

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT* INTERN PT  
HAMARU PUTRA PRASETIA UNTUK MENINGKATKAN  
*BRAND AWARENESS***



**LAPORAN MAGANG**

**Raden Rara Kanina Ratna Pradipta**

**00000060714**

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

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT INTERN PT  
HAMARU PUTRA PRASETIA UNTUK MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS**



**LAPORAN MAGANG**

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

**Raden Rara Kanina Ratna Pradipta**

**00000060714**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Raden Rara Kanina Ratna Pradipta

Nomor Induk Mahasiswa 00000060714

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang saya yang berjudul: ‘Aktivitas *Social Media Management Intern* PT Hamaru Putra Prasetia Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*’ merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 27 Juni 2025



(Raden Rara Kanina Ratna Pradipta)

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Laporan Magang dengan judul

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT INTERN PT HAMARU  
PUTRA PRASETIA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Oleh

Nama : Raden Rara Kanina Ratna Pradipta

NIM : 0000060714

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 22 Juli, 2025

Pukul 00.00 s.d 00.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

  
Date:  
2025.07.25  
15:11:53  
+07'00'

**Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.**

**NIDN 0320109004**

Penguji

  
Digitally signed by  
Fakhriy Dinansyah  
Date: 2025.07.25  
14:43:59 +07'00'

**Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom**

**NIDN 0304039001**

Pembimbing

  
Date:  
2025.07.25  
15:12:05  
+07'00'

**Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.**

**NIDN 0320109004**

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Digitally signed by  
Cendera Rizky Anugrah  
Bangun  
Date: 2025.07.27  
19:45:04 +07'00'

**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 : Raden Rara Kanina Ratna Pradipta

NIM : 00000060174

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

“Aktivitas *Social Media Management Intern* PT Hamaru Putra Prasetia Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*” perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, 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, 27 Juni, 2025

Yang menyatakan,



(Raden Rara Kanina Ratna Pradipta)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul “Aktivitas *Social Media Management Intern* PT Hamaru Putra Prasetia Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*” 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:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S. Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
4. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Dst.....,

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

Tangerang, 21 Juni 2025

  
(Raden Rara Kanina Ratna Pradipta)

# AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT* INTERN PT HAMARU PUTRA PRASETIA UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Raden Rara Kanina Ratna Pradipta

## ABSTRAK

Laporan magang ini membahas aktivitas dan peran penulis sebagai intern dalam bidang pengelolaan media sosial di PT Hamaru Putra Prasetya, sebuah perusahaan konsultan manajemen yang bergerak di bidang Business Process Consulting berbasis data. Pemilihan tempat magang ini dilatarbelakangi oleh relevansi antara strategi komunikasi digital dengan kebutuhan industri jasa konsultasi dalam membangun citra, menjangkau audiens, dan menyampaikan nilai perusahaan secara efektif. Tujuan utama dari kegiatan magang ini adalah untuk menerapkan teori-teori komunikasi strategis dan manajemen konten dalam konteks kerja profesional, serta memperoleh pengalaman langsung dalam merancang dan mengelola komunikasi digital melalui media sosial klien. Selama magang, penulis ditempatkan dalam tim kreatif dan komunikasi yang bertugas mengelola akun media sosial milik klien dari sektor pendidikan, yakni Global Horizon School. Tugas yang dilaksanakan meliputi *brainstorming* ide konten, perencanaan editorial, produksi konten visual dan teks, penjadwalan unggahan, pengelolaan interaksi digital, hingga penyusunan laporan performa mingguan berbasis data analitik. Kerangka teori yang digunakan dalam laporan ini merujuk pada konsep *strategic communication*, *digital media management*, dan *stakeholder engagement*, yang keseluruhannya menunjang praktik komunikasi berbasis data di era digital. Tantangan utama selama magang adalah menyelaraskan proses kreatif dengan ekspektasi klien serta mengelola waktu secara efisien dalam menjalankan berbagai fungsi komunikasi secara simultan. Dari kegiatan ini, penulis menyimpulkan bahwa pengelolaan media sosial profesional memerlukan kombinasi antara kemampuan teknis, ketajaman analisis, dan pemahaman atas dinamika audiens digital secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** komunikasi digital, manajemen konten, media sosial, engagement, komunikasi strategis, industri konsultan.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

# **AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT INTERN PT HAMARU PUTRA PRASETIA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Raden Rara Kanina Ratna Pradipta

## **ABSTRACT**

*This internship report discusses the activities and role of the writer as a social media management intern at PT Hamaru Putra Prasetya, a data-driven business process consulting firm. The selection of this internship placement was based on the relevance between digital communication strategies and the needs of the consulting industry in building brand image, reaching target audiences, and effectively delivering corporate values. The main objective of this internship was to apply theories of strategic communication and content management in a professional setting, as well as to gain hands-on experience in designing and managing digital communication through clients' social media platforms. During the internship, the writer was placed in the creative and communications team, responsible for managing the social media accounts of a client in the education sector, namely Global Horizon School. The tasks carried out included brainstorming content ideas, editorial planning, visual and written content production, scheduling posts, managing digital engagement, and preparing weekly performance reports based on analytics data. The theoretical framework used in this report draws on concepts of strategic communication, digital media management, and stakeholder engagement, all of which support data-driven communication practices in the digital era. The main challenges faced during the internship involved aligning the creative process with client expectations and managing time effectively to handle multiple communication functions simultaneously. From this experience, the writer concludes that professional social media management requires a combination of technical skills, analytical acumen, and a continuous understanding of digital audience dynamics.*

**Keywords:** digital communication, content management, social media, engagement, strategic communication, consulting industry.

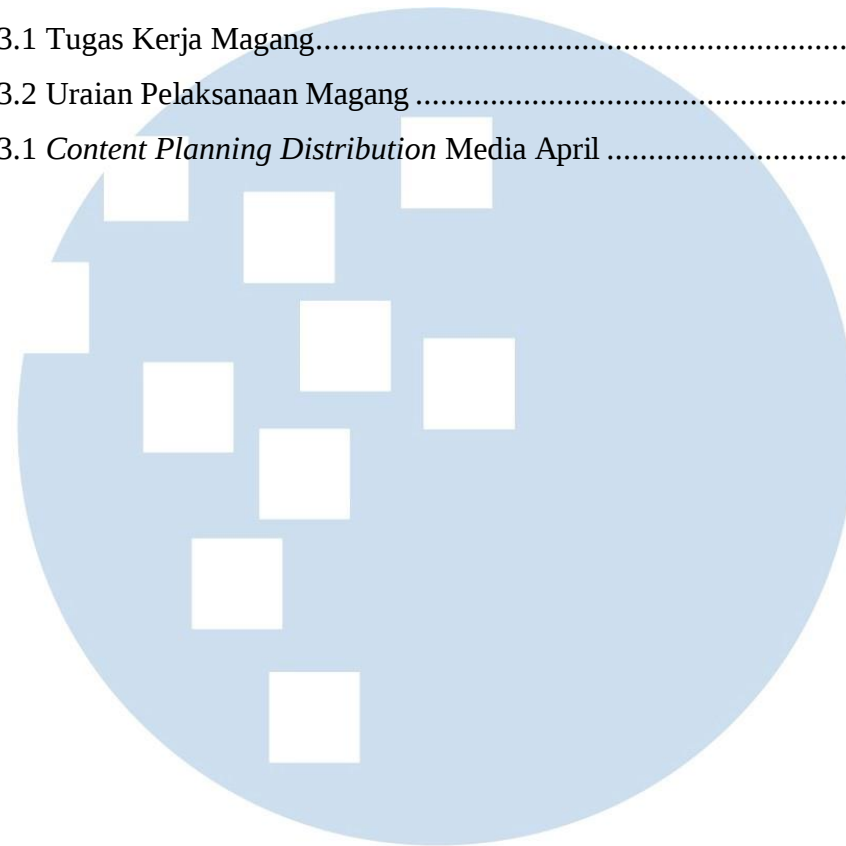
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

|                                                                       |                              |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT                                      | ii                           |
| HALAMAN PERSETUJUAN                                                   | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PENGESAHAN                                                    | iii                          |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iv                           |
| KATA PENGANTAR                                                        | v                            |
| ABSTRAK                                                               | vi                           |
| ABSTRACT                                                              | vii                          |
| DAFTAR ISI                                                            | viii                         |
| DAFTAR GAMBAR                                                         | x                            |
| BAB I PENDAHULUAN                                                     | 1                            |
| 1.1 Latar Belakang.....                                               | 1                            |
| 1.2 Tujuan Magang.....                                                | 5                            |
| 1.3 Waktu Dan Prosedur Pelaksanaan Magang.....                        | 6                            |
| 2.1 Profil dan Sejarah Hamaru .....                                   | 9                            |
| 2.2 Visi dan Misi Perusahaan Hamaru.....                              | 10                           |
| 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....                               | 12                           |
| BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG                                      | 16                           |
| 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....                                 | 16                           |
| 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang .....                         | 17                           |
| 3.3 Kendala Dan Solusi Magang.....                                    | 33                           |
| BAB IV SIMPULAN DAN SARAN                                             | 36                           |
| 4.1 Simpulan .....                                                    | 36                           |
| DAFTAR PUSTAKA                                                        | 40                           |
| LAMPIRAN                                                              | 42                           |

## DAFTAR TABEL

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang.....                                | 14 |
| Tabel 3.2 Uraian Pelaksanaan Magang .....                        | 15 |
| Tabel 3.1 <i>Content Planning Distribution</i> Media April ..... | 22 |



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Logo Perusahaan.....                           | 7  |
| Gambar 2.1 Organisasi Perusahaan.....                     | 9  |
| Gambar 2.2 <i>Social Media Intern</i> Lingkup kerja ..... | 11 |
| Gambar 3.1 Monthly Draft <i>content</i> Results.....      | 19 |
| Gambar 3.2 <i>content Brief</i> Client.....               | 21 |
| Gambar 3.3 Media <i>Production</i> .....                  | 24 |
| Gambar 3.4 Media <i>Posting IG</i> .....                  | 25 |
| Gambar 3.5 Pengolahan Data Instagram.....                 | 26 |
| Gambar 3.6 Akses Akun Instagram Perusahaan.....           | 28 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| Lampiran Hasil Persentase Turnitin 1..... | 17 |
| Lampiran Form Bimbingan 1.....            | 18 |
| Lampiran Surat Penerimaan Magang 1.....   | 19 |
| Lampiran MBKM 01 1.....                   | 20 |
| Lampiran MBKM 02 1.....                   | 21 |
| Lampiran MBKM 03 1.....                   | 22 |
| Lampiran MBKM 04 1.....                   | 34 |
| Lampiran Karya 1.....                     | 35 |

