

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul **“Kegiatan Media Sosial Instagram oleh PT Media Wave Interaktif dalam Upaya Membangun Citra Kliennya”** dapat diselesaikan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pelita Harapan. Penulis menyadari akan keterbatasan penulis sehingga tanpa adanya bimbingan, dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak bisa diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis bermaksud mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., Msi selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan, sekaligus selaku dosen pembimbing akademik yang telah setia memberikan bimbingan untuk penulis selama masa perkuliahan.
3. Dr. Rizaldi Parani, S.Sos., MIR selaku pembimbing tugas akhir penulis yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan arahan penulis selama proses bimbingan di masa pandemi ini.

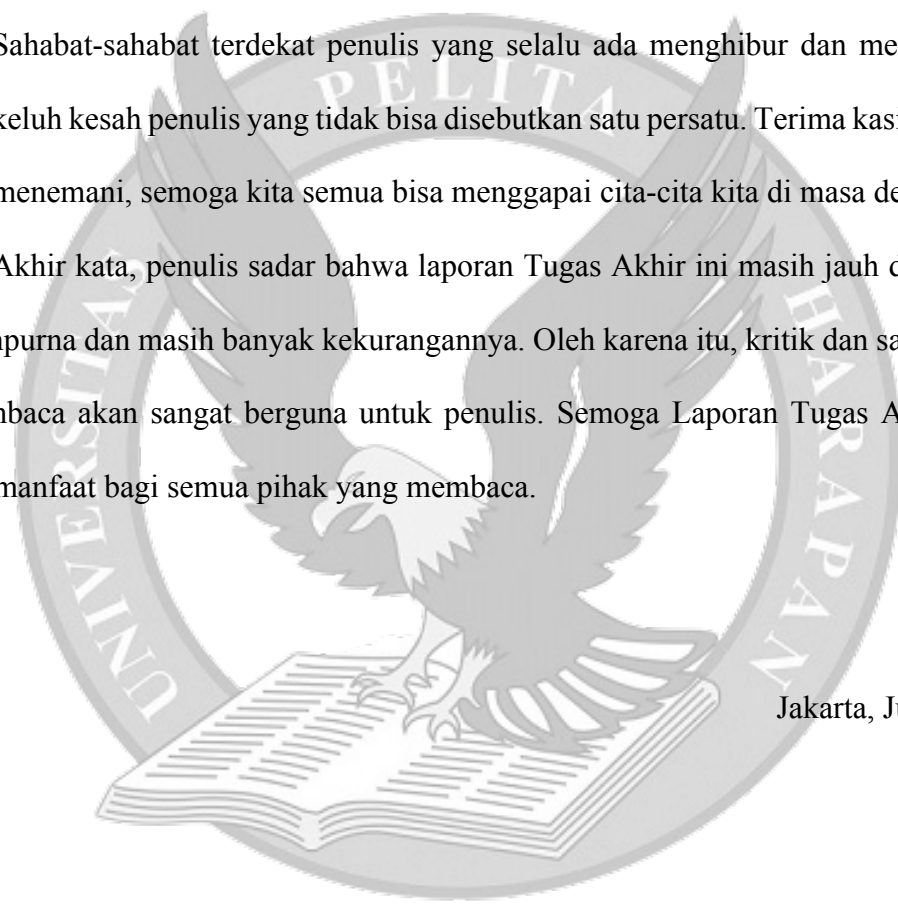
4. Dosen penguji Tugas Akhir Dr. Dra. Desideria Lumongga Dwihadiah, M. Si., Drs. Roy R. Rondonuwu, Dipl.-Inf,M.Lib. dan Dr. Rizaldi Parani, S.Sos, MIR yang telah menguji penulis.
5. Tim Koordinator Tugas Akhir yang sudah banyak membantu sehingga proses Tugas Akhir dari awal hingga akhir bisa berjalan dengan lancar.
6. Seluruh dosen, karyawan, dan staff program studi Ilmu Komunikasi yang mendidkn dan membantu penulis selama menuntut ilmu di Universitas Pelita Harapan.
7. PT Media Wave Interaktif yang sudah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan magang.
8. Tim *Digital Strategic Communications* PT Media Wave Interaktif dengan sambar membimbing penulis selama melaksanakan magang.
9. Mama, Papa, Brian, dan Jason selaku keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis dari masa perkuliahan hingga Tugas Akhir ini selesai.
10. Kena Law (Deaphenia Teodorus, Monica Maria, Shafira Hakim, Leony Rindang Augusta) selaku teman seperjuangan yang menemani penulis dari awal perkuliahan.
11. WTF (Kelly Chelseana, Shania Gabriella, Deborah Ezerzhela, Eva Talia, Gabrielle Tiffany, Isabella Florency) yang juga teman seperjuangan penulis dari awal perkuliahan.

12. KMH (Fani, Sisca S, Carol, Belda, Clarie, Sisca T, Cindy, Corin) selaku teman dekat yang selalu berbagi cerita dan memberikan semangat untuk penulis.

13. Steven Mulyanto dan Thomas selaku rekan seperjuangan bimbingan Tugas Akhir penulis yang sudah membantu dan berbagi suka duka selama proses bimbingan Tugas Akhir ini.

14. Sahabat-sahabat terdekat penulis yang selalu ada menghibur dan mendengar keluh kesah penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih sudah menemani, semoga kita semua bisa menggapai cita-cita kita di masa depan.

Akhir kata, penulis sadar bahwa laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat berguna untuk penulis. Semoga Laporan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.



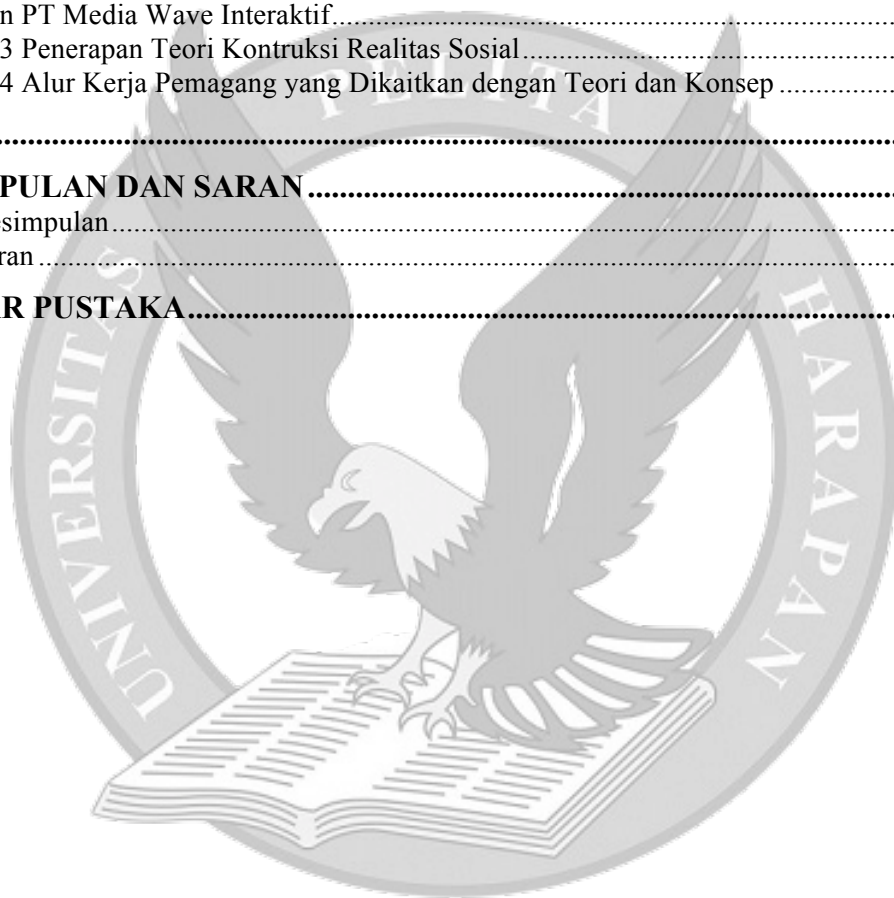
Jakarta, Juli 2021

Amanda Theana

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DAN PERNYATAAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	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 Media Sosial	7
2.1.1 Manfaat Media Sosial	8
2.1.2 Karakteristik Media Sosial.....	9
2.1.3 Jenis Media Sosial.....	10
2.2 Instagram	12
2.2.1 Fitur Instagram	12
2.3 Citra.....	14
2.3.1 Pemahaman Terbentuknya Citra	15
2.3.2 Jenis Citra.....	16
2.5 Industri Pertambangan.....	18
2.5.1 Dampak Pertambangan	19
2.6 Teori Kontruksi Realitas Sosial.....	20
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN URAIAN PELAKSANAAN MAGANG	23
3.1 Gambaran Umum PT Media Wave Interaktif	23
3.2 Logo Perusahaan	24
3.3 Visi dan Misi PT Media Wave Interaktif	24
3.4 Kegiatan Perusahaan	25
3.5 Jasa Perusahaan	26
3.6 Struktur Organisasi PT Media Wave Interaktif.....	28
3.6.1 Divisi Digital Strategic Communication.....	29
3.6.2 Social Media Officer	29
3.7 Uraian Pelaksanaan Magang	30
3.7.1 Kegiatan Lingkup Administratif.....	31

3.7.2 Kegiatan Lingkup Operasional	32
BAB IV	34
URAIAN HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Uraian Magang	34
4.1.1 Uraian Magang Lingkup Operasional	35
4.2 Pembahasan	45
4.2.1 Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Klien yang Lebih Baik di PT Media Wave Interaktif	46
4.2.2 Penerapan Pemahaman Terbentuknya Citra untuk Perusahaan MIND ID sebagai klien PT Media Wave Interaktif	52
4.2.3 Penerapan Teori Kontruksi Realitas Sosial	61
4.2.4 Alur Kerja Pemegang yang Dikaitkan dengan Teori dan Konsep	63
BAB V	64
KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	3
Gambar 3.1 Logo PT Media Wave Interaktif	23
Gambar 3.2 Struktur Organisasi	27
Gambar 3.3 Logo MIND ID	29
Gambar 4.1 Tampilan Instagram @miningindustry.id	34
Gambar 4.2 Content Breakdown Instagram MIND ID.....	35
Gambar 4.3 Contoh Biweekly Editorial Plan MIND ID.....	36
Gambar 4.4 Contoh Whatsapp Brief untuk Creative Designer.....	37
Gambar 4.5 Editorial Plan dalam bentuk Power Point	38
Gambar 4.6 Contoh Review Editorial Plan dari klien	38
Gambar 4.7 Contoh konten yang sudah dipublikasi pemegang.....	39
Gambar 4.8 Contoh komentar yang dibalas oleh pemegang	40
Gambar 4.9 Contoh Direct Message yang dibalas oleh pemegang	40
Gambar 4.10 Konten TikTok yang dibuat oleh Pemegang.....	41
Gambar 4.11 Contoh Konsep Aktivasi Digital yang dibuat pemegang.....	42
Gambar 4.12 Contoh Konten Kementerian BUMN yang diolah pemegang	43
Gambar 4.13 Laporan Bulanan untuk Instagram @miningindustry.id.....	44
Gambar 4.14 Contoh penggunaan judul, hashtag, dan lokasi pada konten Instagram MIND ID.....	49
Gambar 4.15 Contoh laporan bulanan yang menunjukkan kenaikan jumlah followers Instagram @miningindustry.id	50
Gambar 4.16 Contoh Corporate Message Content	52
Gambar 4.17 Contoh Emotional Message Content.....	53
Gambar 4.18 Contoh Entertainment Content.....	54
Gambar 4.19 Contoh jadwal posting konten setiap harinya untuk Instagram Feeds dan Story @miningindustry.id.....	55
Gambar 4.20 Contoh aktivasi digital yang dibuat untuk Instagram MIND ID	56
Gambar 4.21 Contoh komentar dan jumlah likes dari konten Instagram MIND ID	57
Gambar 4.22 Contoh feedback dari masyarakat sebagai peserta aktivasi digital Instagram MIND ID.....	58
Gambar 4.23 Alur Kerja Pemegang.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A-1 Lembar Monitoring Bimbingan Magang.....	A-1
Lampiran A-2 Surat Pengantar Magang.....	A-2
Lampiran A-3 Surat Bukti Perimaan Magang.....	A-3
Lampiran A-4 Daftar Informasi Penempatan Magang.....	A-4
Lampiran A-5 Uraian Tugas.....	A-5
Lampiran A-6 Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Magang.....	A-6
Lampiran A-7 Angket Program Magang untuk Perusahaan.....	A-7
Lampiran A-8 Angket Program Magang untuk Pemagang.....	A-8
Lampiran A-9 Surat Keterangan Bukti Telah Menyelesaikan Magang 4 Bulan.....	A-9

