



RINGKASAN

NAJLAA SALSABILA. Peran *Corporate Communication* dalam Mengelola Media Sosial *Instagram* PT Telkomsel. *The Role of Corporate Communication in Managing Social Media Instagram PT Telkomsel*. Dibimbing oleh WAHYU BUDI PRIATNA.

PT Telkomsel merupakan perusahaan telekomunikasi digital di Indonesia. PT Telkomsel menggunakan platform media sosial *Instagram* untuk berbagi informasi serta sebagai sarana untuk memperkenalkan identitas perusahaan dan membangun citra yang kuat. Media sosial *Instagram* pun harus dikelola dengan baik, salah satu divisi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan konten *Instagram* PT Telkomsel adalah divisi *corporate communication*.

Tujuan laporan akhir ini yaitu menjelaskan peran *corporate communication*, menjelaskan proses pengelolaan konten media sosial *Instagram* oleh *corporate communication* serta menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi *corporate communication* dalam mengelola konten media sosial *Instagram*. Laporan akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Telkomsel selama dua bulan, terhitung dari tanggal 02 Februari sampai dengan 01 April 2022. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, partisipasi aktif, dan studi pustaka.

Corporate communication PT Telkomsel terbagi menjadi dua, yaitu *External Corporate Communication* dan *Internal Corporate Communication*. Keduanya memiliki peran yang berbeda, *External Corporate Communication* terdapat salah satu peran yang dilaksanakan yaitu mendistribusikan materi komunikasi melalui kegiatan *media relation* dan *digital media platform* milik PT Telkomsel. Adapun peran dari *Internal Corporate Communication* adalah melakukan komunikasi dengan karyawan, dengan tujuan untuk membangun koordinasi yang baik dengan karyawan, sehingga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.

Pengelolaan konten media *Instagram* PT Telkomsel yang dilakukan oleh *corporate communication* telah melewati tiga tahapan, yaitu pra produksi yang terdiri dari menyampaikan ide konten, mencari referensi konten, membuat konsep konten dan rapat mingguan. Produksi yang terdiri dari pengambilan foto dan video, pembuatan *copy* dan *caption*, revisi *copy* dan *caption*, desain konten, dan *review* desain. Pasca produksi yang terdiri dari mengunggah konten, membuat laporan bukti tayang konten, dan diskusi mengenai *insight Instagram* PT Telkomsel.

Corporate communication PT Telkomsel dalam mengelola konten media sosial *Instagram* menghadapi berbagai hambatan, yaitu perencanaan yang sudah ada dapat berubah, terbatasnya kreativitas saat mengelola konten, dan konten yang sudah dijadwalkan tidak dapat dibatalkan. Adapun solusi untuk mengatasi hambatan tersebut, yaitu mampu memikirkan ide kreatif dengan cepat, dapat mengkreasikan konten dengan ketentuan yang ada, dan memproduksi konten baru.

Kata kunci : *corporate communication, instagram, media sosial, pt telkomsel*