleh sebab itu inovasi dan keterampilan kreativitas perlu untuk ditingkatkan untuk mendukung keberhasilan di akun instagram @pdamsuryasembada di tahun berikutnya.

Berdasarkan manfaat dan akibat dari media sosial, instansi pemerintah daerah menggunakan akun media sosial sebagai wadah berbagi informasi karena media yang tepat harus dipilih ketika menggunakannya untuk menyampaikan informasi. Oleh karena itu, berbagai media harus dipilih sesuai dengan tujuan, pesan yang ingin disampaikan, dan taktik yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi. (Effendy, 2017:37). Pada Divisi Humas (Hubungan Masyarakat) merupakan salah satu divisi unit yang memiliki peran penting bagi Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surabaya. Yang dimana perusahaan tersebut berorientasi pada pelayanan publik, Oleh sebab itu Humas menjadi salah satu divisi yang memberikan pengaruh besar terhadap pemberian informasi kepada masyarakat dan juga mampu untuk menangani keluhan pelanggan yang masuk di media sosial PDAM. Menurut Frank Jefkins (2004:10), definisi *Public Relations Activities* adalah semua komunikasi internal dan eksternal yang terstruktur antara suatu organisasi dan seluruh audiensnya dengan tujuan mencapai tujuan utama, yaitu pemahaman.

Hubungan masyarakat bertanggung jawab penuh terhadap mengelola forum digital media sosial perusahaan seperti; Instagram dalam memberikan informasi lewat instagram dapat menarik dan meningkatkan perhatian dari followers @pdamsuryasembada Penyampaian informasi berbasis digital di akun sosial media PDAM Surya Sembada juga menjadi tanggung jawab Humas Contoh dari Pemberian Informasi berbasis Konten postingan dan video seperti ; Gangguan Distribusi Air, Postingan GERCEP (

Gerak Cepat) gambaran konten yang memuat perbaikan kerusakan seperti pipa air dan daerah yang mengalami dampaknya, Informasi bayar tagihan, Informasi Gangguan Air Keruh dan masih banyak lagi. Selain memberikan informasi Divisi SPV Humas juga bertanggung jawab terhadap keluhan pelanggan yang melakukan pengaduan di media sosial resmi PDAM Surya Sembada seperti aduan; Tagihan Air membengkak, Air Keruh dan sebagainya.

Terkait dengan pelayanan publik menurut Kurniawan (2005:4) mengatakan bahwa melayani kebutuhan individu atau kelompok yang mempunyai kepentingan terhadap organisasi dengan mengikuti pedoman dasar dan protokol yang ditetapkan dikenal dengan istilah pelayanan publik. Oleh karena itu, hubungan masyarakat selalu berupaya untuk meningkatkan standar pelayanan yang diberikan kepada masyarakat agar individu senang dengan bantuan yang diterimanya dari organisasi yang bersangkutan. Ketika harapan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan aktual dibandingkan, kepuasan pelanggan adalah salah satu cara untuk mengevaluasi industri jasa secara keseluruhan. (Handi Irawan,2002). Oleh sebab itu kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap penilaian suatu instansi.

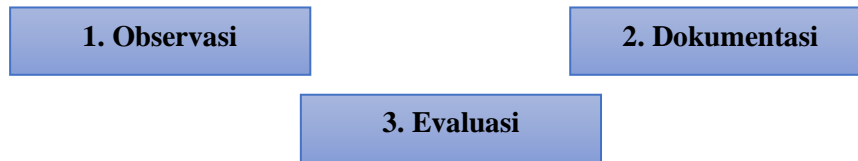
Berdasarkan Observasi awal di Kantor PDAM Kota Surabaya ditemukan masalah “Bagaimana membuat desain konten feed menggunakan aplikasi canva dan capcut untuk feed instagram agar menjadi efektif sehingga dapat meningkatkan kesadaran kepada pelanggan PDAM Kota Surabaya di akun sosial media instagram @pdamsuryasembada. Banyak faktor yang mempengaruhi kesadaran dari masyarakat diantaranya masyarakat bersikap acuh tak acuh terhadap informasi yang diberikan, hasil desain feed yang kurang menarik bagi masyarakat kemudian harus memperhatikan hari dan jam pada jam postingan instagram untuk memposting konten informasi dapat maksimal dengan waktu dan hari agar informasi yang tersampaikan mempunyai peningkatan yang lebih untuk dibaca oleh user atau followers pengikut di akun instagram resmi @pdamsuryasembada.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis merasa perlu untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. dengan harapan agar mahasiswa magang mendapatkan pengalaman dalam kegiatan ini dengan melakukan observasi secara langsung dengan staff pdam surya sembada dan teman – teman magang dari berbagai universitas yang melakukan kegiatan magang ini. Dengan tujuan agar untuk dapat membuat konten informasi pada feed di instagram inovasi dan kreatifitas dari peserta magang dan mengetahui keberhasilan efektivitas desain yang telah dibuat beserta hubungan antara desain konten feed instagram dengan kesadaran pelanggan PDAM Kota Surabaya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Lokasi Penelitian dilakukan di Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surabaya yang beralamat di Jl. Prof. DR. Moestopo No.2, Pacar Keling, Kec.Tambaksari, Surabaya, Jawa Timur 60131. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu dengan observasi, komunikasi dan evaluasi . Observasi dilakukan dengan kegiatan mengumpulkan informasi kemudian mengkaji kegiatan tersebut dan kemudian dibuatkan sebuah konten yang sesuai dengan kegiatan yang dilakukan di perusahaan tersebut, mulai dari Planning perencanaan pembuatan postingan feeds informasi yang akan dibuat. Kemudian proses pembuatan konten ini dilakukan dengan inovasi dari peserta magang dan bekerja sama dengan staff pegawai kantor untuk membuat konten informasi yang menarik agar masyarakat memiliki kesadaran yang tinggi dalam membaca informasi yang telah diupload oleh PDAM Surya Sembada dan yang terakhir adalah Posting hasil konten yang sudah selesai dibuat dengan desain yang baik dan penuh kreativitas siap untuk di posting dalam akun instagram @pdamsuryasembada yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pada masyarakat atau pelanggan pdam surya sembada agar memahami informasi yang berfokus pada upaya meningkatkan kesadaran pada pelanggan PDAM ataupun masyarakat dalam pemberian informasi melalui desain konten di akun instagram PDAM Surya Sembada agar berjalan secara efektif dan efisien. Kegiatan tersebut tentunya diawasi oleh staff divisi HUMAS pada kantor PDAM Surya Sembada Di Kota Surabaya. Sehingga metode tersebut diImplementasikan dalam Tiga

tahapan yaitu : perencanaan pembuatan konten, komunikasi , evaluasi hasil konten dilihat dari insight instagram.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya yang dilakukan oleh staf pegawai divisi humas PDAM Surya Sembada Kota Surabaya dalam menciptakan kesadaran terhadap pelanggan pdam dan juga untuk menghindari penurunan insight postingan yaitu dengan melaksanakan sejumlah program untuk meningkatkan kesadaran terhadap masyarakat dan meningkatkan insight postingan di instagram pdam dimasa mendatang diantaranya :

1. Observasi dengan mengumpulkan informasi dalam membuat konten feeds di instagram @pdamsuryasembada : Yakni dengan melakukan pengumpulan informasi seperti mengkaji suatu peristiwa atau kegiatan yang sedang berlangsung, kemudian berdiskusi dengan staf pdam untuk memberikan penulisan judul kegiatan dalam proses planning konten feeds di instagram, selain itu juga melihat referensi pada postingan sebelumnya yang sudah di posting di akun instagram untuk membuat inovasi terbaru dengan desain yang lebih baik dari konten sebelumnya dan melakukan pengamatan pada insight instagram postingan yang disukai oleh masyarakat seperti apa dalam desain, hari di posting perlu untuk diperhatikan.
2. Komunikasi ( dalam memberikan informasi di dalam konten feeds di instagram @pdamsuryasembada) : Dalam melakukan kegiatan desain konten untuk memberikan informasi kepada masyarakat, Humas pdam surya sembada memilih instagram sebagai platform penyampaian informasi kepada masyarakat. Pemberian informasi berbasis digital ini sangat membantu efektivitas dalam komunikasi, informasi yang di unggah di instagram bersifat lengkap dan juga bersifat nyata. Dengan menggunakan instagram dapat memperluas jaringan komunikasi terdapat berbagai fitur di aplikasi instagram tersebut.



Gambar 2. Hasil konten feeds instagram yang memberikan informasi

3. Evaluasi (Evaluasi hasil kinerja desain konten feeds di instagram @pdamsuryasembada) : Dengan adanya kegiatan evaluasi kinerja desain konten ini memberikan dampak positif yang bisa menilai hasil kinerja yang sudah dibuat sebelumnya, jika insight postingan di akun instagram meningkat maka perlu ditingkatkan lagi kinerja inovasi desain konten dan pemberian informasi dalam konten tersebut juga harus disertai komunikasi yang jelas dan bahasa yang baik. Dengan terciptanya hasil konten yang baik diharapkan dapat meningkatkan kesadaran terhadap masyarakat. Dan tidak hanya

itu saja jika ada beberapa masyarakat yang masih kurang kesadaran dengan mengomentari konten tersebut maka tugas yang dilakukan oleh divisi humas pdam surya sembeda adalah merespons komentar tersebut dengan cepat agar proses pelayanan publik berjalan dengan efektif.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dapat disimpulkan bahwa dari pembahasan diatas terdapat 3 program yang dilaksanakan oleh perusahaan daerah air minum kota surabaya dalam mengatasi permasalahan dalam menciptakan kesadaran terhadap pelanggan pdam melalui konten di feeds instagram dan juga untuk meningkatkan insight postingan, pelayanan publik di kantor sudah berjalan secara optimal, yaitu mengadakan observasi ( pengumpulan informasi dalam membuat konten feeds di akun instagram @pdamsuryasembada, melakukan komunikasi ( dalam memberikan pesan informasi di postingan @pdamsuryasembada, dan evaluasi (hasil kinerja desain konten feeds di instagram @pdamsuryasembada. namun ketika di lihat dari insight postingan di instagram dengan respons kesadaran masyarakat masih rendah dilihat dari adanya beberapa masyarakat yang kurang memahami informasi yang diberikan sehingga berkomentar pada postingan tersebut, selain itu juga ada beberapa masyarakat yang tidak mau mencari informasi gangguan melalui postingan di instagram. Manfaat dari kegiatan tersebut adalah untuk melihat seberapa jauh masyarakat memiliki kesadaran dalam mencari informasi melalui feeds di instagram dengan adanya pemberian informasi secara terbuka di sosial media ini dapat memudahkan masyarakat untuk mencari informasi apa yang ingin dicari agar kesadaran masyarakat terus meningkat. Diharapkan untuk meningkatkan inovasi serta kreativitas dalam media sosial dengan menggunakan aplikasi lainnya seperti tiktok untuk memberikan informasi agar berjalan lebih efektif. Memperhatikan juga hari dan jam sesuai jam aktivitas masyarakat menggunakan media sosial agar kesadaran masyarakat optimal seperti jam 5 pagi hingga jam 6 sore agar tersampaikan secara efektif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abrianoro, D. D., & Wiksana, W. A. (2023). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Feeds Pemerintah Kota Cirebon. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 379–386. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.7200>
- Agung Imawan, Y., & Dwi Pribadi, J. (n.d.). *Pembuatan Desain Feed Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Falahfood.Id*.
- Komunikasi Di Pemerintahan Kabupaten, D., Nur Azizah, I., & Sufyan Abdurrahman, M. (n.d.). *Pemanfaatan Akun Instagram @Kabupaten.Bogor Sebagai Media Informasi Utilization Of The Instagram Account @Kabupaten.Bogor As A District Government Information And Communication Media (Qualitative Descriptive Study Of Content About Bogor Regency Government On Instagram)*.
- Rahmawati, E. P., & Purwanto, S. (2022). Optimasi Media Sosial Instagram Sebagai Penunjang Digital Marketing Pada Pt Disty Teknologi Indonesia. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 2, Issue 3). [https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya\\_jpm/index](https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index)
- Yulianto, U. H. (2023). Dampak Penerapan Sosial CRM dan Peran Instagram sebagai Alat Promosi Pariwisata (Jawa Timur Park3). *Jesya*, 6(2), 2230–2241. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1215>
- Aulia Grisatita, J., Lestari, M. T., Komunikasi, I., & Masyarakat, H. (n.d.). *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Rok Galiya Sebagai Media Komunikasi Pemasaran*. [www.rokgaliya.co.id](http://www.rokgaliya.co.id)
- Tinjauan Strategi Content Marketing Melalui Instagram (Studi Kasus Pada PT Refika Aditama Tahun 2022)*. (n.d.). <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/03/08/social-media->