

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA CREATOR PT KRAKATAU
CHANDRA ENERGI**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Laura Nikita Manik

00000072540

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA CREATOR PT KRAKATAU
CHANDRA ENERGI**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Laura Nikita Manik

00000072540

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Laura Nikita Manik

Nomor Induk Mahasiswa 00000072540

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA CREATOR PT KRAKATAU CHANDRA ENERGI

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Juli 2025



(Laura Nikita Manik)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA CREATOR PT KRAKATAU CHANDRA
ENERGI**

Oleh

Nama : Laura Nikita Manik
NIM : 00000069947
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025 Pukul 16.00
s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

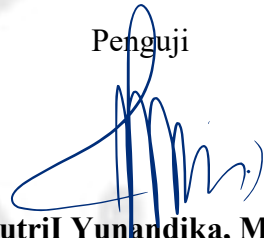
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Penguji



Nike Putril Yunandika, M.I.Kom.
NIDN 0325019101

Pembimbing



Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laura Nikita Manik
NIM : 00000072540
Program Studi : Strategi Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA CREATOR PT KRAKATAU CHANDRA ENERGI

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

Tangerang, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Laura Nikita Manik)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS SOCIAL MEDIA CREATOR PT KRAKATAU CHANDRA ENERGI” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm. selaku dosen pembimbing, yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
5. Bapak Henry Agrahadi dan Mbak Sherly Sabrina sebagai Supervisor dan Pembimbing lapangan yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM
6. Kepada rekan-rekan di PT Krakatau Chandra Energi yang telah memberikan ruang, kesempatan, dan bimbingan selama pemagang menjalani proses magang. Pengalaman yang pemagang dapatkan sangat berarti dan akan menjadi bekal berharga untuk melangkah di dunia kerja kedepannya.

7. Keluarga dan sahabat saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 26 Juni 2025



(Laura Nikita Manik)



AKTIVITAS SOCIAL MEDIA CREATOR PT KRAKATAU CHANDRA ENERGI

Laura Nikita Manik

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara perusahaan berkomunikasi dan membangun hubungan dengan audiensnya, termasuk dalam sektor energi dan infrastruktur. PT Krakatau Chandra Energi (KCE), sebagai perusahaan yang berfokus pada solusi energi berkelanjutan untuk kawasan industri, menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas serta *engagement* melalui strategi komunikasi digital, khususnya di media sosial. Laporan ini mendokumentasikan pengalaman magang pada divisi *Corporate Communication* KCE dengan tujuan utama mengembangkan kreativitas dalam pembuatan konten yang sesuai dengan brand identity perusahaan. Melalui pendekatan strategis berbasis model SOSTAC dan prinsip *SMART Goals*, pemangag terlibat aktif dalam perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten untuk *platform* Instagram dan TikTok. Pilar konten seperti Edukasi Energi, *Corporate Highlight*, *Fun Fact*, *Campaign & Event*, serta Q&A Solar Panel digunakan untuk membangun kredibilitas dan membentuk citra perusahaan sebagai aktor utama dalam energi ramah lingkungan. Evaluasi performa menggunakan metrik *engagement rate* menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan berhasil mencapai target peningkatan 5% dalam kurun waktu empat bulan. Kendala utama seperti keterbatasan sumber daya manusia dan alat analitik diatasi melalui inisiatif pemangag dalam efisiensi produksi dan pencatatan insight secara manual. Hasil magang ini menegaskan pentingnya peran media sosial dalam komunikasi B2B dan kontribusinya terhadap penguatan posisi perusahaan di industri energi modern.

Kata Kunci: komunikasi digital, komunikasi korporat, konten strategi, media sosial, SOSTAC, strategi komunikasi, strategi konten, *sustainability* energi.

SOCIAL MEDIA CREATOR ACTIVITIES PT KRAKATAU CHANDRA ENERGI

Laura Nikita Manik

ABSTRACT (English)

The rapid advancement of digital technology has transformed how companies communicate and build relationships with their audiences, particularly in the energy and infrastructure sectors. PT Krakatau Chandra Energi (KCE), a company committed to sustainable energy solutions for industrial zones, faces challenges in enhancing its visibility and engagement through digital communication strategies, especially on social media. This report documents an internship experience within KCE's Corporate Communication division, with the primary objective of developing creative content aligned with the company's brand identity. Using the SOSTAC model and SMART Goals framework, the intern actively contributed to the planning, production, and evaluation of content for Instagram and TikTok platforms. The content pillars—Energy Education, Corporate Highlight, Fun Fact, Campaign & Event, and Solar Panel Q&A—were strategically utilized to strengthen corporate credibility and position KCE as a leading player in green energy. Monthly performance evaluations based on engagement rates revealed that the target of a 5% increase over four months was successfully achieved. Key challenges, such as limited human resources and the absence of integrated analytics tools, were addressed through initiative, structured content scheduling, and manual insight tracking. The internship experience underscores the critical role of social media in B2B communication and its contribution to reinforcing corporate positioning in the modern energy industry.

Keywords: *Communication strategy, content strategy, corporate communication, digital communication, energy sustainability, engagement, media sosial, SOSTAC.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II.....	8
2.1 Tentang PT Krakatau Chandra Energi.....	8
2.2 Visi Misi PT Krakatau Chandra Energi.....	10
2.3 Struktur Perusahaan PT Krakatau Chandra Energi	10
BAB III	14
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	14
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	16
3.3 Kendala Utama.....	32
3.4 Solusi	33
BAB IV	34
4.1 Simpulan.....	34
4.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Timeline Proses Magang.....	17
Tabel 1. 2 Engagement Rate 4 Bulan	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Data Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia	1
Gambar 2. 1	Perubahan logo dan nama perusahaan	9
Gambar 2. 2	Struktur Organisasi PT Krakatau Chandra Energi	10
Gambar 3. 1	Alur Proses Kerja	15
Gambar 3. 2	Contoh Konten Edukasi Energi	22
Gambar 3. 3	Contoh Konten Corporate Highlight	22
Gambar 3. 4	Contoh Konten Fun Fact	23
Gambar 3. 5	Contoh Konten Campaign & Event	24
Gambar 3. 6	Contoh Konten QnA Solar Panel	25
Gambar 3. 7	Contoh konten TikTok hiburan	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM-01).....	39
Lampiran B Kartu Magang (MBKM-02).....	40
Lampiran C Daily Task (MBKM-03).....	41
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM-04).....	42
Lampiran E Formulir Konsultasi Laporan MBKM.....	43
Lampiran F Surat Penerimaan MBKM	43
Lampiran G Pengecekan Hasil Tunitin	45

