

Analisis Konten Pada Akun Instagram @Ptpn4_Regional2 Sebagai Upaya Pengembangan Reputasi Perusahaan

Content Analysis on The Instagram Account @Ptpn4_Regional2 As an Effort to Develop the Company's Reputation

Mayolla Fransiska Putri, Irwan Syari Tanjung

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan,
Indonesia

*email: mayollafransiskaputri@gmail.com

ABSTRACT

The most widely used social media today, both personally and organizationally is Instagram. The main purpose of Instagram, especially for companies, is to build the image or reputation of a company's products or services. One of them is PTPN IV Regional 2 with the Instagram account @ptpn4_regional2 which uses Instagram to convey all information related to their activities. The purpose of this study is to analyze the meaning and elements contained in the content on Instagram @ptpn4_regional2. The method used in this study is Roland Barthes' semiotic analysis consisting of denotation, connotation, and myth with a qualitative descriptive approach. Data were collected from a number of content uploads with certain meanings and uses of elements. The results obtained indicate that the content on the @ptpn4_regional2 account has interesting visuals and meanings. The conclusion of this study indicates that the content on the @ptpn4_regional2 account is quite effective as an effort to develop the company's reputation.

Keywords: Content Analysis, Instagram, Corporate Reputation

ABSTRAK

Media sosial yang banyak digunakan saat ini baik secara personal maupun organisasi adalah Instagram. Tujuan utama Instagram khususnya bagi perusahaan yaitu membangun citra atau reputasi produk atau layanan suatu perusahaan. Salah satunya yaitu PTPN IV Regional 2 dengan akun Instagram @ptpn4_regional2 yang memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan setiap informasi terkait kegiatan mereka. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis makna dan elemen yang ada pada konten di Instagram @ptpn4_regional2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Roland Barthes yang terdiri dari denotasi, konotasi, dan mitos dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dari sejumlah unggahan konten dengan makna dan penggunaan elemen tertentu. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa konten yang ada pada akun @ptpn4_regional2 memiliki visual dan makna yang menarik. Kesimpulan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa konten yang ada pada akun @ptpn4_regional2 cukup efektif sebagai upaya pengembangan reputasi perusahaan

Kata Kunci: Analisis konten, Instagram, Reputasi Perusahaan

Pendahuluan

Teknologi dan media merupakan dua hal yang berkembang sangat pesat serta memiliki pengaruh dalam aspek kehidupan manusia saat ini. Media hadir dengan memberikan kemudahan bagi para penggunanya, hal tersebut menyebabkan media menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Sebagian besar masyarakat menggunakan media sebagai alat bantu untuk melakukan aktivitas secara tidak langsung. Hal ini menjadi bukti bahwa media telah berkembang sangat pesat, salah satu media yang juga berkembang sangat pesat adalah media sosial.

Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan bertukar konten. Media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dengan berbagi, berinteraksi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial virtual menggunakan internet (Aldila Safitri et al., 2021). Media sosial sebagai entitas pengolahan dan penyebaran informasi yang fleksibel mampu membangun dan meningkatkan hubungan antar individu maupun kelompok di dunia maya, yang tidak dibatasi oleh perbedaan status dalam masyarakat (Sari & Basit, 2020).

Media sosial yang paling banyak digunakan saat ini, khususnya bagi perusahaan adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri (Feroza & Misnawati, 2020). Perkembangan media sosial Instagram sangat pesat, yang berawal sebagai aplikasi untuk berbagi foto dan video, kini telah menjadi pusat informasi yang cukup efektif untuk dijalankan (Utami & Yuliati, 2022). Konten Instagram adalah berbagai hal yang dibagikan oleh pengguna melalui akun Instagram (Halawa & Islami, 2021).

Tujuan utama media sosial Instagram, khususnya bagi perusahaan, adalah untuk membangun citra atau reputasi produk atau layanan perusahaan. Dalam memengaruhi pembentukan citra, terdapat beberapa indikator media sosial sebagai indikator keberhasilannya. Beberapa indikator tersebut adalah: 1) *Brand Exposure*, 2) *Customer Engagement*, dan 3) *Electronic Word of Mouth (EWOM)* (A. R. H. Lubis & Hidayat, 2023). Reputasi perusahaan merupakan aset berharga yang harus dijaga oleh setiap perusahaan agar perusahaan tetap bernilai di mata para pemangku kepentingan. Reputasi perusahaan yang baik akan memberikan dampak positif bagi para pemangku kepentingan (Oktavianus et al., 2022).

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran yang signifikan dalam membantu perusahaan mengembangkan reputasinya ke arah yang lebih baik di mata masyarakat. Misalnya saja penelitian yang dilakukan (Shafira & Claretta, 2022) menyatakan bahwa dalam proses penyampaian pesannya, PTPN XI membuat konten dengan berbagai tujuan, ada konten yang dibuat sesuai dengan selera para pengikut Instagramnya seperti konten informasi umum, konten hiburan, dan konten informasi magang. Konten yang dirancang oleh PTPN XI juga memiliki dua tujuan, yaitu untuk memuaskan karyawan PTPN XI agar tetap menjaga nilai-nilai PTPN XI sebagai BUMN dan untuk memuaskan para pengikut Instagram. Namun penelitian khususnya pada perusahaan perkebunan terkait konten apa saja yang dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan reputasinya masih sangat terbatas.

Dalam penelitian ini, penelitian akan dilakukan pada akun Instagram PT Perkebunan Nusantara IV Regional 2 yaitu @ptptn4_regional2. PT Perkebunan Nusantara IV Regional 2 merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang usaha agroindustri yang mengelola perkebunan serta mengolah komoditas kelapa sawit dan teh (N. Lubis et al., 2024). Regional 2 PT. Perkebunan Nusantara IV (PTPN IV) merupakan salah satu wilayah operasional penting dalam struktur perusahaan yang berfokus pada pengelolaan perkebunan kelapa sawit di Sumatera Utara (Maysarah et al., 2024).

PT Perkebunan Nusantara IV Regional 2, selain Instagram, juga memiliki beberapa media sosial untuk menyampaikan informasi terkait kegiatannya. Di antaranya adalah akun Youtube dengan nama pengguna @ptpn4_regional2 yang memiliki 3.260 *subscribers* dengan 180 video. Selanjutnya, PT Perkebunan Nusantara IV Regional 2 juga memiliki akun Tiktok dengan nama pengguna @ptpn4_regional2 yang memiliki 3.595 *followers*.

Fokus penelitian ini adalah pada unsur-unsur yang terdapat pada setiap konten yang diunggah, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta memberikan rekomendasi bagi perusahaan terkait konten yang akan diunggah selanjutnya. Dengan demikian, penelitian yang dilakukan dapat menjawab pertanyaan: "Analisis Konten pada Akun Instagram @ptpn4_regional2 sebagai Upaya Pengembangan Reputasi Perusahaan".

Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian merupakan data empiris yang memiliki kriteria tertentu, yaitu valid, reliabel, dan objektif (Nasution, 2023). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Sugiono, 2014). Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan model metode analisis semiotika Roland Barthes terhadap konten pada akun Instagram @ptpn4_regional2. Dalam bahasa Indonesia, semiotika diartikan sebagai ilmu tentang tanda (Syaputra & Santoso, 2023). Selain itu, juga dilakukan wawancara untuk mendapatkan data tambahan didalam penelitian ini. Informan dalam wawancara ini adalah pihak humas PTPN 4 regional 2 dan dua pengikut aktif Instagram @ptpn4_regional2. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara. Sedangkan analisis data yang dilakukan adalah denotasi, konotasi, dan mitos.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Akun Instagram @ptpn4_regional2 merupakan platform resmi yang dikelola oleh PTPN IV Regional 2, salah satu bagian perusahaan perkebunan BUMN khususnya di sektor kelapa sawit dan teh. Akun ini dimaksudkan untuk memberikan informasi terkini tentang kegiatan dan program PTPN IV di Wilayah 2, yang meliputi wilayah Medan dan sekitarnya. Dengan konten yang informatif dan menarik, PTPN IV juga membantu meningkatkan pengetahuan publik tentang industri perkebunan dan pentingnya praktik berkelanjutan.

Terdapat tiga unggahan konten yang peneliti ambil sebagai sampel untuk mendukung penelitian yang dilakukan ini. Setiap potongan konten tersebut dianalisis menggunakan metode semiotika Roland Barthes, yang mengulik tiga tingkatan makna: denotasi, konotasi, dan mitos.


- a. Denotasi**, adalah makna yang sesuai dengan makna aslinya, tanpa adanya pergeseran makna atau perubahan makna (Antika et al., 2020). Pada tahap denotasi, penelitian ini menganalisis makna harfiah dari elemen visual dan tekstual yang digunakan serta dapat

dilihat secara langsung pada konten Instagram @ptpn4_regional2, seperti gambar, warna, simbol, serta caption.

- b. Konotasi**, adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menggambarkan level kedua dalam sistem tanda. Pada level ini, terjadi interaksi antara tanda dengan perasaan dan emosi audiens, serta nilai-nilai budaya yang ada (Dian Rahmawati et al., 2024).
- c. Mitos**, adalah makna ketika aspek konotasi tersebut menjadi suatu pemikiran yang populer di masyarakat, maka terbentuklah mitos tentang tanda tersebut (Hidayati, 2021).

Tiga konten yang dianalisis menggunakan Semiotika Roland Barthes diantaranya adalah:

1. Analisis Konten Kegiatan CSR

	
Denotasi	<p>Dalam konten ini terlihat bahwa Direktur Utama PTPN IV yaitu Bapak Jetmiko Santoso ditemani oleh Direktur Hubungan Kelembagaan PTPN IV yaitu Bapak Irwan Perangin-Angin memberikan bantuan yang diwakili oleh Asisten Perekonomian dan Pembangunan Kabupaten Langkat yaitu Bapak Drs. H. Sukhyar Mulyamin. Msi dan Danrem KODAM I Bukit Barisan yaitu Bapak Kolonel Inf. Tagor Rio Pasaribu dalam kegiatan peduli stunting kepada 500 anak untuk tiga bulan. Kegiatan ini bertemakan “Program Pengentasan Stunting 2025”.</p>
	<p>Kegiatan ini mencerminkan kepedulian PTPN IV Regional 2 terhadap kesehatan masyarakat khususnya anak-anak. Caption “Terus dan akan terus berkontribusi menekan prevalensi stunting”, menyiratkan bahwa PTPN IV Regional 2 ikut berperan aktif dalam upaya peningkatan</p>

<p>Konotasi</p>	<p>kesehatan anak-anak, serta menekan kolaborasi dengan pemerintah serta masyarakat terkait. Kegiatan CSR dengan memberikan bantuan kepada 500 anak agar terhindar dari stunting dijadikan sebagai cerminan akan nilai kemanusiaan dan mewujudkan astacita serta Indonesia Emas 2045. Kehadiran perwakilan pemerintah dan TNI menunjukkan bahwa program ini melibatkan berbagai pihak. Elemen teks “Menunjukkan Komitmen” menegaskan bahwa PTPN IV serius dalam pencegahan stunting pada anak.</p>
<p>Mitos</p>	<p>Dari kegiatan yang dilakukan, PTPN IV Regional 2 berupaya mengembangkan reputasi perusahaannya sebagai etintas yang peduli terhadap pertumbuhan dan kesehatan anak-anak yang akan menjadi generasi penerus bangsa. Melalui konten tersebut PTPN IV Regional 2 memperlihatkan bahwa mereka telah melakukan tanggung jawab sosial. Hastag seperti #cegahstunting dan #palmcoterdepan membangun narasi bahwa PTPN IV Regional 2 memiliki peran penting dalam upaya nasional melawan stunting, serta membuat reputasi PTPN IV Regional 2 semakin berkembang.</p>

2. Analisis Konten Penghargaan dan Prestasi Perusahaan



Denotasi	Dalam konten yang di unggah terlihat bahwa Direktur Utama PTPN IV yaitu Bapak Jetmiko Santoso mendandatangani kesepakatan lanjutan kerjasama dengan pihak UNILEVER. Berdasarkan elemen teks yang tertera menunjukkan bahwa kesepakatan ini telah berlangsung hampir satu dekade. Pakaian yang dikenakan tergolong formal dengan stelan jas rapi dan didukung oleh ruangan yang kondusif. Momen ini merupakan momen resmi penandatanganan perjanjian bisnis antara dua perusahaan besar dimana kedua belah pihak terlihat serius dan profesional dalam proses penandatanganan.
Konotasi	Konten ini memiliki makna dalam mengkomunikasikan kepercayaan, profesionalisme, keberlanjutan, dan kemajuan bisnis. Hal ini terlihat pada penggunaan busana formal yang bermakna pada keseriusan dan profesional dalam dunia bisnis. Proses penandatanganan dokumen menunjukkan komitmen dan kerjasama resmi antara kedua pihak. Ekspresi serius dan fokus pada wajah kedua pihak bermakna kepercayaan dan kesepahaman. Sedangkan pada kata-kata “kesepakatan menandai babak baru” bermakna bahwa perpanjangan bisnis ini memiliki arah yang berkemajuan dan akan menghasilkan inovasi baru.
Mitos	Dalam kegiatan keberlanjutan kerjasama antara PTPN IV Regional 2 dengan perusahaan multinasional seperti UNILEVER ini membuat penegasan terkait kredibilitas dan komitmen PTPN IV dalam meningkatkan kualitas produknya serta memperluas jaringan kerjasama. Hal ini dapat menimbulkan dampak yang positif bagi pengembangan reputasi perusahaan yang ada. Hastag yang digunakan yaitu #ptpn4palmco, #palmcoterdepan, #holdingperkebunan, dan #bumnuntukindonesia membangun narasi bahwa PTPN IV Regional 2 tidak hanya sekedar perusahaan perkebunan biasa tetapi merupakan perusahaan BUMN yang memiliki entitas besar dan sangat

	diperhitungkan untuk berkontribusi pada industri, ekonomi, dan pembangunan nasional.
--	--

3. Analisis Konten Kunjungan Kerja

	
Denotasi	Dalam konten ini terlihat bahwa terdapat elemen teks utama “Kunjungan Kerja SEVP Opration I PTPN IV Regional II ke Kebun Ajamu Group” dengan warna hijau dan putih. Tetap menyematkan logo BUMN untuk Indonesai pada bagian kiri atas dan logo PTPN IV pada bagian kanan atas. Foto petinggi dan karyawan Perusahaan yang mengenakan baju batik, serta satu anggota TNI yang berjejer rapi sambil mengepalkan tangan. Terdapat latar belakang pohon sawit dan jejeran buah sawit dihadapan petinggi, karyawan, dan anggota TNI.
Konotasi	Makna tersirat dari konten tersebut diantaranya warna hijau pada elemen teks sering dikaitkan dengan industry agribisnis yang merupakan identitas PTPN IV sebagai perusahaan kelapa sawit. Latar belakang pohon sawit dan jejeran buah sawit juga menekankan hal yang sama serta sebagai ymbol produktivitas dan keberlanjutan operasional perusahaan. Penggunaan seragam batik melambangkan budaya profesionalisme dan nasionalisme serta didukung dengan tangan yang mengepal sebagai simbol juara dan membangun negeri.

Mitos	Narasi yang dibangun dalam konten ini adalah upaya pengembangan reputasi perusahaan yang meliputi PTPN IV merupakan perusahaan yang profesional dengan bentuk kerja nyata berdasarkan gambar jejeran buah sawit siap panen. Selain itu adanya narasi terkait kebersamaan dan kedekatan antara pimpinan dan para karyawan melambangkan hubungan erat dan harmonis. Serta PTPN IV merupakan perusahaan yang berkelanjutan dan berkomitmen tinggi terhadap sektor industry sawit. Penggunaan hastag seperti #SahabatN4, #PTPN4PalmCo, dan #HarmonisBertumbuhJuara juga menekankan narasi tersebut.
--------------	---

Selain menganalisis konten pada akun Instagram @ptpn4_regional2 dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes, peneliti juga melakukan wawancara agar mendapatkan data yang lebih valid sebagai penambah data penelitian. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap tiga orang narasumber terkait membuat penelitian ini semakin jelas dan terarah terhadap tujuan penelitian ini. Setiap narasumber memberikan pandangan dan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian ini. Hasil wawancara yang diperoleh memuaskan dan bermanfaat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Bobby Saragih sebagai pengolah Instagram @ptpn4_regional2 menyatakan bahwa proses kreatif dalam pembuatan konten berfokus pada pemahaman audiens target dan penggunaan warna, ikon, dan elemen visual yang mencerminkan nilai merek dan menarik perhatian. Caption dan hashtag yang digunakan bertujuan untuk melengkapi pesan dan meningkatkan visibilitas. Selain itu, melakukan riset dan analisis audiens sangat diperlukan untuk memastikan bahwa pesan dikomunikasikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh audiens target. Setiap konten memiliki tujuan tertentu, seperti memperkuat dan mengembangkan reputasi, menyoroti nilai-nilai sosial, atau menunjukkan komitmen perusahaan terhadap isu-isu seperti keberlanjutan. Oleh karena itu, semua elemen konten dipilih dengan cermat untuk menciptakan pengalaman visual yang konsisten dan mengembangkan reputasi perusahaan.

Chindy Ingraini sebagai pengikut aktif pada akun Instagram @ptpn4_regional2 juga memberikan pernyataan bahwa konten dalam akun tersebut memberikan berbagai informasi tentang kegiatan perusahaan baik secara internal maupun eksternal dengan baik, serta didukung

oleh penggunaan warna hijau di beberapa konten yang mencerminkan perusahaan perkebunan. Selain itu konten yang diunggah memberikan pandangan bahwa PTPN IV merupakan perusahaan yang bekerja secara profesional dan berkelanjutan. Walaupun terdapat kemungkinan perbedaan antara realita dan konten yang diunggah, tetapi ia tetap berpendapat bahwa segala tantangan dan hambatan dibalik konten tersebut dapat dan sudah terselesaikan dengan baik, serta menunjukkan bahwa PTPN IV Regional2 adalah perusahaan perkebunan dengan reputasi yang sangat baik serta memenuhi standar keberlanjutan yang tinggi.

Dilain sisi, Delviani Fadhilah sebagai salah satu mahasiswi Ilmu Komunikasi dari Universitas Malikussaleh dan pengikut aktif akun Instagram @ptpn4_regional2 berpendapat bahwa kesan pertama yang ia lihat pada akun @ptpn4_regional2 sebagai perusahaan perkebunan sudah terlihat dari penggunaan warna hijau dalam beberapa konten. Hijau baginya bermakna kesejukan dan keberuntungan. Dalam konten @ptpn4_regional2 juga menunjukkan setiap kontennya memiliki makna yang berupaya untuk menyoroti nilai-nilai kebersamaan dan kontribusi individu dalam organisasinya. Makna seperti ini biasanya bertujuan untuk memperkuat, rasa, memiliki dan semangat kolaborasi di antara karyawan-karyawannya.

Selain itu juga menunjukkan upaya perusahaan untuk berinteraksi dengan publik dan meningkatkan transparansi, juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, serta menunjukkan keterbukaan terhadap perkembangan teknologi dan komunikasi modernnya. Ia juga menambahkan bahwa konten pada @ptpn4_regional2 cenderung memperkuat persepsi positif terhadap perusahaan, hal ini dilihat dari aktifnya @ptpn4_regional2 dalam membagikan informasi tentang kegiatan operasional, keberlanjutan serta peran sosial mereka. Kesimpulan bagi Delviani Fadhilah adalah reputasi yang ditampilkan di Instagram @ptpn4_regional2 sesuai dengan kenyataan perusahaan, hal ini terlihat dari berbagai kegiatan yang PTPN IV lakukan memberikan kesan yang sangat positif dan bertanggungjawab.

Melalui analisis semiotika Roland Barthes yang telah dilakukan dalam penelitian ini terhadap lima konten pada akun Instagram @ptpn4_regional2 dan didukung oleh hasil wawancara sebagai penambahan data agar mendapatkan hasil yang lebih valid ditemukan bahwa konten yang diunggah pada akun Instagram @ptpn4_regional2 yang menampilkan berbagai konten terkait transparansi operasional perusahaan, program keberlanjutan dan interaksi aktif dengan masyarakat berhasil mengembangkan reputasi perusahaan PTPN IV Regional 2 kearah

yang lebih baik dan dikenal sebagai perusahaan yang profesional, peduli terhadap lingkungan, serta bertanggung jawab secara sosial. Selain itu, dari lima konten yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini memuat komentar-komentar kearah yang positif, salah satu komentar tersebut berbunyi “*Mantap PTPN 4 jaya berkah juara-@waridi160*”

Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah oleh akun Instagram @ptpn4_regional2 selain berhasil dimanfaatkan dalam upaya pengembangan reputasi perusahaan, juga membuat PTPN IV Regional 2 dijadikan sebagai perusahaan perkebunan yang tidak hanya sukses secara bisnis, tetapi juga sebagai institusi yang ikut berkontribusi bagi masyarakat dan lingkungan. Meskipun demikian, tidak menampik bahwa tetap terdapat tantangan dalam upaya pengembangan reputasi perusahaan, terutama terkait kesenjangan pesan yang ingin disampaikan dengan persepsi publik.

Untuk itu diperlukan adanya upaya yang lebih konsisten dalam menjaga kredibilitas dan transparansi dari konten, serta terus mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif terhadap dinamika media sosial. Yang diharapkan agar konten pada akun Instagram @ptpn4_regional2 dapat membuat reputasi PTPN IV Regional 2 yang semakin kuat, terus berkembang dan terjaga dengan lebih baik dimata publik ataupun stakeholder.

Penutup

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dalam penyusunan artikel ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Konten yang diunggah pada akun Instagram @ptpn4_regional2 memiliki peran yang penting dalam pengembangan reputasi perusahaan, khususnya PTPN IV Regional 2 sebagai perusahaan BUMN yang profesional dengan standar tinggi dan transparan dalam operasional perusahaan, program keberlanjutan dan interaksi aktif baik internal maupun eksternal perusahaan.
2. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber terkait, konten yang diunggah oleh akun Instagram @ptpn4_regional2 selain berhasil dimanfaatkan dalam upaya pengembangan reputasi perusahaan, juga membuat PTPN IV Regional 2 dijadikan sebagai institusi yang ikut berkontribusi bagi masyarakat dan lingkungan.

3. Akun Instagram @ptpn4_regional2 secara menyeluruh bermanfaat sebagai media komunikasi yang efektif dalam upaya pengembangan reputasi perusahaan di era digital yang memiliki jangkauan audiens secara luas.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu tanpa disadari telah berjasa dan berkontribusi telah mendukung proses penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini.

Daftar Pustaka

- Aldila Safitri, A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Antika, T. R., Ningsih, N., & Sastika, I. (2020). Analisis Makna Denotasi, Konotasi, Mitos Pada Lagu “Lathi” Karya Weird Genius.
- Dian Rahmawati, C., Busri, H., & Badrih, M. (2024). Makna Denotasi dan Konotasi Meme Dalam Media Sosial Twitter: Kajian Semiotika Roland Barthes. In *Bahasa dan Sastra* (Vol. 10, Issue 2). Pendidikan. <https://e-journal.my.id/onoma>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan.
- Halawa, Z., & Islami, L. (2021). Strategi Public Relations Pt. Indofood Sukses Makmur Tbk. Divisi Bogasari Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Instagram. <https://binus.ac.id/malang/2018/07/cyber-public->
- Hidayati, W. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Dua Garis Biru Karya Sutradara Gina S. Noer.
- Lubis, A. R. H., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Citra Merek. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1213–1219. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3210>
- Lubis, N., Octapianus Nainggolan, M., Bisnis, M., Niaga, A., Negeri Medan Administrasi Bisnis, P., & Negeri Medan, P. (2024). Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Perkebunan Nusantara IV Regional II Medan.
- Maysarah, J., Hutasuhut, J., Lubis, A. S., & Falahi, A. (2024). Pengaruh Karakteristik Individu, Motivasi Berprestasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Regional II PT. Perkebunan Nusantara IV. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 9(1), 34–48. <https://doi.org/10.51544/jmm.v9i1.5098>
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina, Ed.). CV. Harfa Creative.
- Oktavianus, L. C., Randa, F., Jao, R., & Praditha, R. (2022). *Kinerja Keuangan Dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. KRISNA:

- Kumpulan Riset Akuntansi, 13(2), 218–227. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.218-227>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(31), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi>
- Shafira, S., & Claretta, D. (2022). Strategi Humas PTPN XI dalam Meningkatkan Brand Engagement melalui Akun Instagram @ptpn11. <https://ginaluttrellphd.com>,
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Syaputra, A., & Santoso, P. (2023). Analisis Semiotika Karikatur Konferensi Tingkat Tinggi Asean Ke 24 Pada Postingan Akun Instagram Jokowi Semiotic Analysis Of Characters Of The 24th Asean High Level Conference On Jokowi's Instagram Account Posts. *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 2(3), 183–188.
- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>