

**Strategi Konten Media Sosial Instagram PT Maharaksa Biru
Energi Tbk dalam Membangun Citra *Renewable Energy*
Corporate (Studi pada Kasus Akun Instagram @maharaksabiru)**

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

ALIFA PUTRI SALSABILA

1201703045

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Alifa Putri Salsabila
NIM : 1201703045

Tanda Tangan : 

Tanggal : 1 Juli 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Alifa Putri Salsabila
NIM : 1201703045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Konten Media Sosial Instagram PT Maharaksa Biru Energi Tbk Untuk Membangun *Citra Renewable Energy Corporate* (Studi Kasus Akun Instagram @maharaksabiru)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom.

Pembahas 1 : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr,

Pembahas 2 : Dra. Suharyanti, M.SM



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 22 Juli 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi penulis dengan sebaik mungkin. Dengan doa dan juga atas rahmat-Nya, penulis bisa mengerjakan skripsi dengan tepat waktu.

2. Papa, Mama, Ka Puput, Bila, Alma

Terima kasih kepada keluarga yang selalu mendukung dan memberi motivasi dengan pengertian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

3. Dra. Suharyanti, M.SM

Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. yang telah memberikan masukan, saran dan dukungan kepada seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi yang di dalamnya termasuk penulis.

4. Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom.

Selaku dosen pembimbing penulis yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan motivasi serta saran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.

5. Seluruh Dosen dan Staff Ilmu Komunikasi Bakrie

Terima kasih kepada semua dosen dan staff akademik Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat untuk bekal di masa depan selama masa perkuliahan ini.

6. Para Teman-Teman Penulis

Terima kasih kepada Fazrin Al Falak dan Nabilla Sungkar karena telah mendengarkan keluh kesah penulis selama menyusun skripsi ini. Terima kasih sudah selalu mendukung, memotivasi, dan menghibur penulis dalam kondisi apapun.

Jakarta, 1 Juli 2024
Penulis,



Alifa Putri Salsabila

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Alifa Putri Salsabila
NIM : 1201703045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi 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 Konten Media Sosial Instagram PT Maharaksa Biru
Energi Tbk dalam Membangun Citra *Renewable Energy*
Corporate (Studi pada Kasus Akun Instagram @maharaksabiru)**

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 : 1 Juli 2024

Yang menyatakan



(Alifa Putri Salsabila)

**Strategi Konten Media
Sosial Instagram
PT Maharaksa Biru Energi Tbk
dalam Membangun
Citra *Renewable Renewable
Energy Corporate* (Studi pada Kasus Akun
Instagram @maharaksabiru)**

Alifa Putri Salsabila

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi konten media sosial Instagram yang digunakan oleh PT Maharaksa Biru Energi Tbk dalam membangun citra perusahaan yang berfokus pada energi terbarukan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya kebutuhan akan energi terbarukan di Indonesia dan peran penting media sosial dalam komunikasi perusahaan. PT Maharaksa Biru Energi Tbk, sebagai pionir dalam teknologi lingkungan di Indonesia, berupaya mempromosikan citra positif terkait energi terbarukan melalui media sosial, khususnya Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan beberapa informan kunci, termasuk Chief of External Corporate Communication dan individu yang terlibat dalam pengelolaan konten media sosial perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan pengamatan langsung terhadap konten yang diposting di akun Instagram @maharaksabiru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Maharaksa Biru Energi Tbk telah memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti Instastory, Reels, dan Feeds untuk menyajikan konten yang informatif dan edukatif tentang energi terbarukan. Konten-konten tersebut berhasil meningkatkan pemahaman dan penerimaan publik terhadap energi terbarukan, serta membentuk citra positif perusahaan di mata masyarakat. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman sebagian masyarakat tentang pentingnya energi terbarukan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi konten media sosial Instagram yang efektif dapat berperan penting dalam membangun citra perusahaan yang berfokus pada energi terbarukan. PT Maharaksa Biru Energi Tbk perlu terus mengembangkan strategi komunikasi yang inovatif untuk mengatasi tantangan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya energi terbarukan.

Kata kunci: Strategi, Konten Media Sosial, Instagram, Renewable Energy, Citra

**Strategi Konten Media
Sosial Instagram
PT Maharaksa Biru Energi Tbk
dalam Membangun
Citra Renewable Renewable
Energy Corporate (Studi pada Kasus Akun
Instagram @maharaksabiru)**

Alifa Putri Salsabila

ABSTRACT

This research aims to understand the social media content strategies employed by PT Maharaksa Biru Energi Tbk on Instagram to enhance their corporate image focusing on renewable energy. The background of this study is rooted in the increasing demand for renewable energy in Indonesia and the crucial role of social media in corporate communication. PT Maharaksa Biru Energi Tbk, as a pioneer in environmental technology in Indonesia, endeavors to promote a positive image related to renewable energy through social media, particularly Instagram. This study adopts a qualitative approach using a case study method. Data were gathered through in-depth interviews with key informants, including the Chief of External Corporate Communication and individuals involved in managing the company's social media content. Additionally, direct observations of content posted on the @maharaksabiru Instagram account were conducted. The findings reveal that PT Maharaksa Biru Energi Tbk has utilized various Instagram features such as Instastory, Reels, and Feeds to present informative and educational content about renewable energy. These contents have successfully enhanced public understanding and acceptance of renewable energy, thereby shaping a positive corporate image in the eyes of the community. However, the main challenge faced is the lack of awareness and understanding among certain segments of the population regarding the importance of renewable energy. In conclusion, this research highlights that effective Instagram social media content strategies can play a crucial role in building a corporate image centered on renewable energy. PT Maharaksa Biru Energi Tbk needs to continue developing innovative communication strategies to address challenges and increase public awareness of the importance of renewable energy.

Keyword: Strategy, Social Media, Instagram, Renewable Energy, Image

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis.	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
2.1. Konsep yang Relevan.....	10
2.1.1. Strategi Public Relations Membentuk Citra Perusahaan	10
2.1.2. Media Sosial Sebagai Wadah Informasi Perusahaan.....	11
2.1.3. Instagram, <i>Platform</i> Berbagi Konten Perusahaan.....	15
2.1.4. <i>Content Marketing</i> , Pendekatan dengan Pelanggan.....	16
2.1.5. Citra Sebagai Image Positif Perusahaan	20
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	24
2.3. Model Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Desain dan Pendekatan.....	33
3.2. Obyek dan Subyek.....	34
3.3. Pengumpulan Data	34
3.4. Analisis Data	37

3.5.	Triangulasi Data	38
3.6.	Operasional Konsep.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1.	Gambaran Konteks Penelitian	41
4.1.1.	Gambaran Umum PT Maharaksa Biru Energi Tbk.....	41
4.1.2.	Visi dan Misi PT Maharaksa Biru Energi Tbk	43
4.2.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.2.1.	<i>Feeds</i> Instagram @maharaksabiru	45
4.2.2.	<i>Reels</i> dan Video Instagram @maharaksabiru	46
4.2.3.	Instagram <i>Story</i> @maharaksabiru	47
4.2.4.	Gambaran Subjek Penelitian	47
4.2.5.	Profil Triangulator.....	50
4.3.	Penyajian Data.....	52
4.3.1.	Strategi <i>Public Relations</i> Membentuk Citra Perusahaan	52
4.3.2.	Citra Sebagai Image Positif Perusahaan	61
4.4.	Hasil Pembahasan dan Diskusi.....	72
4.4.1.	Strategi <i>Public Relations</i> Membentuk Citra Perusahaan	72
4.4.2.	Citra Sebagai Image Positif Perusahaan	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		95
5.1.	Simpulan.....	95
5.2.	Kendala dan Keterbatasan	99
5.2.1.	Kendala	99
5.3.	Saran dan Implikasi	99
5.3.1.	Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	99
5.3.2.	Saran Untuk Industri/ Lembaga/ Subyek	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN.....		102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Terkait Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 3.1 Tabel Operasional Konsep	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Pengguna Instagram Terbanyak	1
Gambar 1. 2 Instagram PT Maharaksa Biru Energi Tbk	3
Gambar 2. 1 Proses Pembentukan Citra.....	22
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3. 1 Feeds Instagram @maharaksabiru	34
Gambar 4. 1 Logo PT Maharaksa Biru Energi Tbk.....	43
Gambar 4. 2 Feeds @maharaksabiru	45
Gambar 4. 3 Reels Instagram @maharaksabiru.....	46
Gambar 4. 4 Instastory @maharaksabiru.....	47
Gambar 4. 5 Tisella Gaiantri Umar.....	48
Gambar 4. 6 Thiofilia Ifing Herman	49
Gambar 4. 7 Azzura Syifa Salsabila	50
Gambar 4. 8 Adrian Aditira M.I.KOM	51
Gambar 4. 9 Elsyah Rahmawati S.ikom, MBA	52