

**PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PT INFINITI ENERGI INDONESIA**



LAPORAN MBKM

**DESYANA
00000073333**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PT INFINITI ENERGI INDONESIA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

DESYANA

00000073333

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Desyana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073333
Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

"Peran Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness PT Infiniti Energi Indonesia"

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 2 Juni 2025



Desyana

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PT INFINITI ENERGI INDONESIA**

Oleh
Nama : Desyana
NIM : 00000073333
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan MBKM Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Juni 2025

Pembimbing

Helena Dewi, S.E., M.S.M.,
0310098303

Ketua Program Studi Manajemen

Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.
NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PT INFINITI ENERGI INDONESIA**

Oleh
Nama : Desyana
NIM : 00000073333
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 5 Juni 2025
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Helena Dewi, S.E., M.S.M.
0310098303

Penguji



Anna Riana Putriya, S.E., M. Si
0321107801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN : 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Desyana
NIM : 00000073333
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Peran Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness PT Infiniti Energi Indonesia"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Desyana)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas selesainya penulisan laporan kerja magang ini dengan judul: “Peran *Social Media Marketing* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness PT Infiniti Energi Indonesia*” penulisan ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 Jurusan Program Studi Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa kerja magang sampai pada penyusunan laporan kerja magang ini, akan sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria, yang selalu menemani menyertai setiap langkah penulis dalam kerja magang dan pengerjaan laporan magang ini.
2. Orang Tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan penuh selama mengikuti program magang dan penulisan laporan ini.
3. Bapak Dr. Ir Andre Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Prof. Dr. Florentina Kurniasari, T., S.Sos.,MBA., selaku Dekan Bisnis Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
6. Ibu Helena Dewi, S.E., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
7. Clarissa Olivia Susanto., B.Sc., dan Muhammad Zhillan Akbar Koswara, S.T., sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.

8. Kepada Perusahaan PT Infiniti Energi Indonesia dan Tim INFIEN atas pengalaman berharga yang diberikan.
9. Fabio sebagai *support system* dan *partner* mengerjakan laporan magang, yang selalu memberikan dukungan penuh selama masa kerja dan penyusunan laporan magang.
10. Dea Carolina dan Alvin Kojongian S.M sebagai sahabat yang selalu membantu dari awal hingga akhir penyusunan laporan magang ini.

Akhir kata, penulis berharap agar pengalaman yang diperoleh selama menjalani program magang serta penyusunan laporan kerja magang ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, serta menjadi sumber pengetahuan dan gambaran nyata mengenai dunia *social media* dan *marketing*, khususnya dalam upaya meningkatkan *brand awareness* di lingkungan perusahaan.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Desyana)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRAK

Adanya perkembangan teknologi dan digitalisasi membuat perusahaan terdorong untuk memanfaatkan media sosial sebagai media untuk melakukan strategi pemasaran guna meningkatkan *brand awareness*. PT Infiniti Energi Indonesia, sebagai perusahaan di sektor energi terbarukan, mengimplementasikan *social media marketing* untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Laporan ini bertujuan untuk menganalisis peran *social media marketing* dalam membangun *brand awareness* melalui strategi konten, *engagement*, serta efektivitas *platform* media sosial yang digunakan perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung selama kegiatan magang dengan membuat strategi konten dan menganalisis kinerja *social media* PT. Infiniti Energi Indonesia. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pemanfaatan konten yang relevan, interaksi dengan target pasar, dan pemilihan *platform* yang sesuai terhadap peningkatan *brand awareness*. *Social media marketing* dapat menjadi media yang efektif dalam membangun *brand awareness* terhadap produk dan jasa yang dijual perusahaan, serta meningkatkan daya saing perusahaan di industri energi terbarukan. Penulis terlibat dalam inisiatif tugas sebagai *Social Media Marketing* dan *Digital Marketing Internship*, seperti membuat konten, membuat desain, *editing*, menjadi *content creator*, membuat *content plan*, *copywriting*, strategi konten, analisis *engagement* sosial media.

Kata kunci: *Brand Awareness, Konten, Engagement, Social Media, Social Media Marketing, Strategi Digital.*

ABSTRACT (English)

The development of technology and digitalization has encouraged companies to utilize social media as a platform for implementing marketing strategies to enhance brand awareness. PT. Infiniti Energi Indonesia, a company in the renewable energy sector, implements social media marketing to expand its market reach and increase brand recognition. This report aims to analyze the role of social media marketing in building brand awareness through content strategies, engagement, and the effectiveness of the social media platforms used by the company. The research method used in this study includes direct observation during the internship by developing content strategies and analyzing the social media performance of PT. Infiniti Energi Indonesia. The results show that utilizing relevant content, engaging with the target market, and selecting the right platforms contribute to increasing brand awareness. Social media marketing serves as an effective medium for building brand awareness of the company's products and services while enhancing its competitiveness in the renewable energy industry. The author was involved in various initiatives as a Social Media Marketing and Digital Marketing intern, including content creation, design, editing, content planning, copywriting, content strategy, and social media engagement analysis.

Keywords: *Brand Awareness, Content, Digital Strategy, Engagement, Social Media, Social Media Marketing.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	8
ABSTRACT (English).....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I	
PENDAHULUAN.....	15
1.1. Latar Belakang.....	15
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	17
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	19
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	21
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	21
2.1.1 Visi Misi.....	23
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	26
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	28
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	28
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	29
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	39
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	40
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	41
4.1 Simpulan.....	41
4.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN.....	46

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	46
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	47
C. Daily Task Internship Track 1 (MBKM 03).....	48
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Internship Track 1 (MBKM 04)..	65
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	66
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	67
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	69



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Platform Sosial Media.....	15
Gambar 2.1 Logo PT Infiniti Energi Indonesia.....	21
Gambar 2.2 Komponen Produk PLTS INFIEN.....	25
Gambar 2.3 Struktur Organisasi INFIEN.....	26
Gambar 3.1 Bagan Pengarahan Kerja Social Media Intern.....	28
Gambar 3.3 Tabel Social Media Content Plan.....	32
Gambar 3.4 Konten Proyek dan Kolaborasi.....	36
Gambar 3.5 Konten event dan pameran.....	36
Gambar 3.6 Konten Recruitment.....	37
Gambar 3.7 Objectives & Key Result April.....	38



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis konten di Instagram.....	35
---	-----------



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	46
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	47
C. Daily Task Internship Track 1 (MBKM 03).....	48
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Internship Track 1 (MBKM 04)..	65
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	66
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	67
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	69

