

DAFTAR ISI

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.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Tujuan Magang	8
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Magang	8
1.4 Lokasi dan Waktu Magang	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Public Relations</i>	10
2.1.1 <i>Media Relations</i>	12
2.2 Media Baru.....	14
2.3 Media Sosial.....	16
2.3.1 Instagram.....	18
2.3.2 <i>Social Media Strategy</i>	20
2.3.3 <i>Content Marketing</i>	24
BAB III.....	27
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	27
DAN PELAKSANAAN MAGANG	27
3.1 Profil Atap Promotions	27
3.1.1 Logo Atap Promotions	32
3.1.2 Visi dan Misi Atap Promotions.....	32
3.1.3 Struktur Organisasi Atap Promotions	33

3.2	Pelaksanaan Magang di Atap Promotions	34
3.2.1	Ruang Lingkup Administratif	37
3.2.2	Ruang Lingkup Operasional	38
BAB IV	39
URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Uraian Hasil Magang	39
4.1.1	Uraian Magang Lingkup Operasional	43
4.2	Pembahasan	54
4.2.1	Penerapan <i>Public Relations</i> pada PT Atap Promotions	54
4.2.2	<i>Media relation</i> spada Atap Promotions	59
4.2.3	Komunikasi digital menggunakan media sosial dalam Atap Promotions	64
4.2.4	Aktivitas pemanfaatan sosial media Instagram pada PT Atap Promotions	68
4.2.5	Sosial media strategy dalam menjalankan pemanfaatan content marketing pada Instagram PT Atap Promotions	71
BAB V	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	A-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik jumlah pengguna internet Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Hasil survey berbentuk statiska jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia.....	4
Gambar 3.1 <i>Awareness</i> pada perusahaan.....	28
Gambar 3.2 <i>Activation</i> pada perusahaan.....	28
Gambar 3.3 <i>Visualisation</i> pada perusahaan.....	29
Gambar 3.4 Jasa <i>hospitality services</i> perusahaan.....	29
Gambar 3.5 Jasa <i>production service</i>	30
Gambar 3.6 Akun Instagram Atap Promotions.....	31
Gambar 3.7 Logo Atap Promotions.....	32
Gambar 3.8 Struktur organisasi Atap Promotions.....	33
Gambar 3.9 Training pemegang dalam bentuk ikut serta dalam meeting.....	35
Gambar 3.10 Ruang aula di Atap Promotions dalam kegiatan movie screening "Sisir Guruh".....	37
Gambar 4.1 Posisi pemegang di Divisi Marketing.....	40
Gambar 4.2 Editorial plan Atap Promotions sosial media.....	40
Gambar 4.3 Konten Instagram Atap Promotions.....	41
Gambar 4.4 Komten Instagram Atap Promotions.....	42
Gambar 4.5 Konten Instagram Atap Promotions.....	42
Gambar 4.6 Manfaat aplikasi TikTok untuk bisnis.....	45
Gambar 4.7 Gambaran umum post Instagram tentang TikTok.....	46
Gambar 4.8 alogaritma 3 speed of culture.....	49
Gambar 4.9 Komunikasi pemegang dan tim design.....	51
Gambar 4.10 Komunikasi pemegang dengan tim content marketing.....	52
Gambar 4. 11 Konten Instagram Atap Promotions Public Relations.....	56
Gambar 4.12 Komentar dalam konten edukasi dan games.....	57
Gambar 4.13 Konten Instagram Atap Promotions digital marketing.....	58
Gambar 4.14 Movie screening "Sisir Guruh".....	60
Gambar 4.15 Dokumentasi yang dilakukan oleh pemegang.....	61
Gambar 4.16 Dokumentasi pemegang, crew "Sisir Guruh" dan Pers Mikrofon Bandung.....	63
Gambar 4.17 Event talkshow "Social Media Trend".....	65
Gambar 4.18 Dokumentasi koordinasi online.....	66
Gambar 4.19 Profil Instagram Atap Promotions.....	69
Gambar 4.20 Konten dalam Instagram Atap Promotions.....	70
Gambar 4.21 Event Konser Bank BJB cabang Bandung.....	74
Gambar 4.22 Communication goals dalam sosial media.....	75
Gambar 4.23 People behind Atap Promotions.....	76
Gambar 4.24 Objektif pemanfaatan Instagram Atap Promotions.....	78
Gambar 4.25 Beranda Instagram Atap Promotions.....	79
Gambar 4.26 Rekomendasi design konten.....	80
Gambar 4.27 Trend database PT Atap Promotions.....	81

Gambar 4.28 Konten interaksi dalam Instagram Atap Promotions	82
Gambar 4.29 Clients perusahaan Atap Promotions	84
Gambar 4.30 Penilaian Wakil Walikota Bandung	85
Gambar 4.31 General editorial plan	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lembar monitoring bimbingan tugas akhir.....	A-1
Surat pengantar magang.....	A-2
Surat bukti penerimaan magang.....	A-3
Lembar monitoring bimbingan supervisor magang.....	A-4
Informasi penempatan magang.....	A-5
Evaluasi kinerja pemegang.....	A-6
Angket program magang UPH untuk perusahaan.....	A-7
Angket program magang UPH untuk pemegang.....	A-8
Sertifikat menyelesaikan magang.....	A-9
Hasil check turnitin.....	A-10
Curriculum vitae.....	A-11

