

# **LAPORAN KERJA PRAKTIK**

*AKTIVITAS CORPORATE COMMUNICATION* DALAM  
PENGELOLAAN KONTEN PT GAGAS ENERGI INDONESIA

@pgngagas di INSTAGRAM



Oleh:

Agnes Belenna Winey

NRP.1423020024

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
**SURABAYA**

**2024**

## **LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**

**AKTIVITAS *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM  
PENGELOLAAN KONTEN PT GAGAS ENERGI INDONESIA**

**@pgngagas di INSTAGRAM**



Oleh:

Agnes Belenna Winey

NRP.1423020024

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agnes Belenna Winey

NRP : 1423020024

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal kerja praktik yang saya tulis dengan judul:

**AKTIVITAS *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM  
PENGELOLAAN KONTEN PT GAGAS ENERGI INDONESIA  
@pgngagas di INSTAGRAM**

adalah benar adanya dan merupakan karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas, maupun universitas.

Surabaya, 9 Januari 2024



Agnes Belenna Winey

NRP. 1423020024

## HALAMAN PERSETUJUAN

AKTIVITAS *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM  
PENGELOLAAN KONTEN PT GAGAS ENERGI INDONESIA  
@pgngagas di INSTAGRAM

OLEH:

Agnes Belenna Winey

NRP. 1423020024

TELAH DISETUJI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0719078401

TANGGAL: 9 Januari 2024



Brigitta Ruyia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

## HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

**AGNES BELENNA WINEY NRP: 1423020024**

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 4 JANUARI 2024 DAN DINYATAKAN  
LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Akshaniyah, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0702087602



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

**LEMBAR PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Agnes Belenna Winey  
NRP : 1423020024  
Jurusan : Ilmu Komunikasi/ S1  
Program studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Tahun Lulus : 2024

Dengan ini SETUJU laporan kerja praktik saya, dengan judul

**AKTIVITAS *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM  
PENGELOLAAN KONTEN PT GAGAS ENERGI INDONESIA  
@pgngagas di INSTAGRAM**

Untuk dipublikasikan/ ditampilkan di media internet atau media lainnta (*digital library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai Undang-Undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian surat pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Januari 2024



Agnes Belenna Winey  
NRP. 1423020024

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan memberkati penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan kerja praktik dengan baik. Segala hal yang terjadi dan dialami sepanjang kerja praktik merupakan bentuk berkat bagi penulis, untuk dapat memperkaya dan membekali diri dengan ilmu. Semoga laporan kerja praktik ini dapat memberikan ilmu bagi yang berkesempatan untuk membacanya.

*“Barangsiapa setia dalam perkara-perkara kecil, ia setia juga dalam perkara-perkara besar. Dan barangsiapa tidak benar dalam perkara-perkara kecil, ia tidak benar juga dalam perkara-perkara besar.”*

Lukas 16:10

Surabaya, 9 Januari 2024

Agnes Belenna Winey

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat, berkat, dan kasih-Nya yang selalu menyertai penulis dalam setiap kesempatan di hidup. Karena izin-Nya penulis dapat menjalankan kerja praktik dengan baik sehingga penyusunan laporan kerja praktik terlaksana. Laporan kerja praktik ditulis sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua yang memberi dukungan moril dan kepercayaannya kepada penulis selama kerja praktik.
2. Dosen pembimbing kerja praktik, Bapak Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom yang telah membimbing penulis untuk dapat menyelesaikan laporan kerja praktik tepat waktu.
3. PT Gagas Energi Indonesia atas kesempatan baik untuk melaksanakan kerja praktik dan memperoleh ilmu di bidang *public relation*, spesifik *corporate communication*.
4. Tim ARCHEO'20 yang selalu membantu, mendukung, dan mendoakan penulis selama kerja praktik.
5. Seluruh pihak yang selalu mendukung penulis dalam proses kerja praktik.

Jika dalam laporan kerja praktik terdapat kesalahan penulisan, penulis menyampaikan permohonan maaf dan menerima segala kritik-saran.

Surabaya, 9 Januari 2024

Agnes Belenna Winey



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERNYATAAN .....	vi
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
I.1. Latar Belakang .....	1
I.2. Bidang Kerja Praktik .....	3
I.3. Tujuan Praktik .....	3
I.4. Manfaat Kerja Praktik .....	3
I.5. Tinjauan Pustaka .....	4
I.5.1. <i>Corporate Communication</i> .....	4
I.5.2. <i>Social Media Marketing</i> .....	5
I.5.3. <i>Content Creator</i> .....	7
BAB II.....	2
HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK.....	2
II.1. Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik .....	2
II.2. Waktu dan Pelaksanaan Kerja Praktik .....	13

II.3. Hasil Temuan .....	32
II.4. Kegiatan Selama Magang.....	34
BAB III .....	11
PEMBAHASAN .....	11
III.1. Aktivitas <i>Corporate Communication</i> .....	11
III.2. Aktivitas <i>Content Creator</i> .....	43
BAB IV .....	40
PENUTUP.....	40
IV.1. Kesimpulan .....	40
IV.2. Saran .....	40
DAFTAR PUSTAKA .....	40
LAMPIRAN.....	62

## **DAFTAR TABEL**

Tabel II.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Praktik.....	31
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 <i>Take</i> konten video Gaslink di pelanggan.....	36
Gambar II. 2 Contoh konten video di instagram @pgngagas .....	36
Gambar II. 3 Contoh konten <i>feeds</i> di instagram @pgngagas.....	37
Gambar II. 4 Contoh <i>caption</i> konten di instagram @pgngagas.....	38
Gambar III. 1 Akun media sosial instagram @pgngagas .....	40
Gambar III. 2 Kegiatan “Rapat Koordinasi DU” di Bandung .....	42
Gambar III. 3 <i>Booth</i> PGN dan Gagas di “Pertamina Eco RunFest 2023” .....	42
Gambar III. 4 Kegiatan “Sosialisasi & Konversi BBG Nelayan” .....	43
Gambar III. 5 Revisi <i>Content Plan</i> September 2023 .....	46
Gambar III. 6 <i>Content Plan</i> September 2023 .....	46
Gambar III. 7 Revisi <i>Content Plan</i> Oktober 2023 .....	47
Gambar III. 8 <i>Content Plan</i> Oktober 2023 .....	48
Gambar III. 9 <i>Content Plan</i> November 2023.....	49
Gambar III. 10 Revisi <i>Content Plan</i> November 2023.....	49
Gambar III. 11 Revisi <i>Content Plan</i> Desember 2023 .....	50
Gambar III. 12 <i>Content Plan</i> Desember 2023 .....	50
Gambar III. 13 Gambar <i>followers and audience growth</i> .....	53
Gambar III. 14 Tiga (3) video dengan <i>views/ plays</i> terbanyak .....	54
Gambar III. 15 <i>Range</i> usia dan gender <i>followers</i> @pgngagas.....	56
Gambar III. 16 Waktu aktif <i>followers</i> @pgngagas .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat pernyataan magang .....	63
Lampiran 2 Lembar penilaian kerja praktik .....	64
Lampiran 3 Dokumentasi kerja praktik .....	66
Lampiran 4 Desain <i>feeds</i> di instagram .....	70
Lampiran 5 Konten video di instagram .....	71

## ABSTRAK

Agnes Belenna Winey, NRP. 1423020024. *Aktivitas Corporate Communication dalam Pengelolaan Konten PT Gagas Energi Indonesia @pgngagas di Instagram*

Strategi komunikasi korporat (*corporate communication*) perlu melakukan upaya menstimulus informasi terkait produk barang dan jasa, kontak perusahaan, dan layanan konsumen kepada publik. Pemanfaatan platform media sosial yang dimanfaatkan oleh *corporate communication* sebagai content creator di PT Gagas Energi Indonesia, bertujuan untuk meningkatkan *brand awaranness* produk perusahaan di sektor gas. PT Gagas Energi Indonesia merupakan subholding gas PT Pertamina (Persero). Fokus bidang usaha PT Gagas Energi Indonesia berada di sektor energi gas bumi terkait penyaluran CNG (*compressed natural gas*) dan LNG (*liquefied natural gas*). Selain mengemas informasi sebagai konten, perlu dilakukan analisis interaksi publik di media sosial. Analisis interaksi publik di media sosial yang ditemukan, dapat menjadi data bagi perusahaan mengenai segmentasi audiens, ketertarikan audiens akan suatu konten, dan frekuensi interaksi audiens pada akun media sosial perusahaan. Hasil temuan di laporan kerja praktik membahas aktivitas *corporate communication* dalam pengelolaan konten di media sosial instagram, guna membentuk *branding* perusahaan.

Kata kunci : *Corporate communication, content creator, Gagas Energi Indonesia*

## **ABSTRACT**

Agnes Belenna Winey, NRP. 1423020024. *Corporate Communication Activities in Content Management of PT Gagas Energi Indonesia @pgngagas on Instagram*

*Corporate communication strategies need to make efforts to stimulate information related to goods and services, company contacts, and consumer services to the public. The utilization of social media platforms utilized by corporate communication as a content creator at PT Gagas Energi Indonesia aims to increase brand awareness of the company's products in the gas sector. PT Gagas Energi Indonesia is the gas subholding of PT Pertamina (Persero). The focus of PT Gagas Energi Indonesia's business is in the natural gas energy sector related to the distribution of CNG (compressed natural gas) and LNG (liquefied natural gas). In addition to packaging information as content, it is necessary to analyze public interaction on social media. Analysis of public interaction on social media can provide data for companies regarding audience segmentation, audience interest in content, and the frequency of audience interaction on the company's social media accounts. The findings in the practical work report discuss corporate communication activities in managing content on Instagram social media, in order to shape company branding.*

**Keywords :** *Corporate communication, content creator, Gagas Energi Indonesia*