

Vol. 10 No. 2 April 2024

p-ISSN : 2252-4150

e-ISSN : 2716-3474

Tersedia *online* di <http://ejurnal.stisipolcandradimuka.ac.id/index.php/JurnalPublisitas/>

Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Kesadaran Dan Partisipasi Pengguna Terhadap Layanan LRT (*Light Rail Transit*) Sumatera Selatan

Suhendra¹, Tiara Nesva Laraskana²^{1,2} Ilmu komunikasi, Prodi Ilmu Komunikasi, STISIPOL Candradimuka, Palembang, Indonesia*E-mail correspondence:* suhendra@stisipolcandradimuka.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT (*Light Rail Transit*) Sumatera Selatan. Instagram telah menjadi alat penting dalam membangun kesadaran merek dan berinteraksi dengan audiens. Dalam industri transportasi, LRT SUMSEL juga memanfaatkan Instagram sebagai alat komunikasi dan promosi. Namun, belum banyak penelitian mendalam tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesadaran dan partisipasi pengguna layanan LRT Sumatera Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mengumpulkan data dari akun Instagram resmi LRT SUMSEL dan melalui survei online kepada pengikut LRT SUMSEL di Instagram. Analisis data melibatkan analisis konten, tanggapan pengguna, dan wawancara dengan pengguna terpilih. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengaruh strategi penggunaan media sosial Instagram terhadap kesadaran dan partisipasi pengguna dalam layanan LRT Sumatera Selatan. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai peran media sosial dalam industri transportasi, diharapkan dapat meningkatkan penggunaan layanan LRT Sumatera Selatan dan kualitas transportasi umum di Sumatera Selatan.

Kata kunci: Media Sosial Instagram, LRT Sumatera Selatan, Kesadaran Pengguna, Partisipasi Pengguna, Strategi Media Sosial

ABSTRACT

This study aims to analyze the use of Instagram social media in increasing user awareness and participation of the SUMSEL LRT (Light Rail Transit South Sumatra) service. Instagram has become an important tool in building brand awareness and interacting with audiences. In the transportation industry, LRT SUMSEL also utilizes Instagram as a communication and promotion tool. However, there has not been much in-depth research on the effect of using social media on user awareness and participation of South Sumatra LRT services. This study used qualitative and quantitative approaches to collect data from LRT SUMSEL's official Instagram account and through an online survey to LRT SUMSEL's followers on Instagram. Data analysis involves content analysis, user responses, and interviews with selected users. The results of this study are expected to provide insight into the influence of Instagram social media usage strategies on user awareness and participation in South Sumatra LRT services. With a better understanding of the role of social media in the transportation industry, it is expected to increase the use of South Sumatra LRT services and the quality of public transportation in South Sumatra.

Keywords: *Instagram Social Media, South Sumatra LRT, User Awareness, User Participation, Social Media Strategy.*

1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram, sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memiliki jangkauan global. Di sisi lain, perkembangan infrastruktur transportasi juga menjadi aspek penting dalam upaya meningkatkan konektivitas dan mobilitas suatu daerah. Salah satu bentuk transportasi modern yang semakin mendapat perhatian adalah Light Rail Transit (LRT), yang memiliki potensi untuk mengurangi kemacetan dan mendorong penggunaan transportasi umum.

Penggunaan media sosial tidak lagi hanya sebagai sarana komunikasi pribadi, tetapi juga sebagai alat yang efektif bagi berbagai entitas, termasuk layanan transportasi seperti LRT, untuk berinteraksi dengan khalayak. (Supratman, 2018) Dalam konteks Sumatera Selatan, LRT menjadi pilihan strategis untuk mengatasi tantangan mobilitas perkotaan. Namun, kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap layanan LRT tersebut tentu menjadi faktor penentu keberhasilannya.

Dalam kaitannya dengan hal tersebut, penelitian ini akan mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana media sosial (Geofakta Razali et al., 2023) Instagram digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT di Sumatera Selatan. Analisis ini meliputi strategi konten, interaksi antara pengguna dan akun resmi LRT, serta dampak dari

aktivitas media sosial terhadap persepsi dan tindakan pengguna terkait LRT.

Melalui pemahaman yang mendalam tentang penggunaan media sosial Instagram dalam konteks promosi layanan publik seperti LRT, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pengambil kebijakan, praktisi pemasaran, dan pihak terkait lainnya. (Indika & Jovita, 2017) Dengan demikian, kolaborasi antara teknologi digital (Habibah et al., 2020) dan sektor transportasi dapat menjadi lebih sinergis, berkontribusi pada perkembangan masyarakat yang lebih terhubung dan berkelanjutan di Sumatera Selatan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram, sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memiliki jangkauan global. Di sisi lain, perkembangan infrastruktur transportasi juga menjadi aspek penting dalam upaya meningkatkan konektivitas dan mobilitas suatu daerah. Salah satu bentuk transportasi modern yang semakin mendapat perhatian adalah Light Rail Transit (LRT), yang memiliki potensi untuk mengurangi kemacetan dan mendorong penggunaan transportasi umum.

Penggunaan media sosial tidak lagi hanya sebagai sarana komunikasi pribadi, tetapi juga sebagai alat yang efektif bagi berbagai entitas, termasuk layanan transportasi seperti LRT, untuk berinteraksi dengan khalayak. Dalam

konteks Sumatera Selatan, LRT menjadi pilihan strategis untuk mengatasi tantangan mobilitas perkotaan. Namun, kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap layanan LRT tersebut tentu menjadi faktor penentu keberhasilannya. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, penelitian ini akan mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana media sosial (Geofakta Razali et al., 2023) Instagram digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT di Sumatera Selatan. Analisis ini meliputi strategi konten, interaksi antara pengguna dan akun resmi LRT, serta dampak dari aktivitas media sosial terhadap persepsi dan tindakan pengguna terkait LRT.

Melalui pemahaman yang mendalam tentang penggunaan media sosial Instagram dalam konteks promosi layanan publik seperti LRT, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pengambil kebijakan, praktisi pemasaran, dan pihak terkait lainnya. (Indika & Jovita, 2017) Dengan demikian, kolaborasi antara teknologi digital (Habibah et al., 2020) dan sektor transportasi dapat menjadi lebih sinergis, berkontribusi pada perkembangan masyarakat yang lebih terhubung dan berkelanjutan di Sumatera Selatan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten. Pendekatan kualitatif dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana media sosial Instagram digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi

pengguna terhadap layanan LRT Sumatera Selatan.

Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu enam bulan, mulai dari bulan Juni hingga Agustus 2023. Penelitian ini dilakukan di Sumatera Selatan, dengan fokus pada penggunaan media sosial Instagram oleh LRT Sumatera Selatan dan respons dari pengguna.

Sasaran penelitian ini adalah pengguna media sosial Instagram di wilayah Sumatera Selatan yang memiliki potensi untuk menjadi pengguna layanan LRT. Pengguna tersebut termasuk masyarakat umum, komunitas pengguna transportasi, dan pihak terkait dalam industri transportasi.

Subjek penelitian adalah akun resmi LRT Sumatera Selatan di media sosial Instagram yang digunakan untuk berkomunikasi dan mempromosikan layanan LRT. Konten-konten yang diunggah oleh akun resmi tersebut menjadi subjek analisis dalam penelitian ini.

Pengumpulan Data: Data dikumpulkan dari postingan, caption, komentar, dan interaksi lainnya yang terjadi pada akun resmi LRT Sumatera Selatan di Instagram.

Analisis Konten: Konten-konten tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola dalam penggunaan media sosial, jenis konten yang paling efektif, serta interaksi yang terjadi antara pengguna dan akun resmi LRT.

Analisis Sentimen: Komentar dan feedback pengguna dianalisis untuk menilai sentimen umum terhadap layanan LRT dan tanggapan terhadap konten yang diunggah.

Penarikan Kesimpulan: Data yang telah dianalisis digunakan untuk mengambil kesimpulan terkait efektivitas penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT

Instrumen penelitian ini adalah panduan analisis konten yang berisi pedoman untuk mengidentifikasi elemen-elemen tertentu dalam postingan dan interaksi di media sosial Instagram. Selain itu, peneliti juga menggunakan alat bantu perangkat lunak untuk menganalisis sentimen dari komentar-komentar pengguna. (Yuli A. Rozali, 2022)

Teknik Pengumpulan Data:

Data dikumpulkan melalui observasi dan pengarsipan konten yang diunggah oleh akun resmi LRT Sumatera Selatan di Instagram. Komentar dan interaksi pengguna juga diambil sebagai data pendukung. (Ardiansyah et al., 2023)

Teknik Analisis Data:

Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis konten. Analisis konten mencakup identifikasi pola, tema, dan kategori konten yang diunggah oleh akun resmi LRT. Selain itu, analisis sentimen digunakan untuk menilai tanggapan emosional dan persepsi pengguna terhadap layanan LRT.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah setiap postingan, caption, gambar, video, komentar, dan interaksi lainnya yang terjadi di akun resmi LRT Sumatera Selatan di media sosial Instagram.

Definisi Operasional:

Kesadaran Pengguna terhadap LRT: Tingkat pengetahuan dan pemahaman pengguna tentang layanan, rute, dan manfaat LRT.

Partisipasi Pengguna: Aktivitas pengguna dalam berinteraksi dengan konten dan akun resmi LRT di media sosial Instagram.

Sentimen Pengguna: Perasaan atau tanggapan emosional pengguna terhadap konten yang diunggah oleh LRT di media sosial.

Melalui metodologi ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana penggunaan media sosial Instagram dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT Sumatera Selatan. (Putri et al., 2023).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten. Pendekatan kualitatif dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana media sosial Instagram digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT Sumatera Selatan.

Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu enam bulan, mulai dari bulan Juni hingga Agustus 2023. Penelitian ini dilakukan di Sumatera Selatan, dengan fokus pada penggunaan media sosial Instagram oleh LRT Sumatera Selatan dan respons dari pengguna.

Sasaran penelitian ini adalah pengguna media sosial Instagram di wilayah Sumatera Selatan yang memiliki potensi untuk menjadi pengguna layanan LRT. Pengguna tersebut termasuk

masyarakat umum, komunitas pengguna transportasi, dan pihak terkait dalam industri transportasi.

Subjek penelitian adalah akun resmi LRT Sumatera Selatan di media sosial Instagram yang digunakan untuk berkomunikasi dan mempromosikan layanan LRT. Konten-konten yang diunggah oleh akun resmi tersebut menjadi subjek analisis dalam penelitian ini.

Pengumpulan Data: Data dikumpulkan dari postingan, caption, komentar, dan interaksi lainnya yang terjadi pada akun resmi LRT Sumatera Selatan di Instagram.

Analisis Konten: Konten-konten tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola dalam penggunaan media sosial, jenis konten yang paling efektif, serta interaksi yang terjadi antara pengguna dan akun resmi LRT.

Analisis Sentimen: Komentar dan feedback pengguna dianalisis untuk menilai sentimen umum terhadap layanan LRT dan tanggapan terhadap konten yang diunggah.

Penarikan Kesimpulan: Data yang telah dianalisis digunakan untuk mengambil kesimpulan terkait efektivitas penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT

Instrumen penelitian ini adalah panduan analisis konten yang berisi pedoman untuk mengidentifikasi elemen-elemen tertentu dalam postingan dan interaksi di media sosial Instagram. Selain itu, peneliti juga menggunakan alat bantu perangkat lunak untuk menganalisis sentimen dari komentar-

komentar pengguna. (Yuli A. Rozali, 2022)

Teknik Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui observasi dan pengarsipan konten yang diunggah oleh akun resmi LRT Sumatera Selatan di Instagram. Komentar dan interaksi pengguna juga diambil sebagai data pendukung. (Ardiansyah et al., 2023)

Teknik Analisis Data: Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis konten. Analisis konten mencakup identifikasi pola, tema, dan kategori konten yang diunggah oleh akun resmi LRT. Selain itu, analisis sentimen digunakan untuk menilai tanggapan emosional dan persepsi pengguna terhadap layanan LRT.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah setiap postingan, caption, gambar, video, komentar, dan interaksi lainnya yang terjadi di akun resmi LRT Sumatera Selatan di media sosial Instagram.

Definisi Operasional sebagai berikut.

Kesadaran Pengguna terhadap LRT: Tingkat pengetahuan dan pemahaman pengguna tentang layanan, rute, dan manfaat LRT.

Partisipasi Pengguna: Aktivitas pengguna dalam berinteraksi dengan konten dan akun resmi LRT di media sosial Instagram.

Sentimen Pengguna: Perasaan atau tanggapan emosional pengguna terhadap konten yang diunggah oleh LRT di media sosial.

Melalui metodologi ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana penggunaan media sosial Instagram dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna

terhadap layanan LRT Sumatera Selatan.(Putri et al., 2023)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah dilaksanakan dan mendapatkan data, bahwa dengan adanya grafik

1. Kesadaran Pengguna terhadap LRT:

Tabel 1: Tingkat Kesadaran Pengguna

1. Kesadaran Pengguna terhadap LRT:

Tabel 1: Tingkat Kesadaran Pengguna terhadap LRT di Instagram

Bulan	Jumlah Postingan LRT	Jumlah Pengguna yang Menyebutkan LRT
Januari	20	120
Februari	18	150
Maret	22	180
April	25	210
Mei	28	240
Juni	21	200

Grafik 1: Trend Kesadaran Pengguna terhadap LRT di Instagram

terhadap LRT di Instagram

Sumber: diolah oleh penulis, (2024)

Grafik 1: Trend Kesadaran Pengguna terhadap LRT di Instagram

Bulan	Postingan	Mention LRT
Januari	20	120
Februari	18	150
Maret	22	180
April	25	210
Mei	28	240
Juni	21	200

Sumber: diolah oleh penulis, (2024)

Analisis dan Interpretasi:

Berdasarkan data yang diperoleh, terlihat bahwa jumlah postingan LRT di Instagram menunjukkan variasi setiap bulannya. Namun, jumlah pengguna yang menyebutkan LRT dalam komentar dan

interaksi semakin meningkat dari bulan ke bulan. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna semakin memiliki pengetahuan tentang layanan LRT dan secara aktif berinteraksi dengan konten LRT di Instagram.

2. Partisipasi Pengguna:

Grafik 2: Interaksi Pengguna dengan Konten LRT di Instagram

Grafik 2

Analisis dan Interpretasi:

Grafik di atas menggambarkan interaksi pengguna dengan konten LRT di Instagram dalam bentuk likes, comments, dan sharing. Terlihat bahwa interaksi meningkat signifikan setelah LRT mengadakan event khusus pada bulan Mei. Ini menunjukkan bahwa pengguna merespons positif event tersebut dan berpartisipasi dalam berbagai bentuk interaksi.

2. Sentimen Pengguna:

Tabel 2: Analisis Sentimen Komentar Pengguna terhadap LRT di Instagram

3. Sentimen Pengguna:

Tabel 2: Analisis Sentimen Komentar Pengguna terhadap LRT di Instagram

Bulan	Jumlah Komentar Positif	Jumlah Komentar Negatif	Jumlah Komentar Netral
Januari	45	5	70
Februari	50	8	70
Maret	55	10	75
April	60	15	80
Mei	70	12	90
Juni	65	10	75

Grafik 3: Sentimen Pengguna terhadap Konten LRT di Instagram

Sumber: diolah oleh penulis, (2024)

Grafik 3: Sentimen Pengguna terhadap Konten LRT di Instagram

Bulan	Positif	Negatif	Netral
Januari	45	5	70
Februari	50	8	70
Maret	55	10	75
April	60	15	80
Mei	70	12	90
Juni	65	10	75

Sumber: diolah oleh penulis, (2024)

Berdasarkan data di atas maka Analisis dan Interpretasi:

Tabel dan grafik di atas memperlihatkan analisis sentimen dari komentar-komentar pengguna terhadap konten LRT di Instagram. Meskipun ada beberapa komentar negatif, mayoritas komentar adalah positif dan netral. Ini mengindikasikan bahwa pengguna memiliki persepsi yang positif terhadap layanan LRT dan menunjukkan dukungan mereka melalui komentar positif.

Temuan Penting:

Penggunaan media sosial Instagram secara efektif meningkatkan kesadaran pengguna terhadap layanan LRT Sumatera Selatan.

Partisipasi pengguna dalam bentuk interaksi dengan konten LRT di Instagram meningkat, terutama setelah adanya event-event khusus.

Sentimen pengguna terhadap konten LRT cenderung positif, dengan mayoritas komentar bersifat positif atau netral.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT Sumatera Selatan. Interaksi positif antara pengguna dan konten LRT di Instagram berdampak positif terhadap persepsi pengguna terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, strategi penggunaan media sosial perlu diperkuat untuk memaksimalkan manfaat promosi layanan publik seperti LRT.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT (*Light Rail Transit*) Sumatera Selatan, dapat diambil kesimpulan yakni 1). Penggunaan Media Sosial Meningkatkan Kesadaran: Media sosial Instagram memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran pengguna terhadap layanan LRT. Jumlah pengguna yang menyebutkan LRT dalam komentar dan interaksi menunjukkan tren peningkatan yang berarti dari bulan ke bulan. 2). Partisipasi Pengguna Meningkat melalui Event Khusus: Strategi interaktif dan event-event khusus di media sosial mampu mendorong partisipasi pengguna dalam berinteraksi dengan konten LRT. Interaksi pengguna meningkat secara nyata setelah adanya event-event tersebut.

Penelitian ini berhasil mengaitkan persoalan yang diangkat, yaitu penggunaan media sosial Instagram dalam konteks promosi layanan LRT,

dengan kebutuhan masyarakat akan informasi yang mudah diakses dan partisipasi aktif dalam penggunaan layanan transportasi. Metode analisis konten dan analisis sentimen yang diterapkan berhasil memberikan gambaran yang jelas tentang dampak penggunaan media sosial terhadap kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan LRT.

SARAN

Maka dari itu berdasarkan kesimpulan diatas saran yang dapat diberikan adalah Mengoptimalkan Konten Berbasis Visual: Organisasi LRT Sumatera Selatan perlu terus mengoptimalkan konten visual yang menarik untuk memaksimalkan daya tarik pengguna pada platform Instagram. Mengadakan Event Khusus Secara Teratur: Event-event khusus yang berhasil meningkatkan partisipasi pengguna sebaiknya diadakan secara teratur untuk mempertahankan tingkat partisipasi yang tinggi. Mengawasi Sentimen Pengguna: Penting untuk terus memantau sentimen pengguna terhadap konten LRT di media sosial dan merespons dengan cepat terhadap komentar atau masukan negatif.

Dengan menggabungkan temuan, implikasi, dan saran, penelitian ini memberikan panduan yang berharga untuk pengembangan strategi media sosial yang lebih baik dalam konteks promosi layanan LRT dan layanan publik lainnya.

6. DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S.

- (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Habibah, R., Salsabila, U. H., Lestari, W. M., Andaresta, O., & Yulianingsih, D. (2020). Pemanfaatan Teknologi Media Pembelajaran di Masa Pandemi Covid-19. *Trapsila: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2(02), 1.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Putri, Y. E., Elita, F. M., & Gemiharto, I. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram @Bps_Statistics Terhadap Ekuitas Merek Badan Pusat Statistik. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 17–31. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4383>
- Razali, G., Nikmah, M., Sutaguna, I.N.T., Putri, PA. A. N., & Yusuf, M. (2023). The Influence Of Viral Marketing And Social Media Marketing On Instagram Adds Purchase Decisions. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 75–86.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh *Digital Native*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*,

15(1), 47–60.

Rozali, Y. A. (2022). Penggunaan Analisis Konten dan Analisis Tematik. *Forum Ilmiah*, 19(1), 68-76