

**KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN INSTAGRAM  
PADA MAL PELAYANAN PUBLIK  
KOTA SAMARINDA**

**Mickael Jonathan, Bambang Irawan**

**eJournal Administrasi Publik  
Volume 13, Nomor 1, 2025**

## HALAMAN PERSETUJUAN PENERBITAN ARTIKEL EJOURNAL

Artikel eJournal dengan identitas sebagai berikut:

Judul : Kualitas Pelayanan Menggunakan Instagram pada Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda.

Pengarang : Mickael Jonathan

NIM : 1802015046

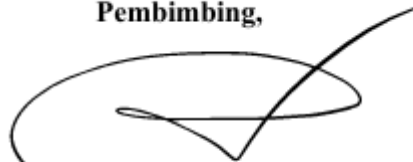
Program Studi : Administrasi Publik

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

telah diperiksa dan disetujui untuk dionlinekan di eJournal Program Studi Administrasi Publik Fisip Unmul.

Samarinda, 28 November 2024

**Pembimbing,**



**Prof. Dr. Bambang Irawan, M.Si**

**NIP. 19760216200501 1 000**

*Bagian di bawah ini*

**DIISI OLEH ADMIN EJOURNAL ADMINISTRASI PUBLIK**

Identitas terbitan untuk artikel di atas

<b>Nama Terbitan</b> : eJournal Administrasi Publik	
<b>Volume</b> : 13	
<b>Nomor</b> : 1	
<b>Tahun</b> : 2025	
<b>Halaman</b> : 35-48	

# KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN INSTAGRAM PADA MAL PELAYANAN PUBLIK KOTA SAMARINDA

Mickael Jonathan <sup>1</sup>, Bambang Irawan <sup>2</sup>

## *Abstrak*

*Fenomena mengenai kualitas layanan publik sering dihadapi instansi pemerintah, karena kompleksnya layanan yang diberikan terutama produk yang beragam sehingga berbenturan dengan masalah kualitas, sedangkan meningkatkan kepuasan kerja tentunya banyak faktor yang perlu diefisiensikan. Salah satunya adalah layanan yang menggunakan instgram sebagai upaya menjangkau layanan yang luas dan meningkatkan kualitas dalam layanan publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan menggunakan instgram serta faktor yang mempengaruhi layanan pada Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda. Metode penelitian dengan jenis penelitian kualitatif, fokusnya meliputi: Context, 2) Communication, 3) Collaboration, 4) Connection serta 5) Faktor penghambat dalam kualitas pelayanan instgram. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yaitu model interkatif. Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan menggunakan instgram pada Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda meliputi: context berjalan dengan baik, namun untuk communication, collaboration, connection memiliki beberapa kendala sehingga pelayanan kurang maksimal, namun secara keseluruhan pelayanan menggunakan instgram yang dilakukan oleh staf pengelola tetap berjalan sehingga dapat dikatakan cukup baik. Adapun faktor yang menghambat yaitu masalah kurangnya staf pengelola instgram sehingga masih terbatas dalam melayani menggunakan instgram. Masyarakat yang datang ke kantor secara langsung dan tidak semua mengetahui adanya pelayanan dengan menggunakan instgram di Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda. Implikasi dari penelitian ini ditunjukkan pada instansi pemerintah agar lebih meningkatkan layanan terutama dalam penggunaan instgram, dan bagi masyarakat dapat mengetahui metode layanan instgram sehingga lebih mudah melakukan layanan.*

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan, Instagram, Mal Pelayanan Publik*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: [mickaeljonaldo@gmail.com](mailto:mickaeljonaldo@gmail.com)

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

## **Pendahuluan**

Pelayanan publik merupakan hal yang fundamental karena merupakan hak warga ataupun masyarakat sebagai amanat konstitusi, pelayanan public diselenggarakan dengan tujuan untuk mencapai hal-hal strategis bagi kemajuan bangsa di masa yang akan datang. Dalam rangka menciptakan pelayanan yang prima tentunya instansi pemerintahan selaku penyelenggara layanan meningkatkan layanan agar setiap elemen terkait menjadi berkualitas. Karena pada dasarnya pelayanan dapat dikatakan berkualitas bila memenuhi asas kepentingan umum, kepastian hukum, kesamaan hak dan kewajiban serta unsur-unsur penting lainnya.

Layanan berkualitas adalah bentuk totalitas pelayanan yang dilakukan oleh aparatur negara secara maksimal sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan dapat menyediakan produk atau jasa berdasarkan kesesuaian dalam rangka memenuhi kepuasan, kebutuhan dan harapan masyarakat sebagai penerima layanan tersebut. salah satu upaya yang dapat dikatakan meningkatkan kualitas layanan public adalah penggunaan fasilitas yang *modern*, seperti layanan melalui media sosial. Saat ini sebagian besar layanan publik sudah menggunakan sosial media dalam mendukung pencapaian misi layana prima, baik itu FB, *Wathsap*, *Twitter*, *Instagram* maupun media sosial lainnya, dan salah satu yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu *instagram*.

Penggunaan *instagram* dalam pelayanan publik belum banyak dijelajahi secara mendalam, hal tersebut disebabkan *instagram* memiliki banyak fungsi. Secara empiris media sosial seperti *instagram* dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat, karena masyarakat cenderung mengikut apa yang sedang populer di media sosial dan tanpa sadar itu dapat mempengaruhi gaya hidup penggunanya. Hal itu terjadi karena dalam *instagram* banyak *tools* yang mendukung aktivitas penggunanya, sehingga ketersediaan fasilitas tersebut dapat memaksimalkan keinginan pengguna bahkan dalam marketing, *platform instagram* dapat meningkatkan daya kerja pelaku usaha. Layanan ini juga sudah dimanfaatkan oleh instansi publik seperti Mal Pelayanan Publik (MPP) Kota Samarinda.

Penggunaan media *instagram* dalam layanan publik, mengingat jangkauan layanan MPP Samarinda cukup luas, sehingga selain memudahkan layanan juga memudahkan masyarakat agar layanan yang dibutuhkan secara langsung ditangani meskipun tidak datang langsung ke kantor MPP tersebut. Penggunaan *instagram* juga sebagai upaya peningkatan kualitas layanan yang memang selama ini kurang efisien. Banyak masyarakat tidak memiliki waktu kunjungan di Kantor MPP karena kesibukan atau hal lainnya, sehingga melalui layanan ini pengunjung meningkat, dan terbukti semenjak diumumkan layanan menggunakan media sosial tersebut jumlah kunjungan mengalami peningkatan. Hanya saja proses dalam pelaksanaan layanan masih ada kendala, seperti: 1) tidak tersedianya pelayanan melalui *Instagram* untuk menanggapi dan menyelesaikan keluhan masyarakat di *Instagram* sehingga masyarakat tetap harus datang ke kantor MPP

Samarinda untuk menyelesaikan keluhannya; 2) kurang memaksimalkan fitur yang ada pada *Instagram* dalam berinteraksi dengan para *followers* seperti tidak melakukan *live streaming* yang berkaitan dengan tanya jawab seputar pelayanan yang di Mal Pelayanan Publik Samarinda dan tidak menggunakan *fitur Instagram Stories* dengan maksimal, misalnya dalam beberapa foto/video yang dikirimkan di *Instagram stories* tidak mencantumkan *link* yang dapat di klik secara langsung karena adanya keterbatasan dalam penggunaannya, dan hubungan ke *platform* misalnya *Youtube* yang berpotensi menarik perhatian lebih masyarakat terhadap semua informasi yang diberikan, dan 3) membuat konsistensi konten, respon terhadap komentar: menanggapi komentar dan pesan dari pengguna lain memerlukan waktu, tidak membalas komentar diposting, jarak postingan terakhir dengan terbaru cukup lama, yang harus dilakukan dengan hati-hati untuk menjaga nama kantor, kesalahan kecil dalam postingan atau respon yang tidak sesuai dapat merusak citra kantor MPP Samarinda. Tentunya kedepannya diharapkan ada peningkatan agar capaian layanan publik yang berkualitas dapat diterapkan.

### **Kerangka Dasar Teori** ***Pelayanan Publik***

Pelayanan publik menjadi isu sentral ditengah masyarakat, karena harapan yang tinggi atas peran pemerintah dalam menyediakan pelayanan publik yang cepat, murah, bermutu dan nyaman, yang bisa dinikmati oleh masyarakat luas. Pelayanan publik sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan warga pengguna. Pelayanan publik merupakan salah satu isu atau tujuan penting dari administrasi publik meliputi penyelenggaraan pemberian jasa-jasa publik, urusan-urusan publik (kepentingan dan kebutuhan publik) serta pemberian pelayanan publik yang adil dan tidak diskriminatif (Denhardt & Denhardt, 2013).

Mengenai prinsip penyelenggaraan pelayanan publik diatur dalam Peraturan Menteri PAN Nomor: PER/20/M.PAN/04/2006, terdiri dari: 1) Kesepakatan antar pihak yang terlibat 2) Sikap lugas dalam penyelenggaraan pelayanan 3) konkret (mudah dilaksanakan), 4) mudah diukur, 5) terbuka, 6) terjangkau, 7 tanggung jawab 8) memiliki batas waktu pencapaian dan 9) dapat dipertahankan. Dengan prinsip tersebut tentunya instansi pemerintahan dapat memberikan pelayanan publik yang berkualitas dan merupakan bagian dari tanggung jawab yang harus dipenuhi. Sebab, pelayanan publik yang berkualitas akan berdampak pada kepuasan publik itu sendiri.

### ***Kualitas Pelayanan***

Kualitas bantuan publik adalah suatu kondisi khusus yang berhubungan dengan benda, organisasi, manusia, siklus dan lingkungan. Sifat organisasi lebih menekankan pada tempat bantuan, khususnya penilaian terhadap klien eksplisit

yang terkait dengan koperasi spesialis itu sendiri atau keseluruhan afiliasi bantuan (Cahyani, 2019). Kualitas pelayanan sebagai satu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Mukarom & Laksana, 2016). Sebagai untuk mencapai suatu kepuasan dalam kualitas pelayanan publik, dapat dianalisis dalam konsep berikut: keterusterangan, tanggungjawab, koordinasi yang diharapkan, adanya dukungan, keseimbangan serta kesesuaian hak istimewa dan komitmen (Riani, 2021). Untuk itu dalam menciptakan layanan berkualitas, tentunya diperlukan pengukuran agar layanan dapat dinilai.

Pengukuran terhadap kualitas layanan dinyatakan dalam lima dimensi kualitas layanan jasa, yaitu kehandalan (*reliability*), bukti fisik (*tangible*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kelima dimensi tersebut, dapat diukur dengan instrumen SERVQUAL (*Service Quality*). Service quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas layanan yang mereka terima untuk menghadapi dunia usaha yang semakin kompetitif, maka diperlukan pembaharuan atau inovasi terhadap motif yang lebih fleksibel dan dinamis agar mampu mengembangkan pelayanan yang lebih berkualitas (Parasuraman et al., 2017). Keberhasilan suatu perusahaan dalam membangun bisnisnya, tidak luput dari peran pelayanan yang baik dan memuaskan konsumennya. Kualitas pelayanan akan member manfaat yang cukup besar bagi perusahaan (Riadi et al., 2021).

### **Media Sosial**

Hiburan *online* merupakan upaya gabungan antar klien menghasilkan konten (*client made content*) (Nasrullah, 2017). Hiburan berbasis *web* adalah sebuah panggung media yang berfokus pada pergerakan klien dan upaya terkoordinasi dengan memusatkan perhatian pada kehadiran klien. Pada akhirnya, hiburan virtual bekerja dengan kliennya untuk memperkuat ikatan sosial dan hubungan antar klien (Dijk, 2017). *McGraw Slope Word* menyatakan bahwa yang dimaksud dengan hiburan berbasis *web* adalah suatu metode yang digunakan oleh individu untuk berkolaborasi satu sama lain dengan membuat, berbagi, dan memperdagangkan data dan pemikiran dalam suatu organisasi dan area lokal virtual (Pradana, 2018).

### **Definisi Konseptual**

Definisi konseptual dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan menggunakan instagram pada Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda. Kualitas pelayanan adalah pemenuhan standar pelayanan terhadap pelanggan dengan tujuan untuk memenuhi harapan atau kepuasan pelanggan.

Adapun yang dimaksud dengan *instagram* yaitu sebuah aplikasi yang memiliki banyak fitur dalam mempublish foto dan video baik secara natural ataupun menggunakan efek dan *filter* yang tersedia.

Mal Pelayanan Publik atau disingkat MPP merupakan tempat berlangsungnya kegiatan penyelenggaraan pelayanan publik atas barang, jasa atau pelayanan administrasi yang merupakan perluasan fungsi pelayanan terpadu baik pusat maupun daerah serta pelayanan Badan Usaha Milik Negara.

### **Metode Penelitian**

Pendekatan penelitian menggunakan jenis penelitian dekriptif kualitatif. Penggunaan data meliputi data primer dan sekunder, pemilihan sumber data primer meliputi *key informan* dan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang dimana *key informan* dari penelitian ini yaitu Kepala Bidang Pengelolaan Data dan Informasi sedangkan informan terdiri dari Staf Pengelola Data dan informasi dari masyarakat penerima layanan di MPP Samarinda. Adapun sumber data sekunder meliputi; dokumen-dokumen dan media informasi resmi yang diperoleh dari MPP Samarinda. Dalam mendukung hasil analisis dan pembahasan digunakan fokus penelitian yang terdiri dari: 1) Kualitas pelayanan menggunakan *instagram* pada MPP Kota Samarinda dengan sub fokus yaitu: *context, communication, collaboration, connection*. 2) Faktor yang menghambat dalam kualitas pelayanan menggunakan *Instagram* pada Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda.

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman bahwa penerapan model interaktif terdiri dari *Data collection, data display, data reduction* dan *conclusions: drawing/verifying* (Sugiyono, 2018).

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Instagram merupakan bagian dari media sosial yang fungsinya untuk saling berinteraksi antar sesama pengguna, salah satu caranya adalah dengan berbagi foto dan video, saling mengirim pesan, menyukai, memberikan komentar, dan sebagainya. Sekarang ini *instagram* banyak dimanfaatkan dalam pelayanan publik termasuk Mal Pelayanan Publik di Kota Samarinda. *Instagram* oleh Mal Pelayanan Publik digunakan untuk mempermudah serta memperlancara proses layanan kepada masyarakat serta sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas layanan publik.

#### ***Kualitas Pelayanan Menggunakan Instagram pada Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda***

Kualitas layanan di Mal Pelayanan Publik Samarinda merupakan bentuk aktivitas pegawai MPP Samarinda guna memenuhi harapan masyarakat Samarinda, sehingga untuk pemenuhan kualitas tersebut tentunya MPP mengupayakan peningkatan layanan yang salah satunya menggunakan media sosial melalui *instagram*.

Untuk melihat sejauh mana peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda melalui penggunaan *instagram*, maka dalam hal ini peneliti menggunakan konsep Heuer bahwa terdapat empat indikator pemanfaatan media sosial dalam mendukung kualitas layanan yaitu *context, communication, collaboration, connection* (Situmeang, 2022), indikator tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

### **1. Context**

Konteks dalam penggunaan media sosial adalah tentang cara membuat sebuah pesan dengan memperhatikan penggunaan bahasa dalam membuat sebuah konteks di media sosial disebut juga dengan *copy writing* (Situmeang, 2022). Berkaitan dengan *Context* dalam pemanfaatan media sosial Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda, dapat disimpulkan pelayanan yang dilakukan sudah cukup baik. Staf pengelola dapat mengelola *instagram* dengan baik dan profesional dengan memperhatikan variasi unggahan, kejelasan pesan, daya tarik visual, bahasa yang digunakan dan lain-lain.

Kemudian staf dalam mengelola *instagram* di Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda juga berjalan lancar, dalam mengelola *instagram* sendirian, petugas memiliki kemampuan mengoperasikan penggunaan media sosial termasuk *instagram*, sehingga layanan dapat dilakukan dengan efisien. Seperti yang sudah dijabarkan dalam hasil penelitian bahwa kemampuan petugas sudah cukup baik. Petugas pelayanan di MPP Kota Samarinda mampu menerapkan penggunaan *instagram* seperti pemahaman akan fitur yang ada dalam *instagram*, cara penggunaan dan prosedur layanan, memiliki kreativitas dalam menampilkan *fitur instagram* tentang layanan yang ada di Kantor Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda. Selain itu staf juga mampu berkomunikasi dengan baik, sehingga sangat mendukung dalam pelayanan yang diterapkan Kantor Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda tersebut. Dimensi *context* merupakan dimensi yang menjelaskan mengenai bagaimana mengemas informasi ataupun pesan yang akan disampaikan (Juaini et al., 2022).

Dalam mengukur dimensi *context* dalam optimasi sosial media *instagram* yaitu dapat dilihat dari beberapa indikator berikut seperti tampilan *Instagram* dan variasi unggahan (Hanifah & Dzuhrina, 2024). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, bahwa tampilan *instagram* yang rapi dan tertata akan menarik perhatian dari *audience*. Tampilan *instagram* Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda saat ini sudah mengalami peningkatan dalam kerapian *instagram*. Hal ini dapat dilihat dari penerapan warna, gambar, tulisan yang menarik digunakan dengan konsisten. Begitupun dalam segi variasi unggahan.

Berdasarkan analisis penggunaan media sosial *Instagram* oleh Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan media sosial di institusi ini telah dilakukan dengan cukup baik dan profesional. Staf pengelola *Instagram* menunjukkan kemampuan yang memadai dalam mengoperasikan *platform* tersebut, termasuk pemahaman *fitur*, prosedur layanan,



dan kreativitas dalam penyajian informasi. Dimensi konteks, yang meliputi penyampaian pesan yang efektif melalui bahasa dan visual, telah diterapkan dengan baik, terlihat dari tampilan *Instagram* yang rapi dan konsisten dalam penggunaan warna serta variasi unggahan yang menarik. Keberhasilan ini mendukung efisiensi serta peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan Mal Pelayanan Publik dan mencerminkan praktik *copy writing* yang efektif dalam konteks media sosial.

## **2. Communication**

Bagi banyak orang, *online communication* justru mempermudah terbentuknya hubungan interpersonal yang dekat. Karena melalui komunikasi secara *online*, tiap individu yang terlibat cenderung lebih berani mengungkapkan pendapatnya, dan membuka dirinya untuk lebih dikenal orang lain (Watie, 2011). Komunikasi dalam media sosial tak terikat waktu, siang ataupun malam, pihak yang terlibat didalamnya tetap bisa terlibat aktif. Juga tak terikat ruang, dengan siapapun di penjuru dunia pihak yang terlibat di dalamnya bisa berkomunikasi.

Adapun berkaitan dengan *communication* juga dikatakan kurang baik. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa sejauh ini kurang baik dalam komunikasi dengan para pengguna layanan *instagram* contohnya dalam kecepatan merespon pesan. Selebihnya staf pengelola sudah memberikan informasi dengan memberikan waktu dan tanggal yang jelas, melakukan interaksi yang baik, merespon pertanyaan, pesan dengan cukup baik. Staf pengelola juga melayani dengan profesional, karena selalu mengutamakan kepuasan layanan kepada masyarakat, ketika masyarakat melakukan layanan melalui *instagram* petugas dengan cukup tanggap memberikan informasi yang jelas dan dilakukan dengan memberikan keterangan yang jelas, terkait alur dan prosedur yang perlu dilakukan pelanggan. Mengenai uraian tersebut bahwa komunikasi di media sosial merupakan bagian dari transaksi komunikasi yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih perangkat (pesan instan, email, *chatting*) (Juditha, 2018).

Kesimpulannya, komunikasi *online* secara signifikan mempermudah terbentuknya hubungan interpersonal yang dekat dengan memungkinkan individu untuk lebih berani mengungkapkan pendapat dan membuka diri kapan saja dan di mana saja. Hal ini terbukti dalam pengelolaan komunikasi melalui *Instagram* Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda, di mana staf pengelola berhasil memberikan informasi yang jelas, merespons pertanyaan, dan melayani dengan profesionalisme tinggi. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa media sosial, dengan berbagai perangkat komunikasi yang digunakan, memiliki potensi besar untuk meningkatkan interaksi interpersonal dan kualitas pelayanan publik.

## **3. Collaboration**

*Collaboration* pada media sosial yaitu *platform* yang berbasis konten tetapi sangat memungkinkan masyarakat yang belum memahami akan bertanya mengenai konten tersebut, mendapatkan saran yang bermanfaat, atau menemukan

berita dan konten paling menarik pada saat itu (Rahmanto, 2020). Terkait dengan *Collaboration* pelayanan *instagram* yang dilakukan dengan pihak luar belum berjalan dengan maksimal. Dari hasil penelitian bisa disimpulkan belum berjalan dengan maksimal karena baru terlaksana sekali. Adanya beberapa kendala yang disampaikan oleh kepala bidang maupun staf pengelola sehingga kolaborasi saat ini baik dengan *influencer*, selebgram ataupun organisasi tertentu belum berjalan hingga sekarang. Saat ini pelayanan *instagram* hanya dilakukan didalam lingkungan MPP Samarinda atau *tenant-tenant* yang ada, belum bekerja sama dengan pihak luar. Padahal manfaat dari kolaborasi ini termasuk peningkatan jangkauan *audiens*, peningkatan kreativitas, dan peluang untuk belajar dari mitra. Namun, penting untuk memastikan bahwa kolaborasi dilakukan dengan komunikasi yang jelas dan tujuan yang selaras agar dapat mencapai hasil yang maksimal.

*Collaboration* merupakan fasilitasi dan agregasi atau pengumpulan tindakan hasil kolektif melalui interaksi atau percakapan (*conversation*), kreasi kerjasama (*co-creation*) dan aksi kolektif (*collective*) (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Meskipun kolaborasi di media sosial dapat menawarkan manfaat signifikan seperti peningkatan jangkauan *audiens*, kreativitas, dan peluang belajar dari mitra, implementasi kolaborasi di *Instagram* Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda saat ini masih terbatas. Hingga saat ini, kolaborasi dengan pihak luar, termasuk *influencer*, selebgram, atau organisasi tertentu, belum terlaksana secara maksimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala yang dihadapi oleh kepala bidang dan staf pengelola, yang mengakibatkan kolaborasi hanya terbatas pada lingkungan internal Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda dan *tenant-tenant* yang ada. Untuk memaksimalkan manfaat kolaborasi, penting untuk mengatasi kendala-kendala tersebut dengan memastikan komunikasi yang jelas dan tujuan yang selaras antara semua pihak yang terlibat. Dengan perencanaan dan eksekusi yang baik, kolaborasi ini dapat menjadi alat yang efektif untuk memperluas jangkauan, meningkatkan konten, dan mencapai hasil yang lebih optimal.

Kesimpulannya, meskipun kolaborasi di media sosial dapat memberikan manfaat signifikan seperti peningkatan jangkauan audiens, kreativitas, dan peluang belajar dari mitra, implementasi kolaborasi di *Instagram* Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda belum sepenuhnya optimal. Kolaborasi dengan pihak luar seperti *influencer*, selebgram, atau organisasi tertentu belum terlaksana secara maksimal, dan masih terbatas pada lingkungan internal Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda serta *tenant-tenant* terkait. Kendala-kendala yang dihadapi dalam layanan khususnya bagi bidang dan kepala bidang dan staf pengelola perlu diatasi dengan perencanaan yang lebih baik dan komunikasi yang jelas antara semua pihak terlibat. Dengan pendekatan yang tepat, kolaborasi ini memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan, meningkatkan kualitas konten, dan mencapai hasil yang lebih efektif dalam pelayanan publik.

#### 4. *Connection*

*Connection* ialah menjaga hubungan yang kita bina dan jaga secara berkelanjutan untuk membuat pengguna media merasa lebih dekat dengan sebuah media (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Adapun berkaitan dengan *Connection* pelayanan *instagram* yang dilakukan kurang baik. Dari hasil penelitian bisa disimpulkan kurang baik karena adanya kendala dalam jumlah anggota staf pengelola *instagram* menyebabkan pelayanan terbatas dan tidak memiliki inovasi, hanya sebatas interaksi pada pesan langsung dengan masyarakat. Seharusnya masyarakat atau pengikut bisa disapa lewat fitur yang ada di *instagram* seperti *live* *instagram* sehingga lebih menarik dan menjangkau audiens dengan banyak. Media sosial dirancang untuk interaksi dan keterlibatan. Jika tidak ada atau sedikit interaksi antara pengguna, seperti komentar, *likes*, atau *shares*, maka koneksi menjadi kurang efektif. Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya visibilitas dan dampak dari konten yang dibagikan. Selain itu jika tidak ada postingan yang terlihat konsisten atau frekuensi *posting* yang rendah, *audiens* mungkin kehilangan minat atau menganggap bahwa akun tersebut kurang aktif.

*Connection* merupakan “*the relationship we forge and maintain*” yaitu cara bagaimana mempertahankan dan terus mengembangkan hubungan yang telah dilakukan (Jovita & Indika, 2017). Dalam menjaga hubungan konsistensi dalam posting juga cukup penting bukan hanya tentang frekuensi, tetapi juga tentang menjaga kualitas dan relevansi konten yang dibagikan. Dengan mengadopsi jadwal *posting* yang teratur dan memanfaatkan seluruh *fitur Instagram*, seperti *Stories* dan *Reels* (*Reels* bisa menambahkan dan mengedit audio maupun *voiceover*, sedangkan *Story* hanya bisa memasukkan audio dari *audio library* atau menarasikan video secara langsung tanpa *editing*), akun dapat membangun dan menjaga hubungan yang lebih baik dengan *audiensnya*. Ini tidak hanya membantu dalam menjaga keterlibatan tetapi juga meningkatkan kesempatan untuk menjangkau audiens baru serta meningkatkan visibilitas akun di *platform* tersebut (Sutrisno & Mayangsari, 2021).

Kesimpulannya, pelayanan *Instagram* saat ini kurang optimal dalam menjaga hubungan dengan *audiens*. Hal ini disebabkan oleh kendala seperti jumlah staf pengelola yang terbatas dan minimnya inovasi dalam interaksi kepada para pengikut di *instagram*, yang hanya terfokus pada pesan langsung. Padahal, *Instagram* menawarkan berbagai *fitur* seperti *Live*, *Stories*, dan *Reels* yang bisa digunakan untuk meningkatkan keterlibatan dan menjangkau *audiens* lebih luas serta bisa juga sosialisasi mengenai pelayanan publik. Ketidak konsistenan dalam frekuensi dan kualitas *posting* juga mempengaruhi minat *audiens*, yang bisa menyebabkan penurunan keterlibatan. Untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan *audiens*, penting untuk mengadopsi jadwal *posting* yang teratur dan memanfaatkan seluruh *fitur Instagram* secara efektif dan inovatif. Dengan langkah ini, akun *Instagram* dapat meningkatkan visibilitas,

keterlibatan, dampak dari konten yang dibagikan, memperluas jangkauan *audiens*, serta mampu meningkatkan pelayanan menggunakan *Instagram* kepada masyarakat.

### ***Faktor Penghambat Kualitas Pelayanan Menggunakan Instagram Pada Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda***

Adapun faktor yang menghambat dalam kualitas pelayanan menggunakan *instagram* pada Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda dapat diuraikan berikut:

1. Masalah kurangnya staf pengelola *instagram* sehingga masih terbatas dalam melayani menggunakan *instagram*

Kurangnya staf pengelola dapat berdampak pada pelayanan yang akan dilakukan, jika staf berjumlah sedikit tentu mobilitas pelayanan akan menjadi terbatas karena tidak bisa dikerjakan oleh 1 orang saja di MPP Kota Samarinda terutama dalam bidang layanan *instagram*, adanya masalah dan kekuarangan berkaitan layanan publik dengan menggunakan *instagram* tersebut karena SDM terbatas. Karena untuk dapat melakukan banyak *jobdesk* atau inovasi pada layanan *instagram* tidak bisa bekerja sendiri, sehingga ini memberikan masalah. Juga menjadi masalah karena tidak merespon komentar dan keluhan dengan cepat juga menjadi salah satu kendala, seperti dalam penelitian terdahulu menyebutkan bahwa umumnya kendala dalam peningkatan kualitas layanan disebabkan kurangnya respon petugas layanan kepada publik, sehingga kadang menjadi masalah dan kurangnya pemahaman yang jelas (Yanto, 2024).

2. Masyarakat yang datang ke kantor secara langsung tidak semua tau pelayanan *instagram* Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda

Dengan kondisi yang demikian tentunya layanan yang diterapkan Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda melalui *instagram* belum sepenuhnya dapat berjalan dengan efisien, karena kurangnya minat masyarakat menggunakan media sosial lainnya juga memicu pelayanan di kantor Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda secara langsung memicu antiran yang banyak, sehingga juga berdampak pada kualitas layanan yang kurang efisien. Pemanfaatan media sosial *Instagram* yang belum maksimal juga menjadi masalah permasalahan penelitian terdahulu. Banyaknya antrian tentunya memperlambat layanan di kantor, padahal ada layanan *instagram* yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat (Safira, 2022).

3. Kurang promosi dengan *Instagram* untuk menjangkau masyarakat luas

Sebelum mempromosikan layanan *Instagram* perlu juga memperhatikan kendala pemanfaatan *Instagram* dengan sebaik-baiknya agar menjadi dampak positif dan maksimal hasil promosi layanan *Instagram* seperti peneliti terdahulu yang menguraikan bahwa kurangnya promosi pelayanan menggunakan *instagram* menjadi penghambat signifikan dalam menjangkau masyarakat luas (Eri et al., 2022). Meskipun *platform* ini memiliki potensi

besar untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran akan layanan yang ditawarkan, tanpa strategi promosi yang efektif, banyak orang mungkin tidak mengetahui keberadaan atau manfaat dari layanan tersebut. Sehingga perkembangan jangkauan kepada masyarakat luas sangat sedikit, yang menyebabkan masyarakat memilih untuk datang langsung ke kantor dan menjadi saluran informasi yang tidak efisien.

Untuk mempromosikan pelayanan menggunakan *Instagram* agar lebih berkembang, penting untuk mengimplementasikan strategi yang terencana. Salah satu caranya adalah melakukan kampanye informasi melalui berbagai media seperti televisi, media sosial, *influencer* ataupun dalam *event-event* tertentu untuk menjelaskan pelayanan menggunakan *instagram*.

## **Penutup**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan uraian analisis dan pembahasan tentang kualitas pelayanan menggunakan *instagram* pada Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda, maka dalam hal ini dapat disimpulkan poin-poin dari penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas pelayanan menggunakan *instagram* pada MPP Kota Samarinda sebagian dapat berjalan sesuai dengan ketentuan, beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan, hanya indikator *contexs* yang terlihat efisien dan mendukung dalam layanan di MPP Kota Samarinda, sedangkan indikator yang meliputi: *communication*, *collaboration* dan *connection* belum mendukung dalam pelayanan publik, karena indikator tersebut belum berjalan sebagaimana yang seharusnya. Hal tersebut juga disebabkan kurang efektifnya SDM dalam mengelola *instagram*, sehingga juga berdampak pada kualitas layanan yang prima. Selain itu yang menyebabkan kurang efektifnya indikator yang menjadi pengukuran dalam peningkatan kualitas layanan di MPP Samarinda yaitu belum padunya sebagian petugas dalam memberikan informasi mengenai layanan publik, sehingga masyarakat kurang memahami penggunaan aplikasi *instagram* dalam melakukan layanan.
2. Faktor yang menghambat dalam peningkatan kualitas pelayanan menggunakan *instagram* pada MPP Kota Samarinda, meliputi: a. Masalah kurangnya staf pengelola *instagram*. b. Masyarakat yang datang ke kantor secara langsung tidak semua memahami metode pelayanan *instagram* MPP Samarinda. c. Kurang mempromosikan pelayanan menggunakan *instagram* untuk menjangkau masyarakat luas.

Belum efisiennya penelitian mengenai penggunaan *instagram* dalam meningkatkan kualitas layanan publik di Mal Pelayanan Publik Samarinda karena penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu sumber informasi dalam wawancara masih terbatas, terutama informasi mengenai penggunaan *instagram*, sehingga ada beberapa fokus penelitian yang seharusnya mendukung kualitas pelayanan

tetapi terlihat kurang optimal, sehingga kesimpulan juga terbatas hanya dari beberapa sumber tersebut.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian dan penarikan kesimpulan di atas. Maka peneliti mencatat beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan:

1. Temuan masalah dipenelitian ini adalah kurangnya staf pengelola media sosial *instagram* maka dari itu disarankan agar Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda menambah jumlah staf yang khusus menangani media sosial, termasuk *Instagram*.
2. Kedepannya tentunya bagi pengelola Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda, agar mulai mencoba mempromosikan pelayanan-pelayanan apa saja yang ada di *instagram* termasuk mempromosikan akun *instagram* Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda.
3. Mengingat banyaknya masyarakat yang lebih memilih menggunakan *WhatsApp* daripada *Instagram*, Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda perlu memperluas saluran komunikasi mereka. Kampanye edukasi mengenai manfaat dan cara penggunaan *Instagram*.
4. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah media sosial pendukung lainnya terkait fasilitas yang digunakan dalam pelayanan publik khususnya di Mal Pelayanan Publik Kota Samarinda. Sehingga hasil penelitian lebih sistematis dan mampu mengenai sasaran serta kendala yang dihadapi.

### **Daftar Pustaka**

- Cahyani, L. (2019). *Kualitas Pelayanan Penyediaan Air Bersih di Perusahaan Daerah Air Minum Polewali Mandar*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah, Makassar. Diunduh dari: [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/5599-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/5599-Full_Text.pdf).
- Denhardt, J. V., & Denhardt, R. B. (2013). *Pelayanan Publik Baru: Dari Manajemen Steering Ke Serving*. Heywood: Kreasi Wacana.
- Dijk, V. J. A. G. M. (2017). *Digital divide: Impact of access. The international Encyclopedia of Media Effects*. Diunduh dari: [https://www.utwente.nl/en/bms/vandijk/publications/digital\\_divide\\_impact\\_access.pdf](https://www.utwente.nl/en/bms/vandijk/publications/digital_divide_impact_access.pdf).
- Eri., Zainarti., & Harahap, M. I. (2022). Strategi Pemanfaatan Media Sosial dan Kualitas Pelayanan pada Taman Baca SpiritBook dan Coffee di Kota Medan. *Asian Journal of Management Analytics (AJMA)*,1(2), 89-96. Diunduh dari: <https://journal.formosapublisher.org/index.php/ajma>
- Hanifah, F., & Dzuhrina, I. (2024). Optimasi Media Sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 87-98. Diunduh dari: <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.3676>.

- Jovita, C., & Indika, D. R. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32. Diunduh dari: <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>.
- Juaini, A., Aliyah, N. D., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Belajar, Gaya Mengajar Guru, dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Belajar Siswa MTs NW Kotaraja Lombok Timur, NTB. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 3(3), 1890–1909. Diunduh dari: <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jcm/article/view/2984>.
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation, *Jurnal Pekommas*, 3(1), 31-44. Diunduh dari: <https://www.neliti.com/publications/261723/hoax-communication-interactivity-in-social-media-and-anticipation-interaksi-komu>.
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2016). *Membangun Kinerja Pelayanan Publik Menuju Clean Government and Good Governance*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosio Teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2017). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (3), 41-50. Diunduh dari: [10.2307/1251430?uid=25404&uid=3737976&uid=2&uid=5910312&uid=3&uid=25392&uid=67&uid=62&sid=21103987774637source=gbs\\_api](https://doi.org/10.2307/1251430?uid=25404&uid=3737976&uid=2&uid=5910312&uid=3&uid=25392&uid=67&uid=62&sid=21103987774637source=gbs_api)
- Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: PER/20/M.PAN/04/2006 Tentang Pedoman Penyusunan Standar Pelayanan Publik. Diunduh dari: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/133039/permen-pan-rb-no-20-tahun-2006>
- Pradana, A. P. (2018). Peran Media Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswa. *Solidaritas*, 2(2), 1-12. Diunduh dari: <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/2349>.
- Rahmanto, A. N. (2020). Media Sosial dan Persepsi Publik tentang *Good Governance* pada Pemerintah Daerah di Solo Raya, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 88-100. Diunduh dari: <https://doi.org/10.31315/jik.v20i1.6433>.
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin), *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), 41-60. Diunduh dari: <http://pasca-umi.ac.id/index.php/jms>

- Riani, N. K. (2021). Strategi Peningkatan Pelayanan Publik. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2443–2452. Diunduh dari: <https://doi.org/10.47492/jip.v1i11.489>.
- Safira, N. M. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Kota Administrasi Jakarta Barat*. Diploma thesis, Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Jurnal Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan, 1-11. Diunduh dari: <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/8472>.
- Situmeang, A. J. W. (2022). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape*. Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diunduh dari: <https://e-journal.uajy.ac.id/27077/>.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @HumasBDG Terhadap Pemenuhan Kebuthan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 2(2), 118-133. Diunduh dari: <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial, *Jurnal The Messenger*, 3(1), 69-75. Diunduh dari: <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>, dari <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/758/547>
- Yanto, A. D. (2024). *Kualitas Layanan Informasi Pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Selatan (Studi Pada Akun Instagram @kotajakartaselatan)*. Skripsi. Universitas Nasional, Jakarta. Diunduh dari: <http://repository.unas.ac.id/11766/1/pdf>.