

PENGUNAAN *INSTAGRAM* LRT (LIGHT RAIL TRANSIT) SEBAGAI MEDIA INFORMASI MASYARAKAT

Isnawijayani¹, Nadiyah Oktaviani²

Universitas Bina Darma
 e-mail: 1
 Wxxy.nay30@icloud.com

ABSTRAK

Dalam perkembangan teknologi yang menghasilkan keterbukaan dan perluasan informasi. ketika media sosial digunakan sebagai media penyebar informasi di masyarakat. LRT (*Light Rail Transit*) Palembang telah memanfaatkan media sebagai branding. Media sosial merupakan media yang mampu menjadi sarana atau alternatif untuk menyelesaikan sebuah masalah eksistensi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Harus dipahami dalam melakukan publikasi yang maksimal tidak hanya dari jumlah berbagi media yang memuat, melainkan dengan cara penyampaian informasi yang benar-benar lengkap dan mudah dipahami dan dicerna oleh masyarakat. Media publikasi yang digunakan dalam beberapa tahun terakhir, sangat sering digunakan.

Pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh LRT dalam mempublish segala kegiatan yang dilakukan seperti informasi di *instagram* yang terus diupdate, jadwal keberangkatan penumpang, ada juga promo-promo makanan dan minuman distasiun Lrt, promo-promo kartu Lrt dan kegiatan-kegiatan yang berlangsung distasiun kita akan memberitahu di *instagram*, dan masih banyak proyek yang lainnya. kegiatan-kegiatan tersebut kemudian di update di media sosial LRT. LRT memperkenalkan media *instagram* kepada masyarakat dengan cara mensosialisasikan akun *instagram*, jika kita ada lomba, ada kegiatan distasiun Lrt selalu mensosialisasikan untuk *follow instagram* Lrt. Masyarakat jadi lebih banyak mengetahui tentang media sosial *instagram*. Dengan cara tersebut mereka telah berhasil memperkenalkan *instagram* LRT ke masyarakat Palembang. *Instagram* sebaiknya lebih meningkatkan lagi dalam hal mengelola dan menggunakan media-media yang digunakan khususnya media *Instagram* agar masyarakat dapat lebih menarik dan semakin mengenal akun *instagram Lrt @lrtsumselofficial*

Kata kunci : *Instagram*; LRT Palembang; Media Informasi

ABSTRACT

In technological developments that result in openness and expansion of information. when social media is used as a medium for disseminating information in society. Palembang LRT (Light Rail Transit) has utilized media as branding. Social media is a medium that can be a means or alternative for solving an existential problem. This research was carried out using a qualitative approach with descriptive methods. It must be understood that in making maximum publications, it is not only about the number of media shares that contain it, but also by conveying information that is truly complete and easy for the public to understand and digest. The publication media used in recent years has been used very frequently.

The use of social media used by LRT in publishing all activities carried out such as information on Instagram which is continuously updated, passenger departure schedules, there are also food and drink promos at LRT stations, LRT card promos and activities taking place at stations we will inform on Instagram, and there are many other projects. These activities are then updated on LRT social media. LRT introduces Instagram media to the public by socializing Instagram accounts, if we have competitions, there are activities at LRT stations, we always socialize to follow LRT Instagram. People know more about Instagram social media. In this way, they have succeeded in introducing the LRT Instagram to the people of Palembang. Instagram should improve further in terms of managing and using the media used, especially Instagram media, so that people can be more interesting and get to know the LRT Instagram account @lrtsumselofficial.

Keywords : *Instagram*; LRT Palembang; information media

PENDAHULUAN

Saat ini manusia lebih sering komunikasi melalui media sosial, karena mempermudah interaksi dan komunikasi yang tanpa batas. Dengan kemudahan tersebut, jutaan manusia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs jejaringan sosial. Keberadaan situs jejaring sosial ini memudahkan kita untuk berinteraksi secara mudah dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan menggunakan telepon (Aleman & Wartman, 2009). Selain itu, dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat (Lin & Atkin, 2002).

Instagram merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mengikuti akun *instagram* kita. Makin populernya *instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto atau vidio. Tujuan umum dari *instagram* itu sendiri salah satunya yakni sebagai sarana mempublikasikan kegiatan,tempat atau dirinya sendiri. *Instagram* menjadi media yang populer hingga saat ini rata-rata semua orang memiliki *instagram*.Hal yang didapatkan menggunakan *instagram* sangat banyak mulai dari mencari informasi,pemberitahuan,dan lain-lain.

Palembang, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, telah memperkenalkan LRT sebagai salah satu alternatif transportasi massal yang efisien dan ramah lingkungan. dalam upaya meningkatkan pengalaman pengguna LRT dan meningkatkan efisiensi operasional, penerapan media komunikasi menjadi penting dalam aktivitas LRT Palembang. LRT sebagai sistem angkutan cepat dengan model Lintas Rel Terpadu yang dibangun di Palembang .

Akun *instagram* yang dimiliki LRT dengan nama pengguna @lrtsumselofficial. Akun ini merupakan media massa *online* yang dijadikan tempat untuk memberikan informasi informasi tentang LRT kepada seluruh masyarakat pengguna Instagram terkhusus kepada para pengguna LRT. Akun Istagarm ini pertam kali dibuat pada tahun 2018, untuk pengguna yang telah meingikuti akun Instagram @lrtsumselofficial ini sudah mencapai 25,1 rb pengguna dengan 1.357

postingan kegiatan. Tujuan lrt membuat akun instagram untuk mempermudah penumpang atau masyarakat di palembang supaya kalau ada informasi terkait lrt itu cepat tersampaikan karena adanya instagram.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini. Ke- gunaan untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran untuk mendukung kegiatan penelitain berikutnya:

1. Perbedaan peneliti dengan penelitian Cindie Sya'bania Feroza dan Desy Misnawati 2020. Penggunaan media sosial instagram pada akun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan Cindie Sya'bania Feroza dan Desy Misnawati 2020 meneliti tentang penggunaan media sosial instagram sebagai media komunikasi, sedangkan peneliti sendiri membahas tentang Penggunaan Instagram LRT(Light Rail Transit) Sebagai Media Informasi Masyarakat Palembang. Persamaan peneliti Cindie Sya'bania Feroza dan Desy Misnawati 2020 dengan peneliti yaitu sama-sama membahas instagram sebagai media informasi masyarakat.
2. Perbedaan peneliti dengan penelitian Difa Nurhasna Ayutiani dan Berlian Primadani Satria Putri 2018. Penggunaan akun instagram sebagai media informasi wisata kuliner, Difa Nurhasna Ayutiani dan Berlian Primadani Satria Putri 2018 meneliti tentang penggunaan akun instagram sebagai media informasi wisata kuliner, sedangkan peneliti sendiri membahas tentang Penggunaan Instagram LRT(Light Rail Transit) Sebagai Media Informasi Masyarakat Palembang. Persamaan Peneliti Difa Nurhasna Ayutiani dan Berlian Primadani Satria Putri 2018 dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang media informasi.
3. Perbedaan peneliti dengan penelitian Hasan Sazali dan Ainun Sukariah 2021

Pemanfaatan media sosial (instagram) oleh humas CT foundation sebagai media informasi dan publikasi dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan 2021 meneliti tentang pemanfaatan media sosial (instagram) oleh humas CT foundation sebagai media informasi dan publikasi dalam meningkatkan citra lembaga, sedangkan peneliti sendiri membahas tentang Penggunaan Instagram LRT (Light Rail Transit) Sebagai Media Informasi Masyarakat Palembang. Persamaan penelitian Hasan Sazali dan Ainun Sukariah 2021 dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang media sosial (instagram) sebagai media informasi

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah cara dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah yaitu sebuah proses dalam ilmu pengetahuan yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan hati-hati dan teratur hingga menciptakan sebuah kebenaran yang realita. Untuk mencapai hasil yang optimal, sistematis, juga secara moral dapat dipertanggung jawabkan, maka sebuah penelitian harus mempunyai metode tertentu untuk mencapai hasil pengetahuan yang akurat. Menurut Suharsimi Arikunto (2013) bahwa: "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian"

Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara melalui wawancara, observasi dan dokumentasi pada Balai Pengelola Kereta Api

KESIMPULAN

Pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh LRT dalam mempublish segala kegiatan yang dilakukan seperti informasi di *instagram* yang terus diupdate, jadwal keberangkatan penumpang, ada juga promo-promo makanan dan minuman distasiun Lrt, promo-promo kartu Lrt dan kegiatan-kegiatan yang berlangsung distasiun kita akan memberitahu di *instagram*, dan masih banyak proyek yang lainnya. Kegiatan-kegiatan tersebut kemudian di update di media sosial LRT. LRT memperkenalkan media *instagram* kepada masyarakat dengan cara mensosialisasikan

Ringan Palembang. Studi yang diambil dengan cara wawancara kepada pihak staff humas. Peneliti memberikan 7 pertanyaan kepada staff humas LRT Palembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun *instagram* yang dimiliki LRT dengan nama pengguna @Irtsumselofficial. Akun ini merupakan media sosial yang dijadikan tempat untuk memberikan informasi-informasi tentang LRT kepada seluruh masyarakat pengguna Instagram terkhusus kepada para pengguna LRT. Akun Instagram ini pertama kali dibuat pada tahun 2018, untuk pengguna yang telah mengikuti akun Instagram @Irtsumselofficial ini sudah mencapai 25,1 rb pengguna dengan 1.357 postingan kegiatan.

Alasan LRT memilih media Instagram sebagai sarana informasi karena LRT terbentuk pada tahun 2016 dimana pada saat itu banyaknya pengguna media lain seperti *FaceBook*, *Twitter* beralih ke *Instagram* dengan begitu mudah dan cepat. Dengan adanya media sosial yang digunakan, LRT semakin eksis dan banyak ingin mengetahui perkembangan LRT Palembang.

Dengan berjalannya waktu media *Instagram* semakin mempermudah pengguna untuk berinteraksi kepada pengguna lainnya terkhusus pengguna LRT yang ada di dalam maupun di luar Palembang terkait agenda kegiatan yang telah di publikasikan di akun *Instagram* @Irtsumselofficial tentunya informasi-informasi LRT Palembang seperti Informasi penumpang, penumpang dapat mengakses informasi jadwal keberangkatan. Pemberitahuan dan Pengumuman, *instagram* memberikan pengumuman dan pemberitahuan kepada penumpang secara efektif.

akun *instagram*, jika kita ada lomba, ada kegiatan distasiun Lrt selalu mensosialisasikan untuk *follow instagram* Lrt. Masyarakat jadi lebih banyak mengetahui tentang media sosial *instagram*. Dengan cara tersebut mereka telah berhasil memperkenalkan *instagram* LRT ke masyarakat Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- A. A., & S.Pd, J. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.

- Ayutiani, D. N., & Putri Satria, B. P. (2018). *Penggunaan akun instagram sebagai media informasi wisata kuliner. Profesi Humas*, 51.
- Baran, S. J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Buana, T., & Maharani, D. (2020). *L'. Jurnal Inovasi*.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Et al., W. L. (2003). *Media Massa Masyarakat dan Modern*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHIL_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. JURNAL INOVASI*, 37.
- FOSS, K. A., & LITTLEJOHN, S. W. (2009). *TEORI KOMUNIKASI*. Jakarta: Penerbit Selemba Humanika.
- Flew T. 2008. *New Media: An introduction (3rd Edition)*
- Isnawijayani, P. M (2019). *Menulis Berita di Media Massa dan Produksi Feature*. Bandung: Andi Offset.
- M.Ag., D.H. (2019). *ILMU KOMUNIKASI Edisi Revisi*. Depok: PT RAJA GRAFINDO PERSADA.
- M. D., M. M., & S.I.P., M. I. (2021). *KOMUNIKASI MASSA*. -Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- M.Si., D. E., M.Si., D. L., & M.Si., D. S. (2009). *KOMUNIKASI MASSA SUATU PENGANTAR EDISI REVISI*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- M.si Ruliana, D. P., & M.si. S.I.P., D. (2021). *Teori Komunikasi* Depok. PT RajaGrafindo Persada.
- Muharto, & Ambarita, A. (2016). *Metode Penelitian Sistem Informasi: Mengatasi Kesulitan Mahasiswa dalam Menyusun Proposal Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pratiwi, N. A., & Zinaida, R. S. (2020). *PALEMBANG HARUM : PROMOSI & BRANDING KULINER PALEMBANG. Jurnal Komunikasi Budaya*, 107.
- Riani, N. (2017). *MODEL PERILAKU PENCARIAN INFORMASI GUNA MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI. jurnal publish*, 15.
- Sari, D. N., & Basir, A. (2023). *Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. Communication Journal*, 27.
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). *Pemanfaatan media sosial (instagram) oleh humas SMAU CT foundation sebagai media informasi dan publikasi dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 155.
- Situmeang M.S.i, D. V. (2020). *Median Konvensional dan Media Online*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- S.Pd., M. D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bali: NILACAKRA.
- Sudaryanto, S.Pd. (2010). *Interaksi Sosial*. Semarang: ALPRIN.
- Syawqi, A., & Hajiri, M. I. (2017). *PERILAKU PENCARIAN INFORMASI (INFORMATION SEEKING BEHAVIOUR) GURU BESAR IAIN ANTASARI BANJARMASIN. PUSTAKA KARYA*, 8