

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN PT.
KRIDA HUTAMA AVIASI DI INSTAGRAM DAN TIKTOK**



LAPORAN MAGANG

MUHAMMAD ARIE FAHREZA

00000077623

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

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN PT.
KRIDA HUTAMA AVIASI DI INSTAGRAM DAN TIKTOK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

MUHAMMAD ARIE FAHREZA

00000077623

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Arie Fahreza

Nomor Induk Mahasiswa : 00000077623

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN PT.
KRIDA HUTAMA AVIASI DI INSTAGRAM DAN TIKTOK**

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

Tangerang, 15 Desember 2025



Muhammad Arie Fahreza

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN PT. KRIDA HUTAMA AVIASI DI INSTAGRAM DAN TIKTOK

Oleh

Nama : Muhammad Arie Fahreza

NIM : 00000077623

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 15 Desember 2025

Pembimbing



Dr. Kristina Nurhayati, M.Ikom.

NIDN 0319018506

Ketua Program Studi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN PT. KRIDA HUTAMA AVIASI DI INSTAGRAM DAN TIKTOK

Oleh

Nama : Muhammad Arie Fahreza
NIM : 00000077623
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari selasa, 13 Januari 2025

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Kristina Nurhayati, M.Ikom
NIDN 0319018506

Penguji



Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0318118203

Pembimbing



Dr. Kristina Nurhayati, M.Ikom.
NIDN 0319018506

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Arie Fahreza

NIM : 00000077623

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Laporan magang

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN PT. KRIDA HUTAMA AVIASI DI INSTAGRAM DAN TIKTOK

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (pilih salah satu):

☐ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)
**.

☒ Lainnya, pilih salah satu:

☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara

☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 15 Desember 2025



Muhammad Arie Fahreza

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

**** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN**



KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN PT. KRIDA HUTAMA AVIASI DI INSTAGRAM DAN TIKTOK”

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 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. Ibu Dr. Kristina Nurhayati, M.Ikom, 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. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan 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, 2025



Muhammad Arie Fahreza



AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN PT. KRIDA HUTAMA AVIASI DI INSTAGRAM DAN TIKTOK

Muhammad Arie Fahreza

ABSTRAK

Laporan ini disusun berdasarkan kegiatan magang yang dilakukan di PT. Krida Utama Aviasi pada posisi *Social Media Specialist Intern*, yang sejalan dengan latar belakang penulis sebagai mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi. Tujuan dari kegiatan magang ini adalah untuk memperoleh pengalaman langsung dalam dunia kerja, khususnya dalam bidang komunikasi digital dan penerapan strategi Public Relations di lingkungan perusahaan aviasi, serta berkontribusi dalam meningkatkan brand awareness perusahaan melalui optimalisasi media sosial. PT. Krida Utama Aviasi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa operasi khusus. Selama periode magang berlangsung, penulis terlibat dalam kegiatan yang berkaitan dengan manajemen media sosial perusahaan, meliputi perencanaan strategi komunikasi, pembuatan konten digital, publikasi informasi, serta analisis performa media sosial. Fokus utama kegiatan ini juga diarahkan pada penguatan brand awareness perusahaan melalui penyusunan pesan komunikasi yang konsisten, visualisasi konten yang sesuai dengan identitas merek, dan interaksi yang efektif dengan audiens. Konsep utama dalam kegiatan magang ini berlandaskan pada model perencanaan komunikasi SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) yang diintegrasikan dengan prinsip-prinsip Public Relations. Penerapan model ini membantu dalam merancang strategi komunikasi yang sistematis, mulai dari analisis situasi hingga evaluasi hasil, sehingga seluruh kegiatan media sosial dapat mendukung citra positif perusahaan, meningkatkan brand awareness, serta memperkuat hubungan dengan publik. Tantangan utama selama magang adalah menyesuaikan pesan komunikasi dengan karakteristik industri penerbangan yang menuntut akurasi dan profesionalisme tinggi, serta menjaga konsistensi branding di setiap kanal media sosial. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi berbasis SOSTAC dan prinsip *Public Relations* mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial PT. Krida Utama Aviasi, baik dalam aspek engagement, penyampaian informasi, pembentukan *brand awareness*, maupun penguatan citra perusahaan yang kredibel dan profesional.

Kata kunci: *Media Sosial, SOSTAC, Hubungan Masyarakat, Kesadaran Merek, Spesialis Media Sosial*

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN PT. KRIDA HUTAMA AVIASI DI INSTAGRAM DAN TIKTOK

Muhammad Arie Fahreza

ABSTRACT

This report is based on an internship conducted at PT. Krida Utama Aviasi as a Social Media Specialist Intern, which aligns with the author's academic background in Communication Studies. The purpose of this internship is to gain hands-on experience in the professional field, particularly in digital communication and the implementation of Public Relations strategies within the aviation industry, as well as to contribute to increasing the company's brand awareness through social media optimization. PT. Krida Utama Aviasi is a company engaged in special operation services. During the internship period, the author was involved in various activities related to the company's social media management, including communication strategy planning, digital content creation, information dissemination, and social media performance analysis. The main focus of the internship was also directed toward strengthening the company's brand awareness by developing consistent communication messages, designing visual content that aligns with brand identity, and fostering effective audience engagement. The core concept of this internship was based on the SOSTAC communication planning model (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control), integrated with Public Relations principles. The application of this model helped in designing a systematic communication strategy, from situation analysis to evaluation, ensuring that all social media activities supported the company's positive image, enhanced brand awareness, and strengthened relationships with the public. The main challenge during the internship was to adapt communication messages to the characteristics of the aviation industry, which requires high accuracy and professionalism, while maintaining brand consistency across all social media platforms. The results of this internship indicate that implementing a SOSTAC-based communication strategy integrated with Public Relations principles successfully improved the effectiveness of PT. Krida Utama Aviasi's social media management in terms of engagement, information delivery, brand awareness building, and the development of a credible and professional corporate image.

Keywords: *Social Media, SOSTAC, Public Relations, Brand Awareness, Social Media Specialist.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	8
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Tentang PT. Krida Utama Aviasi.....	10
2.2 Visi Misi Perusahaan.....	14
2.3 Nilai Perusahaan.....	15
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	20
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	20
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	20
3.2.1 Tugas Kerja Magang	21
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	23
3.2.3 Kendala Utama.....	67
3.2.4 Solusi.....	67

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	69
4.1 Simpulan	69
4.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 pembuatan tabel pekerjaan.....	23
Tabel 3.2 pembuatan tabel SMART.....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data unduhan aplikasi.....	2
Gambar 1.2 Aplikasi Instagram.....	4
Gambar 1.3 Aplikasi TikTok.....	5
Gambar 2.1 Logo perusahaan.....	12
Gambar 2.2 Kegiatan <i>water bombing</i> perusahaan.....	12
Gambar 2.3 Kegiatan Operasi Modifikasi Cuaca (OMC).....	13
Gambar 2.4 Nilai perusahaan.....	15
Gambar 2.5 Struktur organisasi perusahaan.....	16
Gambar 2.6 Struktur organisasi perusahaan (penempatan <i>intern</i>).....	17
Gambar 3.1 pembuatan email perusahaan.....	25
Gambar 3.2 <i>Date joined</i> Instagram Perusahaan.....	27
Gambar 3.3 <i>Switch to Profesional</i> Instagram Perusahaan.....	28
Gambar 3.4 <i>Edit account profile</i> Instagram Perusahaan.....	29
Gambar 3.5 Tampilan akun Instagram Perusahaan.....	30
Gambar 3.6 <i>Business account</i> TikTok Perusahaan.....	31
Gambar 3.7 <i>Business registration</i> TikTok Perusahaan.....	32
Gambar 3.8 <i>Edit profile</i> TikTok Perusahaan.....	33
Gambar 3.9 <i>Profile</i> TikTok Perusahaan.....	34
Gambar 3.10 Konten <i>reels</i> Instagram Garuda Indonesia.....	38
Gambar 3.11 Konten <i>about a company</i> di Canva.....	41
Gambar 3.12 Konten <i>reels</i> singkat OMC.....	42
Gambar 3.13 Konten <i>reels</i> lengkap OMC.....	43
Gambar 3.14 Konten blog perusahaan di Canva.....	44
Gambar 3.15 <i>Content planning</i> di Google Spreadsheet.....	46

Gambar 3.16 <i>Insight</i> akun Instagram perusahaan di Meta Business Suite.....	48
Gambar 3.17 <i>Insight</i> akun Instagram perusahaan di Meta Business Suite.....	50
Gambar 3.18 Meta <i>verified account</i>	53
Gambar 3.19 <i>Insight</i> akun Instagram perusahaan di Meta Business Suite.....	54
Gambar 3.20 Hasil dari Instagram yang <i>intern</i> kerjakan.....	57
Gambar 3.21 <i>Insight</i> akun TikTok perusahaan di TikTok Studio.....	59
Gambar 3.22 <i>Insight</i> akun TikTok perusahaan di TikTok Studio.....	61
Gambar 3.23 <i>Insight</i> akun TikTok perusahaan di TikTok Studio.....	63
Gambar 3.24 Hasil dari media sosial TikTok yang dikerjakan.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

1.	Lampiran Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	74
2.	Lampiran Surat MBKM (MBKM 02).....	75
3.	Lampiran Daily Task MBKM (MBKM 03).....	76
4.	Lampiran Form Bimbingan Internship.....	77
5.	Lampiran Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	78
6.	Lampiran Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	79
7.	Lampiran Hasil Turnitin.....	80
8.	Lampiran Konten Instagram dan TikTok.....	81