

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Tujuan Magang	5
1.3 Ruang Lingkup Dan Batasan	5
1.4 Lokasi Dan Waktu Magang	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>New Media</i>	7
2.1.1 Pengertian <i>New Media</i>	7
2.1.2 Karakteristik <i>New Media</i>	8
2.1.3 Media Convergence.....	12
2.2 Tinjauan Komunikasi.....	14
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	14
2.2.2 Unsur Komunikasi.....	16
2.3 Digital Marketing Public Relations	18
2.3.1 Pengertian Digital Marketing	18
2.3.2 Pengertian Public Relations.....	19
2.3.3 Pengertian Digital Marketing Public Relations.....	20
2.3.4 Manfaat Digital Marketing Bagi Praktisi PR	21
2.3.5 Rencana Komunikasi Strategis Public Relations	22

2.4 Content Marketing	233
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN URAIAN	
PELAKSANAAN MAGANG.....	26
3.1 Sejarah Perusahaan	26
3.2 Filosofi, Visi, Dan Nilai Perusahaan	27
3.2.1 Filosofi Sinar Mas	27
3.2.2 Visi Sinar Mas	27
3.2.3 Nilai Sinar Mas.....	27
3.3 Anak Perusahaan Sinar Mas	29
3.3.1 APP (Produk Asia Pulp And Paper).....	29
3.3.2 Agribisnis Dan Pangan.....	29
3.3.3 Pengembang Dan Real Estate.....	30
3.3.4 Financial Services.....	30
3.3.5 Communication And Technology	31
3.3.6 Energi Dan Infrastruktur	32
3.3.7 Layanan Kesehatan.....	32
3.4 Penghargaan Penting.....	32
3.4.1 Asia Pulp & Paper Sinar Mas.....	32
3.4.2 Agribisnis Dan Pangan.....	33
3.4.3 Pengembang Dan Real Estate.....	34
3.4.4 Financial Services.....	34
3.4.5 Communication And Technology	35
3.4.6 Energi Dan Infrastruktur	35
3.4.7 Layanan Kesehatan.....	36
3.5 Aplikasi Onesmile.....	36
3.6 Struktur Organisasi	37
3.7 Kegiatan Lingkup Administrasi.....	38
3.8 Kegiatan Lingkup Operasional	39
BAB IV HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Uraian Magang	40
4.1.1 Uraian Magang: Lingkup Operasional	41
4.2 Pembahasan	64
4.2.1 Proses Komunikasi Terencana Strategis dalam Penyusunan Konsep Content Plan Akun Instagram dan Tiktok OneSmile	64
4.2.2 Proses Pembuatan dan Persetujuan Konsep Konten Untuk Akun Instagram dan Tiktok OneSmile.....	68
4.2.3 Pengelolaan Sosial Media Instagram dan Tiktok Sebagai Media Komunikasi Untuk Akun OneSmile	74

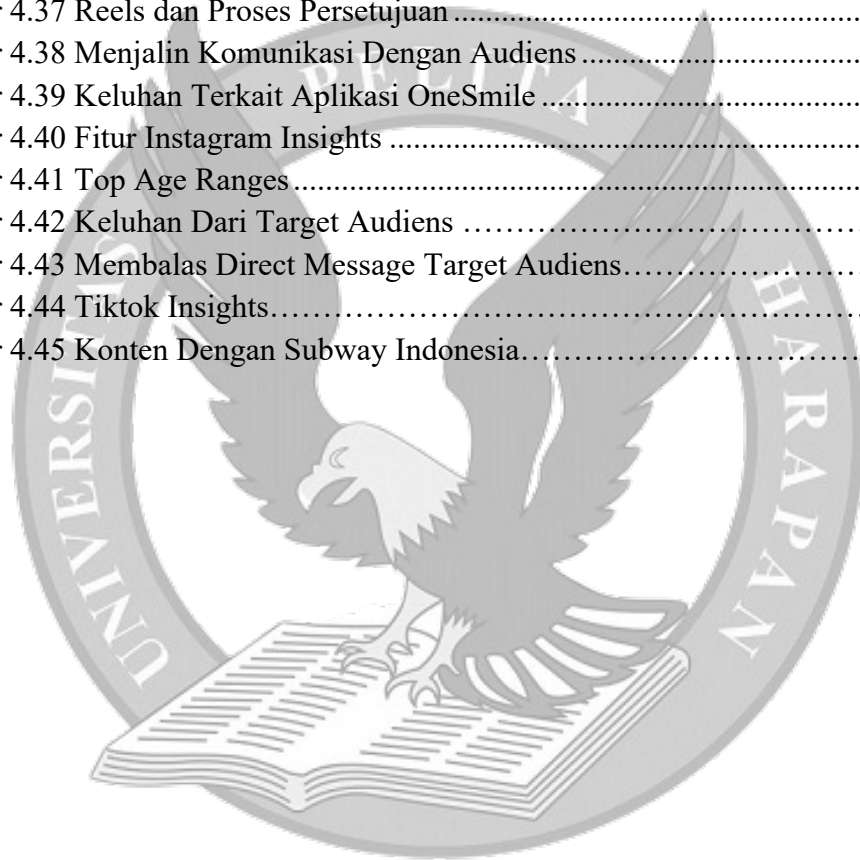
4.2.4 Pengelolaan Akun Instagram dan Tiktok OneSmile Sebagai Bentuk Aktivitas PR.....	77
4.2.5 Pembuatan Monthly Report Untuk Akun Instagram dan Tiktok OneSmile.....	80
4.2.6 Pembuatan Ide Konsep Konten dengan Merchant OneSmile yaitu Subway Indonesia.....	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Contoh Media Konvergensi	14
Gambar 2.2 Introduction to Mass Communication. Mcgraw-Hill Education.....	14
Gambar 2.3 Adaptation of Shannon-Weaver Communication Model for Social Media	15
Gambar 2.4 Adaptation of Shannon-Weaver Communication Model for Social Media.....	16
Gambar 3.1 Aplikasi One Smile	37
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	38
Gambar 4.1 Aplikasi One Smile	41
Gambar 4.2 Fitur Pada Aplikasi One Smile.....	42
Gambar 4.3 October 's Instagram Content Sinar Mas Land.....	43
Gambar 4.4 Educational Categories.....	44
Gambar 4.5 Entertainment Categories	44
Gambar 4.6 Instagram Stories Content	45
Gambar 4.7 Jadwal Instagram Post Content	46
Gambar 4.8 Materi Caption Instagram Post.....	47
Gambar 4.9 Jadwal dan Materi Instagram Story.....	48
Gambar 4.10 Contoh Whatsapp Brief untuk Desain Grafis.....	49
Gambar 4.11 Contoh Whatsapp Brief untuk Desain Grafis.....	50
Gambar 4.12 Konsep Instagram Reels.....	51
Gambar 4.13 Jadwal Posting Instagram Reels	51
Gambar 4.14 Konsep Tiktok OneSmile 1	52
Gambar 4.15 Konsep Tiktok OneSmile 2	53
Gambar 4.16 Konsep Tiktok OneSmile 3	53
Gambar 4.17 Contoh Konten Instagram Reels OneSmile	54
Gambar 4.18 Contoh Konten Tiktok OneSmile.....	55
Gambar 4.19 Halaman Instagram OneSmile	56
Gambar 4.20 Konten-Konten Instagram OneSmile	57
Gambar 4.21 Konten Instagram Story OneSmile	58
Gambar 4.22 Konten Instagram Feed OneSmile	58
Gambar 4.23 Instagram Feed Insights	59
Gambar 4.24 Instagram Reels Insights	60
Gambar 4.25 Tiktok Insights.....	61
Gambar 4.26 Instagram Story Insights.....	61

Gambar 4.27 Teaser Brand untuk Instagram Feed.....	62
Gambar 4.28 Teaser Brand untuk Instagram Story.....	63
Gambar 4.29 Promo Reveal	63
Gambar 4.30 Komunikasi Terencana Strategis.....	65
Gambar 4.31 Ide Konsep Konten.....	70
Gambar 4.32 Feedback.....	71
Gambar 4.33 Brief Kepada Tim Desain Grafis.....	72
Gambar 4.34 Approval.....	73
Gambar 4.35 Feedback Dari Audiens	75
Gambar 4.36 Hashtag Pada Caption	76
Gambar 4.37 Reels dan Proses Persetujuan	77
Gambar 4.38 Menjalin Komunikasi Dengan Audiens	78
Gambar 4.39 Keluhan Terkait Aplikasi OneSmile	80
Gambar 4.40 Fitur Instagram Insights	81
Gambar 4.41 Top Age Ranges	83
Gambar 4.42 Keluhan Dari Target Audiens	84
Gambar 4.43 Membalas Direct Message Target Audiens.....	85
Gambar 4.44 Tiktok Insights.....	86
Gambar 4.45 Konten Dengan Subway Indonesia.....	87



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	A-1
Lembar Monitoring Pembimbing.....	A-1
Surat Pengantar Magang	A-2
Surat Keterangan Perusahaan Dan Stempel Perusahaan.....	A-4
Bukti Surat Penerimaan.....	A-5
Daftar Informasi Penempatan Magang	A-6
Daftar Informasi Kinerja Pemegang Tahap Akhir	A-7
Angket Pendapat Perusahaan Mengenai Program Magang	A-8
Angket Pendapat Pemegang Terhadap Program Magang.....	A-9
Lembar Monitoring Supervisor Magang 1	A-10
Lembar Monitoring Supervisor Magang 2.....	A-11
Pernyataan Selesai Magang.....	A-12
Turnitin.....	A-13
Curriculum Vitae.....	A-14

