

**STRATEGI KOMUNIKASI SOCIAL LISTENING
MELALUI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN
CITRA PERUSAHAAN DENGAN PRINSIP GREEN MINING
(STUDI PADA PT BUKIT ASAM (PERSERO) TBK)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana



LINDA NURMALA APRIYANTI

1221923005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2026

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Linda Nurmala Apriyanti
NIM : 1221923005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Social Listening Melalui Instagram
Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan Dengan Prinsip
Green Mining (Studi Pada PT Bukit Asam (Persero) Tbk)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Dan jika di kemudian hari terbukti ada kesalahan dan atau plagiat, maka saya bersedia untuk menanggung semua konsekuensi, termasuk dibatalkannya kelulusan saya.

Jakarta, 28 Agustus 2026



Linda Nurmala Apriyanti

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Linda Nurmala Apriyanti
NIM : 1221923005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Social Listening Melalui Instagram
Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan Dengan Prinsip
Green Mining (Studi Pada PT Bukit Asam (Persero) Tbk)

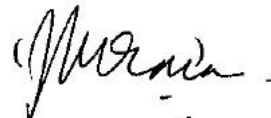
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si. ()

Penguji 1 : Mirana Hanathasia

Penguji 2 : Dra. Ratna Indrayani, M.I.Kom

(
()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2026

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Linda Nurmala Apriyanti

NIM : 1221923005

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Komunikasi Social Listening Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan Dengan Prinsip Green Mining (Studi Pada PT Bukit Asam (Persero) Tbk)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Agustus 2026

Yang menyatakan



Linda Nurmala Apriyanti

**STRATEGI KOMUNIKASI SOCIAL LISTENING MELALUI
INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN
DENGAN PRINSIP GREEN MINING (STUDI PADA PT BUKIT ASAM
(PERSERO) TBK)**

Linda Nurmala Apriyanti

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong perusahaan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang mampu membangun citra dan menjawab tuntutan transparansi publik. Tantangan tersebut semakin kompleks bagi perusahaan pertambangan karena aktivitas industri ekstraktif berkaitan erat dengan isu lingkungan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi PT Bukit Asam (Persero) Tbk dalam meningkatkan citra perusahaan melalui Instagram serta memahami penerapan prinsip green mining dalam komunikasi perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi PT Bukit Asam (Persero) Tbk melalui Instagram terdiri atas enam tahapan, yaitu monitoring isu dan riset komunikasi, perencanaan strategi melalui *social listening*, produksi konten berbasis green mining, publikasi melalui Instagram, pengelolaan interaksi dengan publik, serta evaluasi dan penyempurnaan strategi. Temuan juga menunjukkan bahwa Instagram digunakan untuk menyampaikan informasi lingkungan, keberlanjutan, inovasi energi sekaligus membangun komunikasi dua arah dengan pemangku kepentingan. Penelitian menghasilkan model komunikasi yang bersifat siklus dengan *social listening* sebagai mekanisme yang menghubungkan respons stakeholders, identifikasi isu, pengembangan pesan *green mining*, publikasi, engagement, serta evaluasi komunikasi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Citra Perusahaan, Green Mining, Instagram, Social Listening

**COMMUNICATION STRATEGY THROUGH SOCIAL LISTENING ON
INSTAGRAM TO ENHANCE CORPORATE IMAGE WITH GREEN
MINING PRINCIPLE: A STUDY OF
PT BUKIT ASAM (PERSERO) TBK)**

Linda Nurmala Apriyanti

ABSTRACT

The development of social media has encouraged companies to develop communication strategies capable of building corporate image while addressing the public's demand for transparency. This challenge is particularly significant for mining companies because extractive industry activities are closely associated with environmental issues, sustainability, and social responsibility. This study aims to analyze the communication strategy implemented by PT Bukit Asam (Persero) Tbk in improving its corporate image through Instagram and to examine the implementation of green mining principles in the company's communication practices. This research employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and were analyzed using the Miles and Huberman interactive model. The findings indicate that PT Bukit Asam (Persero) Tbk's communication strategy through Instagram consists of six stages: issue monitoring and public research, strategic planning incorporating social listening, green mining-based content production, publication through Instagram, public engagement management, and strategy evaluation and improvement. The findings also demonstrate that Instagram is utilized to communicate environmental sustainability, energy innovation, while facilitating two-way communication with stakeholders. This study develops a cyclical communication model in which social listening serves as a mechanism connecting stakeholder responses, issue identification, green mining message development, publication, engagement, and communication evaluation.

Keywords: Communication Strategy, Corporate Image, Green Mining, Instagram, Social Listening

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep Yang Relevan	11
2.2 Penelitian Sebelumnya	34
2.2 Model Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Desain dan Pendekatan	41
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	41
3.2.1 Objek Penelitian.....	41
3.2.2 Subjek Penelitian	42

3.2.3 Lokasi Penelitian.....	42
3.3 Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Sumber Data	43
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4 Analisis Data	45
3.5 Triangulasi Data	46
3.6 Operasionalisasi Konsep.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	51
4.1.1 Profil PT Bukit Asam (Persero) Tbk.....	52
4.1.2 Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi PT Bukit Asam (Persero) Tbk	54
4.1.3 Profil Informan Penelitian	55
4.2 Penyajian Data.....	57
4.2.1 Strategi Komunikasi PT Bukit Asam (Persero) Tbk dalam Meningkatkan Citra Perusahaan melalui Instagram	64
4.2.2 Komunikasi Korporasi PT Bukit Asam (Persero) Tbk dalam Meningkatkan Citra Perusahaan melalui Instagram	79
4.2.3 Cyber Public Relations PT Bukit Asam (Persero) Tbk melalui Instagram ..	95
4.2.4 Strategi Komunikasi PT Bukit Asam (Persero) Tbk melalui Instagram	112
4.3 Pembahasan dan Diskusi	125
4.4 Model Strategi Komunikasi PT Bukit Asam (Persero) Tbk melalui Instagram Berbasis <i>Social Listening</i>	132
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	138
5.1 Simpulan.....	138
5.2 Kendala dan Keterbatasan	140
5.3 Saran dan Implikasi.....	141

DAFTAR PUSTAKA.....	144
LAMPIRAN	146

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Deforestasi Indonesia Tahun 2024 di dalam Konsesi Tambang ..	3
Gambar 1.2 Tren Emisi CO ₂ e Karbon Sektor Energi Tahun 2000-2024	4
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.1 Analisis Data Menurut Miles dan Huberman	46
Gambar 4.1 Akun Resmi Instagram PT Bukit Asam (Persero) Tbk	60
Gambar 4.2 Postingan Akun Instagram PT Bukit Asam (Persero) Tbk	60
Gambar 4.3 Postingan Akun Instagram PT Bukit Asam (Persero) Tbk	61
Gambar 4.4 Postingan Akun Instagram PT Bukit Asam (Persero) Tbk	62
Gambar 4.5 Postingan Akun Instagram PT Bukit Asam (Persero) Tbk	63
Gambar 4.6 Model Strategi Komunikasi Pt Bukit Asam (Persero) Tbk Melalui Instagram	135

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Tabel Operasional Konsep	47