

**ANALISIS WACANA KONTEN INSTAGRAM
@AQUALESTARI DALAM MENINGKOMUNIKASIKAN PESAN
CSR (Analisis pada Postingan Instagram @aqualestari Periode
Juli 2023 – Oktober 2023)**

SALSABILA INDAH AVIANI

ABSTRAK

AQUA merupakan salah satu perusahaan air minum dalam kemasan (AMDK) terbesar di Indonesia yang memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan, sehingga diperlukan implementasi CSR untuk menjaga kelangsungan perusahaan dan membangun kepercayaan masyarakat. Inisiatif CSR AQUA, dikenal sebagai AQUA Lestari, bertujuan meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan disampaikan melalui berbagai media, termasuk Instagram, di mana akun @aqualestari aktif menyajikan berbagai wacana terkait kegiatan CSR Danone-AQUA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi wacana mengenai pesan CSR yang terbentuk pada konten Instagram @aqualestari berdasarkan teks, kognisi sosial, dan konteks sosial pada wacana. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling, sementara teknik analisis data yang digunakan adalah analisis wacana model Van Dijk, yang mencakup tiga dimensi: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi wacana dalam konten Instagram @aqualestari secara konsisten menunjukkan kontribusi, peran, dan partisipasi positif Danone-AQUA dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Selain itu, wacana tersebut membantu membentuk reputasi positif perusahaan di mata publik dan membangun persepsi yang baik di kalangan pemangku kepentingan terkait komitmen Danone-AQUA dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Wacana yang disajikan juga menunjukkan keberpihakan dan kecenderungan terhadap Danone-AQUA, yang terkait dengan penggunaan media sosial milik perusahaan untuk menyebarkan informasi mengenai inisiatif-inisiatif CSR mereka.

Kata Kunci: Analisis Wacana, Komunikasi CSR, Pesan CSR, Instagram, Aqua Lestari

***DISCOURSE ANALYSIS OF @AQUALESTARI'S INSTAGRAM
CONTENT IN COMMUNICATING CSR MESSAGES (Analysis of
Instagram Posts @aqualestari for the Period of July 2023 – October
2023)***

SALSABILA INDAH AVIANI

ABSTRACT

AQUA, as one of the largest bottled drinking water (AMDK) companies in Indonesia, has a significant impact on the environment, necessitating the implementation of CSR to maintain the company's sustainability and build public trust. AQUA's CSR initiative, known as AQUA Lestari, aims to raise awareness of social and environmental responsibility and is communicated through various media, including Instagram, where the @aqualestari account actively presents various discourses related to Danone-AQUA's CSR activities. This research aims to explore the discourse construction of CSR messages formed in the content of @aqualestari's Instagram, based on text, social cognition, and social context in discourse. The research method used is descriptive qualitative. The sampling technique used is purposive sampling, while the data analysis technique employed is Van Dijk's discourse analysis, which encompasses three dimensions: text, social cognition, and social context. The study results indicate that the discourse construction in @aqualestari's Instagram content consistently demonstrates Danone-AQUA's positive contribution, role, and participation in CSR activities. Furthermore, the discourse helps shape a positive reputation for the company in the public eye and builds favorable perceptions among stakeholders regarding Danone-AQUA's commitment to fulfilling its social responsibilities. The discourse presented also shows a bias and tendency toward Danone-AQUA, related to the company's use of social media to disseminate information about their CSR initiatives.

Keywords: *Discourse Analysis, CSR communication, CSR Message, Instagram, Aqua Lestari*