



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

PERAN *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM MENGELOLA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* PT TELKOMSEL



NAJLAA SALSABILA
College of Vocational Studies



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Peran *Corporate Communication* dalam Mengelola Media Sosial *Instagram* PT Telkomsel” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2022

Najlaa Salsabila
J3A119151



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



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*



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2022
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

PERAN *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM MENGELOLA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* PT TELKOMSEL



NAJLAA SALSABILA
Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Ahli Madya pada
Program Studi Komunikasi

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom.



Judul Laporan Akhir : Peran *Corporate Communication* dalam Mengelola Media Sosial *Instagram* PT Telkomsel
Nama : Najlaa Salsabila
NIM : J3A119151

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies
Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si
NIP. 19670410 199103 1 001

Dekan Sekolah Vokasi:
Prof. Dr. Ir. Arief Darjanto, M.Ec.
NIP. 19610618 198609 1 001



Tanggal Ujian:
(25 Juni 2022)

Tanggal Lulus:
28 JUL 2022