

**PERAN INSTAGRAM @PLN_UP3MADIUN DALAM MEMBERIKAN
INFORMASI PROGRAM LIGHT UP THE DREAM (LUTD) PT PLN
(PERSERO) UP3 MADIUN**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Tanaya Mutiara Nurdiansyah
22.96.3338

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PLN_UP3MADIUN
DALAM MEMBERIKAN INFORMASI TERKAIT PROGRAM
LIGHT UP THE DREAM (LUTD) PT PLN (PERSERO) UP3 MADIUN**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Tanaya Mutiara Nurdiansyah
22.96.3338

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERAN INSTAGRAM DALAM MEMBERIKAN INFORMASI
PROGRAM LIGHT UP THE DREAM (LUTD) PT PLN (PERSERO) UP3
MADIUN**

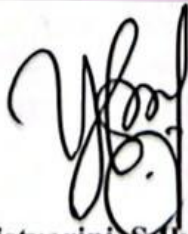
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tanaya Mutiara Nurdiansyah

22.96.3338

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 25 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Yulinda Erlistyarini, S.Ikom., M.Med.Kom
NIK. 1190302485/190302485

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERAN INSTAGRAM @PLN_UP3MADIUN DALAM MEMBERIKAN
INFORMASI PROGRAM *LIGHT UP THE DREAM* (LUTD) PT PLN
(PERSERO) UP3 MADIUN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Tanaya Mutiara Nurdiansyah
22.96.3338

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 Februari, 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437/0521059201

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302364/0509069101

Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.kom
NIK. 190302485/190302485

Tanda Tangan







Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Tanggal 25 Februari, 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



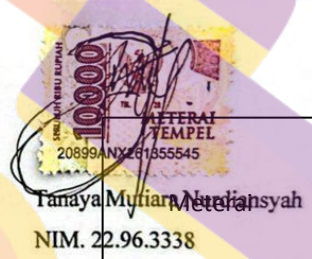
Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 25 Februari 2026


Tanaya Mulia Nurhidayah
NIM. 22.96.3338

KATA PENGANTAR

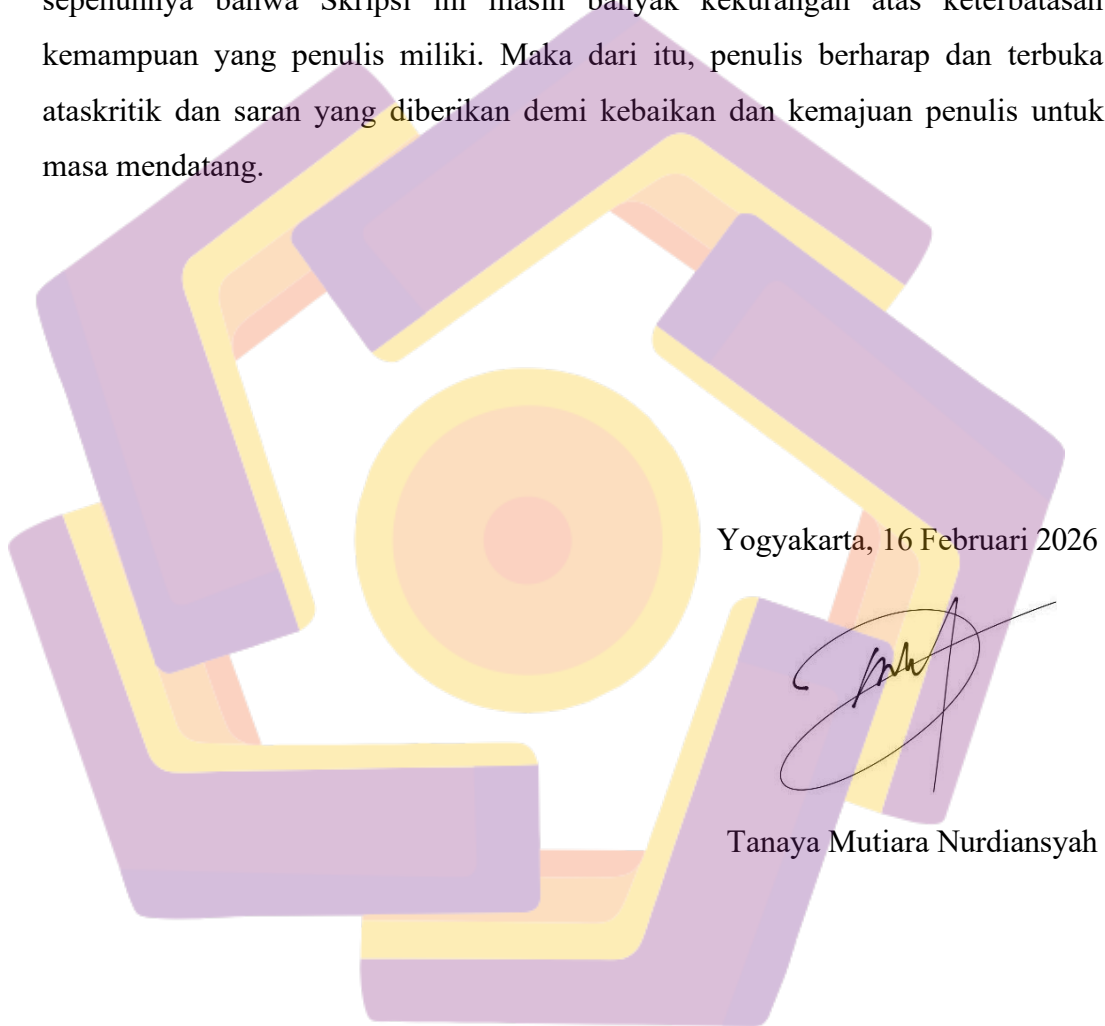
Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Skripsi yang di buat oleh penulis ini berjudul **“Peran Instagram @pln_up3madiun Dalam Memberikan Informasi Terkait Program Light Up The Dream (LUTD) PT PLN (Persero) UP3 Madiun”**.

Tujuan penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat- syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta. Keberhasilan dan kelancaran penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Rivga Agusta, S.IP., M.A. Selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Yulinda Erlistyarini, S.Ikom., M.Med.Kom. Selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan ilmi dalam pengerjaan Skripsi ini.
5. Ibu Riski Damastuti, S.Sos., M.A. Selaku Dosen Wali.
6. PT PLN (Persero) UP3 Madiun yang telah menjadi objek penelitian ini.
7. Bapak Aris Muhamad Noor selaku Asisten Manager SDM & Keuangan PT PLN UP3 Madiun, Ibu Cindy Chyntia Cendani selaku Team Leader Administrasi dan Umum PLN UP3 Madiun, Rizal Surya Nuraziz selaku Tim Humas PLN UP3 Madiun, terimakasih telah membantu dalam memberikan informasi.
8. Kedua Orang Tua dan seluruh keluarga yang telah membantu secara material maupun spiritual.
9. Kepada Aji Wibowo, yang telah memberikan support penuh dalam penyusunan skripsi.

10. Kepada seluruh teman-teman dan sahabat dekat yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi.
11. Terakhir penulis ingin menyampaikan terimakasih pada diri sendiri, Tanaya Mutiara Nurdiansyah, karena telah berjuang hingga saat ini.

Dengan segala ketulusan dan kerendaha hati, penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan atas keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Maka dari itu, penulis berharap dan terbuka ataskritik dan saran yang diberikan demi kebaikan dan kemajuan penulis untuk masa mendatang.



DAFTAR ISI

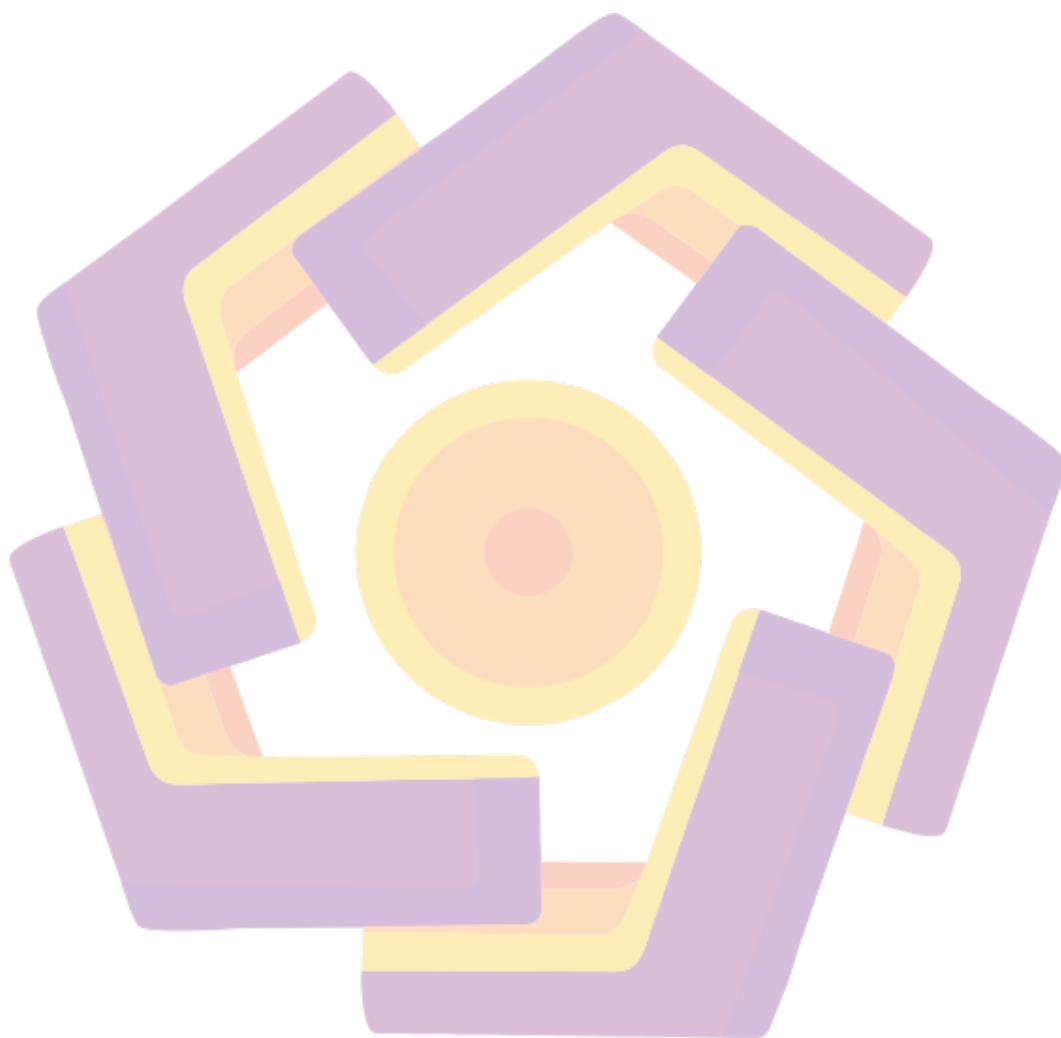
Disusun Oleh	1
Disusun Oleh	1
PERNYATAAN ORISINALITAS	4
KATA PENGANTAR.....	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
ABSTRAK	13
ABSTRACT	14
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Teori New Media	15
1. Macam-Macam Teori New Media.....	16
2. Karakteristik Teori New Media	19
3. Platform Instagram	20
Gambar 2. 1 Screenshot IG @pln_up3madiun dan @plnup3ponorogo	21
4. Program Light Up The Dream (LUTD).....	23
2.2.2 The Circular Model of SoMe.....	25
2.3 Kerangka Berpikir	28
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	28

BAB III.....	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Pendekatan Penelitian.....	30
3.3 Metode Penelitian	33
3.4 Subjek Penelitian	33
3.4.1 Kriteria yang Akan Diwawancara.....	34
1. Staf atau Tim pengelola Media Sosial dan Program LUTD (PT PLN Persero UP3 Madiun)	34
A. Kriteria Informan Penelitian	34
3.5 Objek Penelitian	35
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	36
3.6.1 Wawancara Mendalam	36
3.6.2 Observasi	37
3.6.3 Dokumentasi.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1 Reduksi Data	38
3.7.2 Penyajian Data.....	38
3.7.3 Kesimpulan atau Verifikasi	38
3.8 Teknik Keabsahan Data	39
3.8.1 Triangulasi Sumber.....	39
BAB IV	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
Tabel 4. 1 Jadwal Wawancara Informan.....	41
4.2 Gambaran Objek Penelitian.....	42
4.2.1 Sejarah Singkat PT PLN (Persero) UP3 Madiun.....	42
1. Visi dan Misi PT PLN (Persero) UP3 Madiun	43
b. Misi.....	43
2. Struktur PT PLN (Persero) UP3 Madiun.....	44
4.3 Deskripsi Informan Penelitian	44
4.4 Analisis Hasil Penelitian.....	45
4.4.1 Tanggapan Mengenai Strategi Pengelolaan dan Tujuan Akun Instagram @pln_up3madiun	46
Gambar 4. 4 Penanggung Jawab Media Sosial PT PLN UP3 Madiun	50
4.4.2 Transparansi Program Light Up The Dream (LUTD) dan Akuntabilitas Dana Pegawai Melalui Akun Instagram @pln_up3madiun	52

Gambar 4. 5 Konten Penyaluran Donasi (1).....	54
Gambar 4. 6 Konten Penyaluran Donasi (2).....	56
4.4.3 Strategi Konten dan Penyampaian Informasi Program <i>Light Up The Dream</i> (LUTD) Melalui Akun Instagram @pln_up3madiun.....	60
Gambar 4. 7 Bukti Screenshoot LUTD PLN di Beranda IG	63
Gambar 4. 8 Konten Hari Besar	65
Gambar 4. 9 Caption Akun Instagram @pln_up3madiun.....	67
Gambar 4. 10 Postingan Akun Instagram @pln_up3madiun	68
4.4.4 Pemanfaatan Fitur Instagram.....	70
4.4.5 Dampak Konten Light Up The Dream (LUTD) Terhadap Citra Perusahaan Melalui Akun Instagram @pln_up3madiun	71
Gambar 4. 11 Konten Sharing Kegiatan	74
4.5 Hasil Pembahasan.....	76
4.5.1 Analisis Peran Instagram Dalam Memberikan Informasi Program Light Up The Dream (LUTD).....	76
4.5.2 Penyebaran Informasi Melalui Instagram.....	79
1. Tahap Share (Berbagi)	80
2. Tahap Optimize (Optimasi)	80
3. Tahap Manage (Mengelola).....	80
4. Tahap Engage (Melibatkan).....	81
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN 1	89
LAMPIRAN 2 TRANSKIP WAWANCARA.....	91
Daftar Wawancara Informan 1.....	91
Daftar Wawancara Informan 2	96
Daftar Wawancara Informan 3	101
LAMPIRAN 5 HASIL TURNINTIN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4. 1 Jadwal Wawancara Informan.....	41

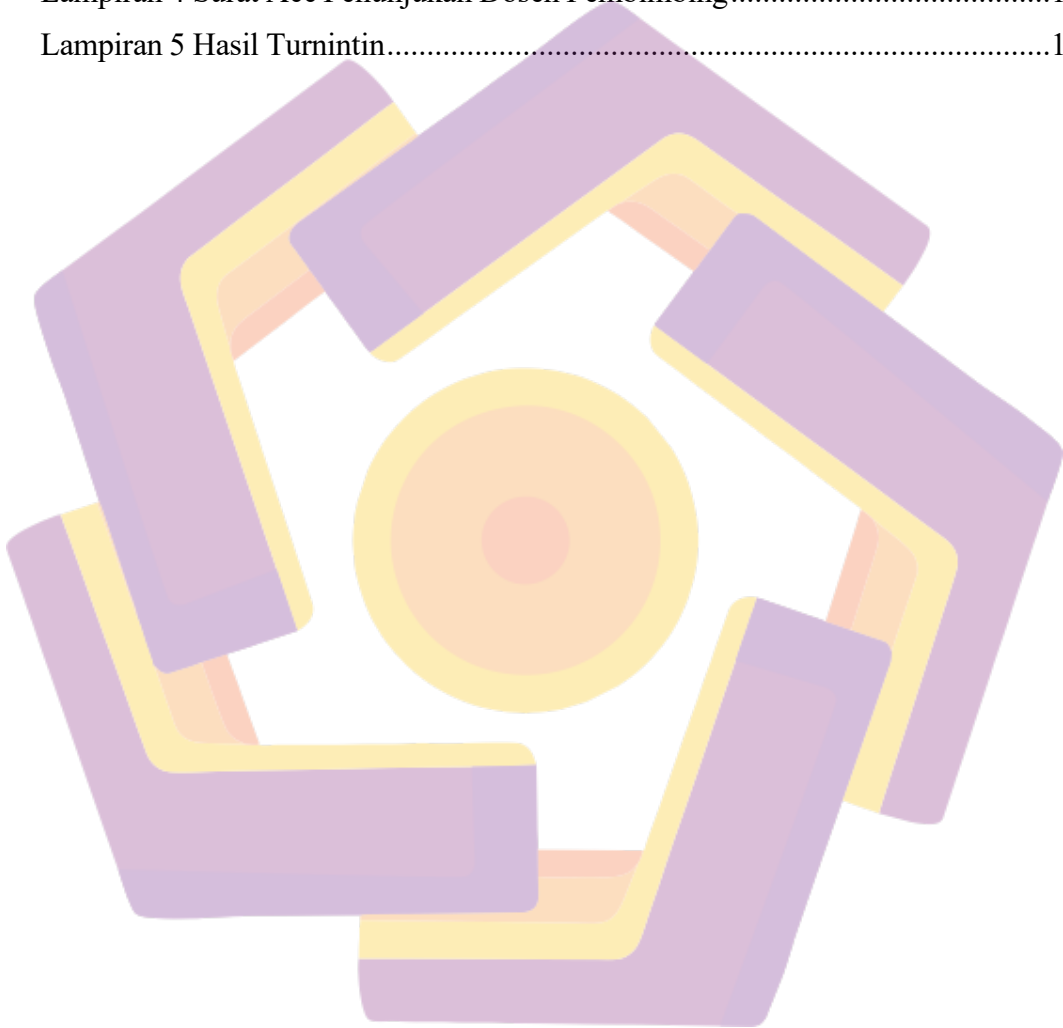


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Screenshot IG @pln_up3madiun dan @plnup3ponorogo	21
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4. 1 Logo PT PLN (Persero).....	42
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT PLN (Persero) UP3 Madiun.....	44
Gambar 4. 3 Konten Program Light Up The Dream	48
Gambar 4. 4 Penanggung Jawab Media Sosial PT PLN UP3 Madiun.....	50
Gambar 4. 5 Konten Penyaluran Donasi (1)	54
Gambar 4. 6 Konten Penyaluran Donasi (2)	56
Gambar 4. 7 Bukti Screenshoot LUTD PLN di Beranda IG	63
Gambar 4. 8 Konten Hari Besar	65
Gambar 4. 9 Caption Akun Instagram @pln_up3madiun	67
Gambar 4. 10 Postingan Akun Instagram @pln_up3madiun	68
Gambar 4. 11 Konten Sharing Kegiatan.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara	86
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	88
Lampiran 3 Surat Penunjukan Dosen Pembimbing	103
Lampiran 4 Surat Acc Penunjukan Dosen Pembimbing.....	104
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	105



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan peran Instagram *@pln_up3madiun* sebagai saluran komunikasi dalam menyampaikan informasi mengenai program *Light Up The Dream (LUTD)* di PT PLN (Persero) UP3 Madiun. Program LUTD merupakan inisiatif bantuan penyambungan listrik gratis bagi masyarakat prasejahtera yang sumber dananya berasal dari donasi sukarela pegawai PLN. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma interpretif. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam dengan pihak Humas dan manajemen PT PLN UP3 Madiun, observasi langsung pada akun Instagram *@pln_up3madiun*, serta dokumentasi terkait. Analisis data dilakukan secara sistematis melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber untuk memastikan akurasi informasi. Penelitian ini menggunakan lensa Teori New Media dan The Circular Model of SoMe (Share, Optimize, Manage, Engage) untuk membedah strategi komunikasi yang dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Instagram* berperan sebagai "etalase transparansi" dan alat akuntabilitas digital. Melalui fitur *Reels*, *Stories*, dan *Feed*, PLN berhasil mengubah data donasi yang kaku menjadi narasi visual yang humanis dan emosional. Pengelolaan interaksi dua arah melalui kolom komentar dan pesan langsung (Direct Message) terbukti efektif dalam membangun kepercayaan publik, mengklarifikasi kesalahpahaman, serta memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat.

Kata Kunci: *Light Up The Dream (LUTD)*, PLN UP3 Madiun, Citra Perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to identify and describe the role of Instagram *@pln_up3madiun* as a communication channel in conveying information about the Light Up The Dream (LUTD) program at PT PLN (Persero) UP3 Madiun. The LUTD program is an initiative to provide free electricity connections for underprivileged communities, funded by voluntary donations from PLN employees. The research method used is a descriptive qualitative approach with an interpretive paradigm. Data were collected through in-depth interviews with the Public Relations and management of PT PLN (Persero) UP3 Madiun, direct observation on the *@pln_up3madiun* Instagram account, and related documentation. Data analysis was carried out systematically through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data validity was tested using source triangulation techniques to ensure information accuracy. This study uses the lens of New Media Theory and The Circular Model of SoMe (Share, Optimize, Manage, Engage) to dissect the communication strategies carried out. The results show that Instagram plays a role as a "transparency showcase" and a digital accountability tool. Through Reels, Stories, and Feed features, PLN successfully transformed rigid donation data into a humanistic and emotional visual narrative. Managing two-way interactions through comments and direct messages has proven effective in building public trust, clarifying misunderstandings, and strengthening the company's positive image in the eyes of the public.

Keywords: *Light Up The Dream (LUTD)*, PLN UP3 Madiun, Corporate Image.