# PEMANFAATAN INSTAGRAM @beraucoal.id SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DAN INFORMASI PT. BERAU COAL

## USE OF INSTAGRAM @beraucoal.id AS A PUBLICATION AND INFORMATION MEDIA FOR PT BERAU COAL

Febriansyah

Universitas Mercu Buana Yogyakarta Email : Febriiansyah04@gmail.com

# ABSTRAK

Dalam memanfaatkan media sosial Instagram, PT Berau Coal memiliki Instagram (@beraucoal.id) sebagai alat publikasi dan informasi terhadap publik. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif jenis deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi,wawancara dan dokumentasi. Peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana Instagram digunakan dalam kegiatan publikasi informasi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Berau Coal memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media komunikasi yang tepat dengan publik dan pemangku kepentingan. Dengan menggunakan 4 aspek penting dalam teori The Circular Model of Same (Share, Optimize, Manage, Engage). Pada aspek Share, perusahaan berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosial, menjalin hubungan dengan komunitas, dan membangun kepercayaan. Aspek Optimize menunjukkan pemanfaatan fitur Instagram seperti Feeds, Reels, Story, Highlight, Caption, dan Tagar untuk menyebarkan informasi dengan lebih efisien. Aspek Manage menekankan pentingnya pengelolaan konten yang konsisten dan sesuai dengan norma-norma bahasa Indonesia. Terakhir, aspek Engage menyoroti kolaborasi dengan influencer lokal untuk meningkatkan interaksi dan menciptakan hubungan

yang lebih erat dengan masyarakat.perusahaan mampu menyebarkan informasi secara tepat dan menarik. Melalui pendekatan ini, PT Berau Coal dapat memperkuat branding perusahaan, meningkatkan keterlibatan dengan masyarakat,dan memperluas jangkauan informasi perusahaan.

**Kata Kunci :** Instagram, Publikasi Informasi, PT Berau Coal

## ABSTRACT

*In utilizing Instagram social media, PT Berau Coal has Instagram (@beraucoal.id) as a publication and information tool for the public. Researchers used descriptive qualitative research methods with observation, interview and documentation data collection techniques. Researchers aim to find out how Instagram is used in company information publication activities. The research results show that PT Berau Coal uses Instagram as an appropriate communication medium with the public and stakeholders. By using 4 important aspects in the theory of The Circular Model of Same (Share, Optimize, Manage, Engage). In the Share aspect, the company actively participates in social activities, builds relationships with the community, and builds trust. The Optimize aspect shows the use of Instagram features such as Feeds, Reels, Stories, Highlights, Captions and Hashtags to disseminate information more efficiently. The Manage aspect emphasizes the importance of managing content consistently and in accordance with Indonesian language norms. Lastly, the Engage aspect highlights collaboration with local influencers to increase interaction and create closer relationships with the community. The company is able to disseminate information in an accurate and interesting manner. Through this approach, PT Berau Coal can strengthen company branding, increase engagement with the community, and expand the reach of company information.*

***Keywords****: Instagram, Information Publication, PT Berau Coal*

# PENDAHULUAN

Media sosial sudah di pakai serta diyakini terhadap public yang serta hampir menggeser fungsi tiap jurnalis media arus pokok. Media sosial dapat bisa diaplikasikan guna berbagi maksud komunikasi dipakai juga terhadap pemerintahan sampai organsisasi penduduk. Salah satu media sosial yang paling berpengaruh dalam menginformasikan dan mengiklankan suatu kepentingan ialah Instagram.

Perkembangan informasi melalui Instagram saat ini sudah berkembang dengan baik. Setiap Perusahaan yang ingin berkembang membutuhkan media sosial berupa Instagram untuk membagikan hasil kinerja dari Perusahaan tersebut maupun membagikan informasi terkait aktivitas dan pelayanan yang terdapat

di Perusahaan tersebut. Instagram juga merupakan platfrom yang menjadi media penghubung antara Perusahaan yang di wakilinya dengan public. Juga mampu menjadi tolak ukur bahwa suatu Perusahaan memiliki kegiatan yang positif sehingga nantinya bisa menguntungkan Masyarakat dan Perusahaan tersebut.

Media sosial merupakan platform media yang mengorientasikan dalam eksistensi pemakai yang menaungi mereka terhadap kegiatan serta berkombinasi. Karena itu media sosial bisa dikatakan menjadi medium (fasilitator) online yang mengkokohkan kaitan sesama pemakai serta suatu gubungan masyarakat1. Media sosial juga digunakan dalam instansi

1 Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.*

*Ckrawala: Jurnal*

*Humaniora Bina Sarana Informatika,* 16(2).

pemerintahan dalam penyebaran informasi. Instansi pemerintah mengaplikasikan media sosial guna memperluas data perihal program, peraturan, kebijakan, dan peristiwa penting pemerintah kepada masyarakat. Hal ini meningkatkan transparansi pemerintah dan membuat informasi lebih mudah diakses oleh masyarakat. Sehingga, Media sosial memudahkan instansi pemerintah untuk berinteraksi langsung dengan warganya. Mereka dapat menjawab pertanyaan, memberikan layanan pelanggan, dan menanggapi keluhan atau komentar melalui platform media sosial. Sehingga ini memudahkan instansi pemerintah dalam menggunakan media sosial untuk mendidik masyarakat tentang berbagai masalah, termasuk kesehatan, keselamatan, dan keuangan.

Media sosial membantu

meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai topik-topik penting. Media sosial menjadi saluran baru dalam aktivitas kehumasan Menyikapi dan menanggapi kritik atau komentar masyarakat di lingkungan media sosial. Hal ini membantu membangun kepercayaan dan menjaga komunikasi efektif antara pemerintah dan masyarakat.

Di era digital sekarang, media sosial telah mengubah banyak aspek kehidupan Masyarakat, termasuk aktivitas kehumasan. Interaksi yang dilakukan di dalam sosial media ini mampu merubah dan menjangkau lebih banyak audience sehingga memperkuat relasi Masyarakat dan humas. Publik tentunya bergantung dalam PR menjadi acuan informasi berita yang tak terdapat pada koran serta media massa lain. Dari internet,

PR mampu meminimalisir dana disbanding mesti memberikan Pres Release melewati pos atau faks. 2Digital PR ini dapat membangun, memelihara, dan mengelola hubungan dengan publik mereka melalui platform dan saluran digital. Ini mencakup penggunaan media sosial, situs web, blog, email, dan berbagai alat online lainnya untuk berkomunikasi dengan audiens, mempromosikan pesan, dan mengelola citra dan reputasi organisasi. Hubungan antara humas dan media sosial sangatlah erat di era digital. Media sosial sebagai wadah yang cukup utama pada praktik humas karena memungkinkan organisasi atau individu berkomunikasi langsung dengan khalayak dan mempengaruhi persepsi dan citra mereka.

2 Ardianto, E., & Soemirat, S. (2004). Dasar- dasar public relations. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kemudahan Internet telah mengubah cara kita mengakses dan memperoleh informasi dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Internet bisa dijangkau hingga seluruh dunia, selama ada koneksi Internet. Hal ini memungkinkan orang untuk mengakses informasi dari berbagai lokasi. Dengan kemudahan yang ada, aktivitas humas dalam beberapa Lembaga dan instansi pun akan memberikan informasi kepada media dalam Upaya meningkatkan pelayanan informasi public.

Layanan informasi publik Instagram merupakan upaya suatu pemerintah, instansi atau organisasi pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat melalui platform media sosial Instagram. Instagram adalah jejaring sosial yang sangat populer yang digunakan terhadap

jutaan manusia pada setiap bagian bumi. Maka sebab itu, banyak lembaga dan organisasi pemerintah yang menggunakannya sebagai alat untuk menyebarkan informasi publik, berkomunikasi dengan masyarakat, dan meningkatkan transparansi. Layanan public yang disediakan pada media sosial intagram biasanya berhubungan dengan membagikan berita, pembaruan kebijakan, informasi penting, dan pengumuman dari pemerintah atau organisasi. Ini mungkin termasuk informasi mengenai kebijakan, acara, peraturan, dll. Selain itu, Instagram bisa digunakan untuk kampanye Pendidikan dan kesadaran terkait berbagai isu, seperti pendidikan kesehatan, lingkungan, keamanan, atau hal-hal lain yang relevan bagi Masyarakat serta berkomunikasi dan memberikan informasi yang akurat

dan terpercaya sehingga pesan mereka diterima oleh masyarakat dan mengukur dampak dari informasi yang mereka sebar.



Gambar 1.1 : Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber : [https://upgraded.id/data-jumlah-](https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia) [pengguna- instagram-di-indonesia](https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia)

Terkait dengan mengembangkan pelayanan informasi dunia dalam sektor informasi serta komunikasi public. PT. Berau Coal menggunakan sosial media dalam memberikan informasi serta berinteraksi dengan Masyarakat seperti merespon pertanyaan, komentar, dan masukan dari warga sehingga menciptakan rasa keterlibatan dan mengindikasikan

transparansi. Dengan adanya penggunaan media sosial berupa Instagram PT. Berau Coal mampu memberikan banyak informasi terkait kegiatan perusahaan, CSR, Lowongan kerja, dan lainnya. Untuk sebuah perusahaan yang cukup terkenal di kalangan masyarakat memang menjadi sebuah tantangan dalam mengelola akun instagram supaya pesan yang disalurkan bis adi terima baik oleh masyarakat.

PT. Berau Coal merupakan salah satu perushaan Batu Bara terbesar di Indonesia yang terletak di kab. Berau Kalimantan Timur. 3PT Berau Coal merupakan produsen batubara terbesar kelima di Indonesia yang sudah menggapai beragam penghargaan bidang sosial

3 Profil PT. Berau Coal. <https://www.beraucoalenergy.co.id/>diakses pada 11 Maret 2024

kemasyarakatan serta lingkungan hidup dari Pemerintah Indonesia. Pemanfaatan media sosial diakui oleh Humas PT. Berau Coal, pengelolaan medsos Bidang Humas PT. Berau Coal menjabarkan tugas Humas sangan utama untuk dioptimalkan. termasuk saat terdapat krisis informasi serta simpang-siur data, serta akun resmi @beraucoal.id juga lembanga terhubung yang hendak digapai terhadap penduduk. PT. Berau Coal mempunyai akun Instagram @beraucoal.id, akun Instagram tersebut berisi tentang edukasi, media publikasi dan informasi. Konten yang dibagikan akun Instagram @beraucoal.id berisi tentang etika dalam media sosial seperti pencegahan berita hoax, kesadaran akan bersosial media, informasi kegiatan Perusahaan, CSR, lowongan kerja dan sebagainya. Selain memberikan edukasi terhadap

etika dalam media sosial, Instagram resmi PT. Berau Coal sebagai media publikasi juga menyebarkan informasi seputar kebijakan dan informasi baru seputar kegiatan Perusahaan PT. Berau Coal sehingga memudahkan Masyarakat dalam mencari informasi tentang kebijakan dan informasi baru.



Gambar 1. 1 Akun Instagram @beraucoal.id

Sumber : <https://www.instagram.com/beraucoal.id/>

Penulis memilih PT. Berau Coal sebagai objek penelitian karena PT. Berau Coal merupakan

Perusahaan yang memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan tugas yang berhubungan dengan media publikasi dan informasi. PT. Berau Coal membantu Masyarakat khususnya Masyarakat kota Berau untuk memberikan informasi yang benar serta edukasi dan sosialisasi terhadap pelanggaran etika pada sosial media. PT. Berau Coal sendiri memiliki prestasi atas keaktifan mereka menggunakan sosial media yaitu Pr Indonesia Awards yang mendapatkan penghargaan dalam kategori Corporate PR, Kanal Digital Media Sosial Youtube dan Kanal Digital Media Sosial TikTok. Kegiatan digital pada sosial media PT. Berau Coal dapat membantu serta meningkatkan kualitas pelayanan public bagi Masyarakat kota Berau melalui publikasi dalam akun Instagram @beraucoal.id. Dalam pemanfaatan

media ini dapat mempermudah Masyarakat kota Berau untuk mendapatkan informasi seputar Perusahaan PT. Berau Coal.



Gambar 1. 2 Penghargaan @beraucoal.id

Sumber : [https://www.instagram.com](https://www.instagram.com/)

Terkait pada berkembangnya alur komunikasi serta informasi terhadap penduduk kota Berau, kami berharap melalui penelitian ini dapat dipelajari bagaimana memaksimalkan media sosial Instagram menjadi media publikasi dan informasi terhadap PT.

Berau Coal.

# PERMASALAHAN DAN TUJUAN

Dalam era digital saat ini, perusahaan harus mampu memanfaatkan media sosial dengan baik untuk menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan publik. PT Berau Coal menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk publikasi dan informasi dalam menghadapi tantangan di era digital. Namun, penggunaan Instagram dalam mencapai tujuan komunikasi perusahaan dan membangun hubungan dengan publik serta pemangku kepentingan belum sepenuhnya dipahami. Permasalahan utama yang dihadapi adalah bagaimana Instagram @beraucoal.id dapat digunakan secara optimal untuk meningkatkan visibilitas, partisipasi, dan

kepercayaan, serta bagaimana platform ini berkontribusi terhadap tujuan komunikasi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemanfaatan Instagram @beraucoal.id sebagai media publikasi dan informasi oleh PT Berau Coal, menganalisis strategi dan pendekatan yang digunakan perusahaan dalam menyebarkan informasi melalui Instagram, serta mengevaluasi dampaknya terhadap jangkauan dan interaksi dengan audiens. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pemanfaatan Instagram sebagai alat komunikasi perusahaan dan bagaimana platform ini dapat dioptimalkan untuk mendukung tujuan publikasi dan informasi PT Berau Coal.

# LANDASAN TEORI

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Media baru ini seringkali berbeda dalam cara penyampaian, interaktivitas, dan distribusi dibandingkan dengan media tradisional. Sekarang, Masyarakat tidak lagi menggunakan surat kabar, audio atau visual untuk mencari sumber informasi yang mereka inginkan tetapi masyarakat sekarang sudah menggunakan internet khususnya sosial media dalam menyebarkan dan mencari informasi terbaru.

Pada saat ini media sosial penting keberadaanya bagi perusahaan dalam upaya publikasi informasi serta komunikasi. Dengan memnfaatkan media sosial memungkinkan interaksi yang lebih mudah dan luas, memungkinkan pengguna untuk

berbagi informasi, ide, dan hiburan dengan cepat.

# The Circular Model Of Some

Regina Luttrell mencetuskan teori The Circular Model Of Some bersumber pada dorongan fundamental Clue train Manifesro serta ragam komunikasi Two Way Cimetrical Grunig.The Circular Model of Some ini diinginkan dapat membantu serta memudahkan pemakai media sosial pada pembentukan rancangan komunikasi pada media sosial4. The Circullar Model Of The Some menjadi teori yang digunakan untuk memahami dan meningkatkan keterlibatan pengguna di media sosial yang

4 Muhammad, A. (2023).Analysis Of Information Public Relation Management on the @SEMARAS\_SIA Accound Based on The Circular Model Of Some Theory. WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 1(2), 22- 45.

berfokus pada empat indikator utama: Share, Optimize, Manage, dan Engage.

1. Share

Share dalam konteks media sosial adalah proses berbagi informasi, pesan, atau konten yang relevan dan menarik yang mana tujuannya adalah untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan informasi, serta menarik partisipasi dari audiens yang lebih luas. Dalam praktiknya, ini melibatkan berbagi konten perusahaan, kegiatan CSR, edukasi, dan informasi penting lainnya, yang dikemas sedemikian rupa sehingga menarik minat dan perhatian pengguna media sosial.

1. Optimize

Optimize adalah usaha untuk meningkatkan efisiensi,

efektivitas, dan kualitas hasil melalui pemanfaatan sumber daya yang ada secara optimal. Tujuannya adalah memastikan bahwa konten yang dipublikasikan mencapai audiens yang tepat dengan cara yang paling efisien dan efektif. Dalam konteks media sosial, ini dapat dicapai dengan menggunakan berbagai fitur yang tersedia di platform seperti Instagram, termasuk feeds, reels, story, highlight, caption, dan tagar.

1. Manage

Manage adalah proses pengelolaan media sosial yang melibatkan perencanaan, pembuatan, dan publikasi konten yang berkualitas serta interaksi dengan audiens. Tujuannya adalah memastikan konsistensi, kesesuaian, dan relevansi konten

yang dipublikasikan, serta menjaga interaksi positif dengan audiens. Hal ini mencakup pengelolaan kolom komentar, direct message, dan sesi Q&A untuk merespons audiens secara tepat dan meminimalisir penyebaran opini negatif.

1. Engage

Engage adalah usaha untuk melibatkan tokoh, komunitas, atau influencer dalam penyebaran informasi guna meningkatkan jangkauan dan interaksi. Tujuannya adalah memperluas jangkauan informasi dan mempererat hubungan dengan audiens melalui kolaborasi dengan pihak yang memiliki pengaruh. Misalnya, bekerja sama dengan influencer lokal, media setempat, atau komunitas untuk

mempromosikan konten dan nilai- nilai perusahaan, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima lebih luas dan mendalam oleh masyarakat.

# METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang mana menggunakan paradigma pospositivisme yang digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana Pemanfaatan Instagram @beraucoal.id Sebagai Media Publikasi Dan Informasi PT Berau Coal. Dalam proses pengambilan data penulis melakukan observasi terlebih dahulu terhadap akun Instagram @beraucoal.id yang kemudian wawancara semi struktur melalui google meet dengan dua narasumber. Selajutnya data pendukung lainnya

penulis peroleh melalui kegiatan dokumentasi untuk menggambarkan lebih jelas bagaimana perusahaan memanfaatkan instgram sebagai media publikasi dan informasi.. Setelah pengambilan data, penulis melakukan analisis data yang kemudian data – data tersebut direduksi untuk memperoleh hasil penelitian dan kesimpulan yang dibutuhkan.

# HASIL KAJIAN

PT Berau Coal sendiri telah memulai menggunakan Instagram sebegai media publikasi perusahaan sejak tahun 2017 sebagai salah satu media yang cukup eksis digunakan pada masa itu sebegai media komunikasi serta informasi perusahaan dengan public maupun pemangku kepentingan. Semakin berkembangnya

teknologi yang semakin kompleks ini yang mendorong perusahaan untuk semakin improve pada kinerja perusahaan yang ditujukan sebagai langkah yang diambil sebagai strategi perusahaan untuk lebih mendekatkan diri dengan masyarakat dan pemangku kepentingan, serta untuk memperkuat citra perusahaan di era digital ini. Dalam proses pemanfaatan Instagram @beraucoal.id ini, PT Berau Coal ini menggunakan 4 aspek penting dalam teori The Circular Model of Same (Share, Optimize, Manage, Engage) dalam proses publikasi dan informasi perusahaan.

## Share

Share menjadi poin utama dalam proses publikasi dan informasi kepada publik, di mana PT Berau Coal aktif menyebarluaskan informasi dan pesan melalui Instagram @beraucoal.id

untuk menarik partisipasi dan membentuk ruang komunikasi yang kuat dengan audiens.

PT Berau Coal memanfaatkan Instagram @beraucoal.id sebagai media publikasi dan informasi perusahaan dengan fokus pada aspek share, yang bertujuan untuk menarik partisipasi dan membangun ruang komunikasi yang kuat dengan publik. Strategi ini didukung oleh tiga aspek penting:

* *Participate*

Partisipasi aktif diwujudkan melalui keterlibatan perusahaan dalam berbagai kegiatan sosial dan komunitas, seperti Program Pengembangan dan

Pemberdayaan Masyarakat (PPM) dan kerjasama dengan PMI.

* *Connect*

Hubungan yang kuat dengan komunitas setempat dibangun melalui kegiatan seperti Berau Expo dan Bazar Pasar Murah.

* *Built Trust*

Kepercayaan dipelihara melalui konsistensi dan transparansi dalam berbagai kegiatan rutin seperti donor darah dan pengobatan gratis.

## Optimize

PT Berau Coal mengoptimalkan penggunaan Instagram @beraucoal.id untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas penyebaran informasi perusahaan. Dengan memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti Feeds, Reels, Story, Highlight, Caption, dan Tagar, PT Berau Coal mampu menyampaikan informasi dengan tepat sasaran.

1. Feeds : digunakan untuk menyampaikan informasi korporat, edukasi, dan sosialisasi melalui konten visual yang menarik.
2. Reels : memungkinkan penyampaian informasi dengan cara yang dinamis dan interaktif, sementara berbasis audio visual.
3. Story : digunakan meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan komunitas lokal melalui konten real-time.
4. Highlight : digunakan untuk menyimpan dan mengorganisir informasi penting agar mudah diakses kapan saja.
5. Caption dan tagar : membantu menyampaikan informasi secara tertulis dan detail, dan penggunaan tagar memperluas jangkauan audiens dan mendukung kampanye perusahaan.

# Manage

Manajemen dalam proses publikasi dan informasi di PT Berau Coal melalui Instagram @beraucoal.id sangat penting untuk memastikan konten berkualitas dan sesuai norma- norma yang berlaku. PT Berau Coal mengelola media sosialnya dengan perencanaan matang, memastikan setiap konten melalui proses review cermat sebelum dipublikasikan.

Konten yang dibagikan tidak hanya berfokus pada kegiatan pertambangan, tetapi juga mencakup informasi edukatif dan informatif dari berbagai sumber seperti kesehatan, wisata, dan budaya.

Selain itu, manajemen juga mencakup interaksi dengan audiens untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan dan mencegah penyebaran

opini negatif. Interaksi ini dilakukan melalui kolom komentar dan kegiatan komunitas, membantu perusahaan terhubung langsung dengan pengikut, mendengarkan umpan balik, dan mendapatkan wawasan tentang kebutuhan dan harapan audiens.

# Engage

Aspek Engage dalam publikasi dan informasi PT Berau Coal melalui Instagram @beraucoal.id sangat penting untuk menyebarkan informasi secara luas.

PT Berau Coal berkolaborasi dengan tokoh penting, instansi pemerintah, media lokal, dan komunitas publik untuk memastikan pesan-pesan yang disampaikan relevan dan mudah diakses oleh masyarakat setempat. Kerjasama dengan influencer lokal seperti Anisa

Okta Dianti membantu perusahaan memperkuat kehadiran di media sosial dan mempererat hubungan dengan masyarakat lokal.

# KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis penggunaan Instagram (@beraucoal.id) oleh PT Berau Coal untuk publikasi dan informasi publik melalui metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Berau Coal secara efektif menerapkan teori The Circular Model of Same (Share, Optimize, Manage, Engage) dalam strategi komunikasinya. Pada aspek *Share*, perusahaan berhasil meningkatkan visibilitas dan partisipasi aktif, menjalin koneksi dengan komunitas lokal, serta membangun kepercayaan melalui transparansi dan komitmen. Dalam *Optimize*, PT Berau Coal

memanfaatkan fitur Instagram seperti feeds, reels, story, dan highlight untuk memastikan informasi yang disampaikan tepat sasaran. Aspek *Manage* menunjukkan perencanaan dan penyusunan konten yang dikelola oleh *Departemen Corporate Communication* guna menjaga kredibilitas perusahaan. Sementara pada aspek *Engage*, perusahaan melibatkan tokoh dan komunitas lokal, seperti kolaborasi dengan influencer Anisa Okta Dianti, untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat. Dengan demikian, PT Berau Coal menggunakan media sosial dengan strategi terencana untuk menyampaikan konten yang informatif dan memperkuat hubungan dengan masyarakat lokal.

# DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, H. Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif.* CV . Syakir Media Press, hal 33.

Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan data dan analisis data kualitatif. Pusat penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor, 27(10), 179-

188.

Ardianto, E., & Soemirat, S. (2004). Dasar-dasar public relations. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Arifin, R, D. (2023). Pengertian Instagram beserta Sejarah, Tujuan, Manfaat, dll. Dianisa.com diakses pada 20 April 2024.

Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and*

*Research)*, *5*(4), 1006-1013.

Jatayu, S,A. & Putri, Y,R. (2022). Anakisis Social Media Marketing Coffee Shop Tiga Pagi Banyuwangi di Era Covid19 melalui Instagram @tigapagicoffeespace. E- Proceeding of Management. Vol.8, No.6. hal. 3367 .

Mubarok, F . S. (2022). *Pemanfaatan New Media untuk Efektivitas Komunikasi di era Pandemi. Ilmiah Komunikasi Makna, 31 .*

Muhammad, A. (2023).Analysis Of Information Public Relation Management on the @SEMARAS\_SIA Accound Based on The Circular Model Of Some Theory. WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 1(2), 22-45.

Profil PT. Berau Coal. [https://www.beraucoalenergy.](https://www.beraucoalenergy.co.id/) [co.id/](https://www.beraucoalenergy.co.id/) diakses pada 11 Maret 2024.

Luttrel Regina, Social Media: How to Engage, Share and Connect (London: Rowman &

Littlefield publishers: 2015),

hal. 41.

Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika,* 16(2).

Subandi, T . (2006). Metode penelitian Kualitatif.

Sugiono (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, CV, hal 215.

Zellatfanny, C.M., & MUDJIYANTO, B (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. Daikom: Jurnal Media dan Komunikasi, 1(2), 83-90.