

Strategi Komunikasi pada Media Sosial: Digital Storytelling dan Narrative Paradigm mengungkap Environment, Social and Governance pada Instagram Reels @freeportindonesia = Strategic Communication on Social Media: Digital Storytelling and Narrative Paradigm to disclosure Environment, Social and Governance on Instagram Reels @freeportindonesia

Maria Adeline Cornelius, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920546230&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi telah mengubah strategi komunikasi, terutama melalui media sosial. Melalui digital storytelling dan narrative paradigm, dapat menjadi landasan dalam merumuskan strategi komunikasi untuk menyajikan cerita yang rasional dan masuk akal, khususnya dalam mengungkap kinerja organisasi terkait environment, social, dan governance (ESG). Penelitian ini mengeksplorasi strategi komunikasi pada media sosial dengan menggunakan digital storytelling dan narrative paradigm untuk mengungkap ESG, fokus pada salah satu perusahaan pertambangan, PT Freeport Indonesia Tbk (PTFI). PTFI aktif menggunakan Instagram, terutama fitur reels, untuk menampilkan kinerja ESG. Analisis konten kualitatif dilakukan dalam penelitian ini dengan menganalisis unggahan Instagram Reels PTFI selama satu tahun, dari 1 Maret 2023 hingga 1 Maret 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tujuh elemen digital storytelling, lima elemen—point of view, narrating voice, soundtrack, economy of the selection, dan rhythm of narrative—digunakan secara konsisten, menciptakan cerita yang efektif di media sosial. Namun, dua elemen lainnya, dramatic question dan emotional content, tidak selalu digunakan dalam setiap unggahan ESG. Penelitian juga menemukan bahwa cerita yang dipresentasikan secara digital oleh PTFI mencerminkan rasionalitas yang kuat terhadap nilai-nilai perusahaan, dengan menekankan aspek coherence dan fidelity sesuai dengan narrative paradigm. Saat kedua teori digital storytelling dan narrative paradigm digabungkan, menghasilkan cerita yang menarik, memiliki ikatan emosional dengan audiens, serta akurat dan masuk akal dalam menyampaikan informasi tentang kinerja perusahaan. Dalam mengungkapkan cerita ESG, PTFI menggunakan beberapa pendekatan: mengintegrasikan ketiga indikator ESG dalam satu unggahan, menggabungkan dua indikator dalam satu cerita, atau memfokuskan pada satu aspek secara khusus. Penelitian ini memberikan wawasan tentang penerapan strategi komunikasi pada media digital, khususnya penggunaan digital storytelling dan narrative paradigm dalam mengungkapkan kinerja organisasi terkait tanggung jawab ESG.

.....The development of technology has transformed communication strategies, especially through social media. Through digital storytelling and narrative paradigm, it can serve as a foundation in formulating communication strategies to present rational and coherent narratives, particularly in disclosing the performance of organizations related to environment, social, and governance (ESG). This research explores communication strategies on social media using digital storytelling and narrative paradigm to reveal ESG, focusing on a mining company, PT Freeport Indonesia Tbk (PTFI). PTFI actively uses Instagram, especially its reels feature, to showcase ESG performance. Qualitative content analysis was conducted in this study by analyzing PTFI's Instagram Reels posts over a year, from March 1, 2023, to March 1, 2024. The research findings indicate that out of the seven elements of digital storytelling, five elements—point of view,

narrating voice, soundtrack, economy of selection, and rhythm of narrative—are consistently utilized, creating effective narratives on social media. However, the other two elements, dramatic question and emotional content, are not always used in every ESG post. The study also found that digitally presented narratives by PTFI reflect strong rationality towards corporate values, emphasizing coherence and fidelity aspects in line with the narrative paradigm. When both digital storytelling and narrative paradigm theories are combined, they result in compelling stories that establish emotional connections with the audience and are accurate and sensible in conveying information about corporate performance. In expressing ESG narratives, PTFI adopts several approaches: integrating all three ESG indicators in one post, combining two indicators in one story, or focusing on one specific aspect. This research provides insights into the application of communication strategies in digital media, particularly the use of digital storytelling and narrative paradigm in disclosing organizational performance related to ESG responsibilities.