

**AKTIVITAS PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL DI PT SINAR
TAMBANG ARTHALESTARI UNTUK MEMPERKUAT
PERSEPSI POSITIF MEREK**



LAPORAN MAGANG

DEAN YULISTA

00000073208

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

2025

**AKTIVITAS PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL DI PT
SINAR TAMBANG ARTHALESTARI UNTUK
MEMPERKUAT PERSEPSI POSITIF MEREK**



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

DEAN YULISTA

00000073208

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Dean Yulista

Nomor Induk Mahasiswa 00000073208

Program Studi : Komunikasi Strategis

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL DI PT SINAR TAMBANG ARTHALESTARI UNTUK MEMPERKUAT PERSEPSI POSITIF MEREK

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 magang maupun dalam pemagangan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Juni 2025



(Dean Yulista)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT SINAR TAMBANG
ARTHALESTARI UNTUK MEMPERKUAT PERSEPSI POSITIF MEREK**

Oleh

Nama : Dean Yulista
NIM : 00000073208
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 17 Juli 2025
Pukul 10.00 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Dani Miftahul Akhvar, S. T.,

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.

M.Si.

NIDN 0331077503

NIDN 0306027102

Pembimbing

Dr. Dani Miftahul Akhvar, S. T., M.Si.

NIDN 0321097905

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun

Date: 2025.07.28
10:17:41 +0700

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

AKTIVITAS PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL DI PT SINAR TAMBANG ARTHALESTARI UNTUK MEMPERKUAT PERSEPSI POSITIF MEREK

Dean Yulista

ABSTRAK

Laporan magang ini berisi tentang tugas pemegang dalam menangani pemasaran di media sosial yang ada dalam departemen marketing di perusahaan PT Sinar Tambang Arthalestari. Perusahaan PT Sinar Tambang Arthalestari bergerak di bidang produksi semen dengan merek dagang Semen Bima dan Semenku. Tugas pemegang menangani pemasaran di media sosial dengan lebih spesifik. Pemegang terlibat langsung dalam penyusunan strategi pemasaran produk menggunakan media sosial dengan tujuan untuk memahami dan terlibat secara langsung dalam proses pengelolaan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran di media sosial perusahaan, khususnya dalam membangun citra perusahaan yang sesuai dengan karakter merek dan juga berisi pengalaman pemegang dalam mengikuti program kegiatan magang di PT Sinar Tambang Arthalestari. Kesimpulan umum magang ini berjalan lancar. Setelah dilakukan aktivitas magang selama tujuh puluh satu hari, didapatkan kesimpulan yaitu dalam pengembangan citra perusahaan atau *branding*, diperlukan strategi dengan berkolaborasi dengan pihak ketiga atau *content creator*.

Kata kunci: Pencitraan merek, media sosial, pemasaran, pemimpin opini

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

SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES AT PT SINAR TAMBANG ARTHALESTARI TO STRENGTHEN POSITIVE BRAND PERCEPTION

Dean Yulista

ABSTRACT

This internship report details the author's specific responsibilities in managing social media marketing within the marketing department at PT Sinar Tambang Arthalestari, a company specializing in cement production under the brand names Semen Bima and Semenku. The author was directly involved in developing product marketing strategies through social media. This direct engagement aimed to cultivate a deeper understanding and active participation in managing social media as a crucial component of the company's social media marketing strategy, particularly in establishing a corporate image consistent with the brand's character. Furthermore, the report documents the author's overall experience during the internship program at PT Sinar Tambang Arthalestari. The internship concluded successfully, spanning 71 days of practical work. A key conclusion drawn is that effective corporate image development, or branding, requires strategic collaboration with third-party content creators.

Keywords: *Branding, sosial media, marketing, key opinion leader*

U M M N
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 pemagangan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL DI PT SINAR TAMBANG ARTHALESTARI UNTUK MEMPERKUAT PERSEPSI POSITIF MEREK”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Strategis pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

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 Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak/Ibu sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Mama dan kakak saya yang memberikan dukungan material dan moral

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

Tangerang, 27 Juni 2025



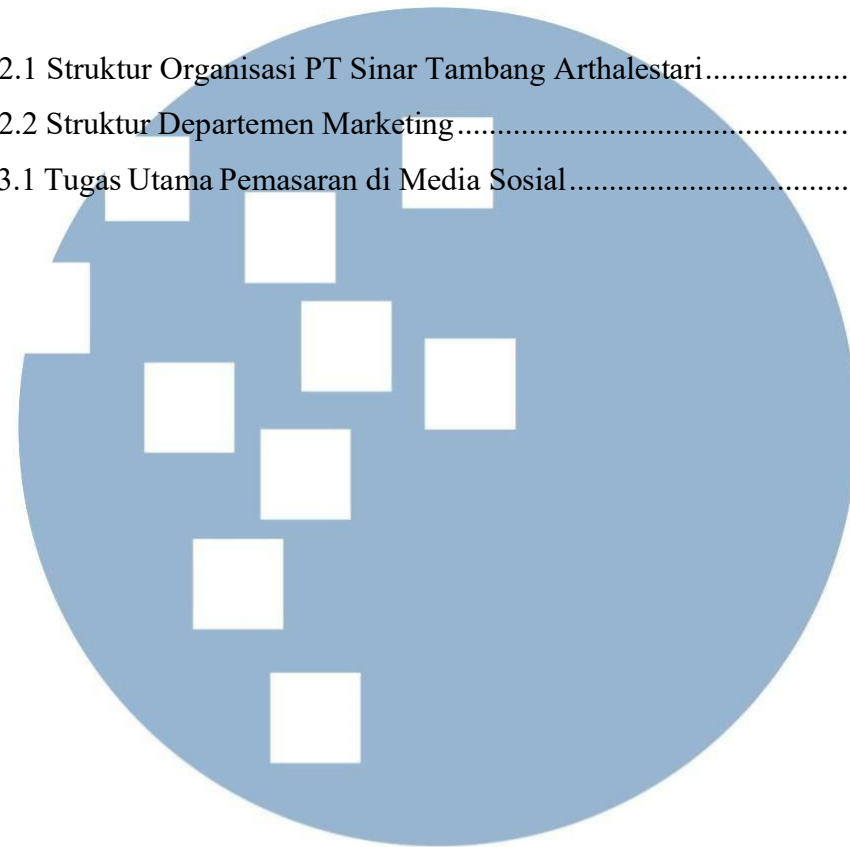
(Dean Yulista)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	6
2.1 Tentang PT Sinar Tambang Arthalestari	6
2.2 Visi Misi PT Sinar Tambang Arthalestari	8
2.3 Struktur Organisasi PT Sinar Tambang Arthalestari	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dalam Praktik Kerja Magang	15
3.2 Tugas dan Deskripsi Praktik Kerja Magang	15
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	29
4.1 Simpulan	29
4.2 Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Organisasi PT Sinar Tambang Arthalestari.....	9
Tabel 2.2 Struktur Departemen Marketing.....	10
Tabel 3.1 Tugas Utama Pemasaran di Media Sosial.....	15



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

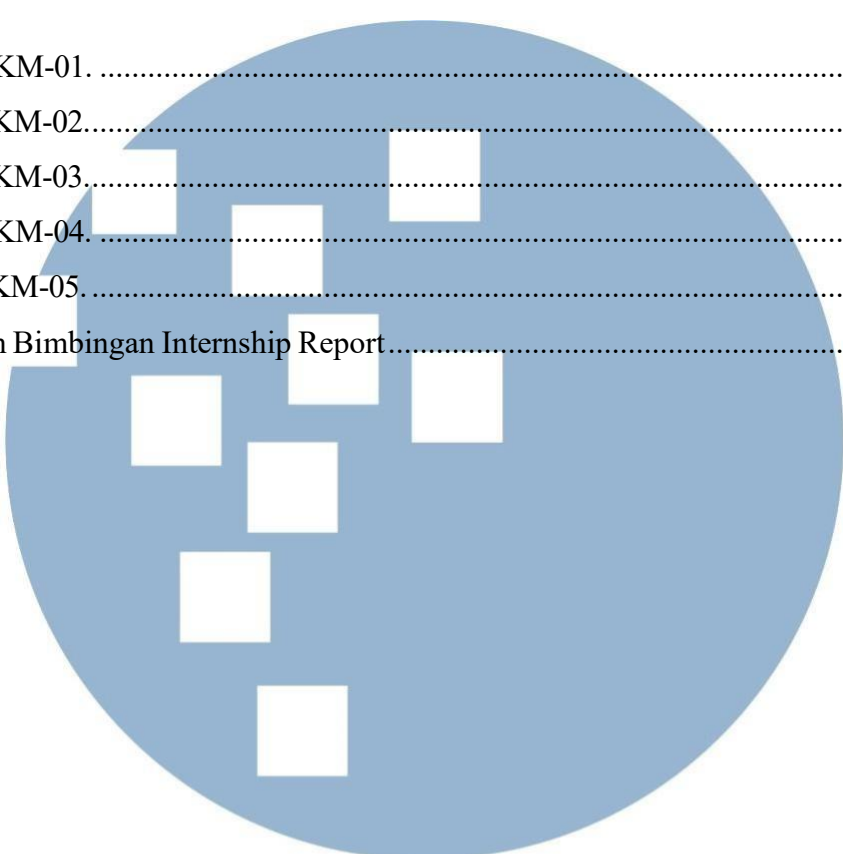
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dokumen Perusahaan (2012).....	6
Gambar 2.2 Dokumen Perusahaan (2025).....	7
Gambar 2.3 Dokumen Perusahaan (2025).....	8
Gambar 2.4 Dokumen Marketing Developer (2025).....	11
Gambar 2.5 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	12
Gambar 2.6 Dokumen Design Graphic (2025).....	14
Gambar 3.1 Proses Komunikasi Tradisional.....	17
Gambar 3.2 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	18
Gambar 3.3 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	19
Gambar 3.4 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	20
Gambar 3.5 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	21
Gambar 3.6 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	22
Gambar 3.7 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	23
Gambar 3.8 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	23
Gambar 3.9 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	26
Gambar 3.10 Dokumentasi Pribadi Mahasiswa (2025).....	27



DAFTAR LAMPIRAN

A. MBKM-01.	36
B. MBKM-02.....	37
C. MBKM-03.....	38
D. MBKM-04.....	53
E. MBKM-05.....	54
F. Form Bimbingan Internship Report.....	55



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA