



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di PT Eden Kreasi Indonesia, peserta magang menduduki jabatan Intern di divisi *KOL Management*, tepatnya untuk menangani *client* Lazada untuk program Lazlive. Dalam pelaksanaan kerja magang peserta magang disupervisi oleh Febri Yulianti selaku *head KOL Management*. Pembimbing memberi arahan seputar *job description* pribadi maupun *jobdesc* dengan tim. Pembimbing pun melibatkan peserta magang dalam meeting mingguan, meeting antar divisi dan juga *town hall meeting* (*meeting* seluruh divisi). Pembimbing pun mempercayakan peserta magang untuk mewakili tim *KOL Management* mempresentasikan hasil kerja dan pencapaian dalam satu bulan yang dipresentasikan menggunakan data Microsoft Excel dan ditampilkan di Microsoft Powerpoint.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



### 3.3 Uraian Kerja Magang

Dalam strategi *marketing* untuk klien Lazada, PT. Eden Kreasi memilih *KOL* sebagai strategi promosi utamanya. *KOL* atau *influencer* ini diharapkan dapat memberikan *awareness* kepada masyarakat akan brand Lazada. Program Lazada *Live Streaming* yang rutin diadakan setiap hari membutuhkan banyak sekali *KOL* sehingga di minggu pertama setiap bulan, peserta magang ditugaskan untuk membantu membuat list *KOL* yang akan digunakan dalam satu bulan. Jumlah *KOL* yang dibutuhkan setiap bulannya sekitar 20 - 30 *KOL*. Di setiap awal bulan peserta magang ditugaskan untuk mencari *KOL* yang sesuai dengan setiap program lazada *live streaming* dan mengirimkan list *KOL* tersebut ke tim *planner*. Setelah itu, tim *planner* akan menentukan mana saja *KOL* yang akan digunakan untuk program *live streaming* yang selanjutnya akan di *follow up* oleh peserta magang.

Tabel 3. 2 Tabel Database KOL PT. Eden Kreasi Indonesia

No	Name	Followers	ER	Personification	Project	Notes	No Project	First Month Join (MM/YY)	Photo Feed Rate	Video Feed Rate	IG Story Rate	IG Story Swipe Up Rate	Live Streaming Rate	Youtube Rate	Shooting Rate	Bundling Rate	Bundling Details	CP	Phone
26	Arelia Ela	535.161	2.99%	Mom, Fashion, Beauty		All Mami Peko	0	July 2021	11,000,000	23,000,000	4,000,000	5,000,000	27,000,000					Sis	0858-9151-6275
43	Antya Cahya	305.325	2.49%	Mom & Baby Expert		All Mami Peko	0	July 2021										Admin	haha.antiyasahya@gmail.com
44	Arjuni Dina	236.448	0.96%	Modern Mom, Lifestyle		All Mami Peko	0	July 2021	5,000,000	7,000,000	2,000,000							Even	0877-8371-4293
53	Ahneqah Aisy-Syahidiah	189.636	1.17%	Doctor, Modern Mom		All Mami Peko	0	July 2021	4,500,000	9,000,000		2,000,000	8,000,000					Maya	0817-8071-727
69	Caca Zula	312.392	1.29%	Modern Mom, Lifestyle		All Mami Peko	0	July 2021	8,000,000	10,000,000	4,000,000		4,500,000					Caca	0877-7528-5281
72	Chairunisa   Nissa Chair	116.809	1.59%	Modern Mom, Fashion		All Mami Peko	0	July 2021										Admin	Line @nissachair
80	Chry Lina	253.987	2.55%	Modern Mom, Fashion		All Mami Peko	0	July 2021	3,000,000	5,500,000	2,000,000	2,500,000						Pati	0821-9082-5703
148	Gya P Sadqah	576.297	2.29%	Modern Mom, Lifestyle		All Mami Peko	0	July 2021										Cira	0817-6402965
187	Khaerunisa   Nisa Cooke	774.367	2.76%	Modern Mom, Lifestyle		Item Peko, All #SelaAdaG	0	July 2021	12,000,000	20,000,000	5,000,000	5,500,000	28,000,000					Anggi	0878-4215-1333
234	Nessa Sahyana	201.475	2.03%	Modern Mom, Lifestyle	Lazada STYLE SPACE Dec, Jun		2 OR MORE	July 2021								13,000,000	LS + Feed (1) + Story (3)	Nessa	0813-3008-5481
255	Puti Meidi	301.181	5.30%	Modern Mom, Fashion		All Mami Peko	0	July 2021										Admin	0813-8002-8487
302	Shafiq Talha	307.958	2.27%	Modern Mom, Fashion	Lazada Beauty World		1	July 2021										Li	0817-1715-5895
317	Tiya Karra	603.000	3.02%	Lifestyle, Modern Mom		All #SelaAdaG	0	July 2021	15,000,000	23,000,000	7,000,000		TBD					Hamzah	0821-4295-8545
326	Vidy Alaydrus	655.000	16.00%	Lifestyle, Modern Mom		All #SelaAdaG	0	July 2021	7,500,000	14,500,000	6,000,000		TBD					Hamzah	0821-4295-8545
383	Tengku Dewi Putri	861.952	0.81%	Modern Mom, Lifestyle, Travel		All Mami Peko, All #SelaAdaG	0	August 2021	5,000,000	8,000,000	2,000,000	3,000,000		10,000,000				Admin	0852 1831 1214
384	Ana Riana	523.240	1.49%	Modern Mom, Lifestyle		All Mami Peko	0	August 2021	10,000,000	15,000,000	5,000,000	6,000,000		30,000,000				Admin	0822 9695 9697
385	Bunga Jiltha	382.540	1.38%	Modern Mom, Lifestyle, Travel		All Mami Peko	0	August 2021	7,500,000	15,000,000	4,000,000	5,000,000						Admin	0812 9695 8020
386	Prasthi Dwiati	389.057	2.02%	Modern Mom, Lifestyle		All Mami Peko	0	August 2021	15,000,000	17,000,000	10,000,000	12,500,000						Admin	0818 1828 103
387	Kimmy Jayanti	593.921	1.99%	Modern Mom, Travel		All Mami Peko	0	August 2021	25,000,000	60,000,000	10,000,000	20,000,000	35,000,000					Rika	0818 0833 4482
388	Lusida Anastasya	381.169	2.67%	Modern Mom, Fashion		All Mami Peko	0	August 2021	7,500,000	15,000,000	4,000,000	6,000,000						Admin	0877 7108 0898
389	Angelica Simperan	284.576	2.85%	Modern Mom, Lifestyle		All Mami Peko	0	August 2021										Admin	0813 8608 5767

Dalam praktik kerja magang, peserta magang banyak melakukan aktivitas *KOL management*. Setiap bulan di minggu kedua, peserta magang ditugaskan untuk menghubungi *KOL* yang sudah ditentukan tim planner untuk *campaign live streaming Lazada*. Aktivitas ini meliputi *dealing budget*, menyesuaikan jadwal *KOL* dengan *timeline post* yang sudah dibuat tim *KOL Management*, serta memastikan semua kebutuhan (*riders*) *KOL* saat *live streaming* berlangsung sudah

tersedia sesuai permintaan *KOL*. Seluruh aktivitas ini menerapkan teori komunikasi interpersonal salah satunya teori penetrasi social. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal (Mulyana,2004 : 73) Berdasarkan teori penetrasi sosial yang digagas oleh Irving Alman dan Dalmas Taylor (1973), dalam sebuah hubungan yang dibangun, komunikasi bergerak dari tingkatan hubungan yang memiliki kedekatan yang lebih dalam dan lebih pribadi. Semakin banyak waktu yang dihabiskan dengan orang lain, maka kita akan semakin terbuka kepada orang lain. Oleh karena itu, peserta magang melakukan pendekatan-pendekatan kepada *KOL* sebelum melakukan proses negosiasi dan dealing. Karena beberapa *KOL* sangat sulit untuk memberikan respon, maka peserta magang harus melakukan pendekatan-pendekatan interpersonal secara kreatif yang dilakukan secara terus menerus untuk membangun kedekatan yang lebih mendalam dan lebih pribadi dengan *KOL*.

Tabel 3. 3 Tabel Database KOL Lazada

Date	Talent	Fee	SOW	PIC	TOP	Data PKS	PKS sent to KOL	PKS sent to US (with parasf)	Invoice	Invoice Received by <i>Erline</i>	Payment Date	Payment/DP DONE (FILL BY <i>ERINE</i> )
<b>Week 1 &amp; 3</b>												
WED 1 Des	Bayu Shabrina	13.500.000	-3x Live Streaming (1x / week)	Kenyo	Termin 1: DP 50% H-1 Before Live Pertama Termin 2: Pelunasan 50% H+1 After Live Kedua	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (06/12); DONE (16/12)
MON 20 Des			-2x IG Feed (2x / week) -9x IG Story Swipe Up (3x / week)									
THU 2 Des	Azzing Dinanti	18.000.000	-3x Live Streaming (1x / week)	Kenyo	Termin 1: DP 50% H-1 Before Live Pertama Termin 2: Pelunasan 50% H+1 After Live Kedua	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (01/12); DONE (17/12)
MON 16 Des			-2x IG Feed (2x / week) -4x IG Story Swipe Up (1 & 2 / week)									
FRI 9 Des	Bekti Neustario	14.000.000	-2x Live Streaming (1x / week)	Kenyo	Termin 1: DP 50% H-1 Before Live Pertama Termin 2: Pelunasan 50% H+1 After Live Kedua	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (01/12); DONE (17/12)
MON 17 Des			-2x IG Feed (2x / week) -6x IG Story Swipe Up (3x / week)									
MON 6 Des	Kenyo Dafar	18.000.000	-2x Live Streaming (1x / week)	Kenyo	Termin 1: DP 50% H-1 Before Live Pertama Termin 2: Pelunasan 50% H+1 After Live Kedua	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (09/21)
WEB 29 Des			-2x IG Feed (2x / week) -4x IG Story Swipe Up (2x / week)									
TUE 7 Des	Hans Lango	14.000.000	-2x Live Streaming (1x / week)	Christian	Termin 1: DP 50% H-1 Before Live Pertama Termin 2: H+1 After Live Kedua	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (06/12)
MON 21 Des			-2x IG Feed (2x / week) -4x IG Story Swipe Up									
<b>Week 2 &amp; 4</b>												
WED 8 Des	Susan Tanoa	20.000.000	-2x Live Streaming (1x / week)	Christian	Termin 1: DP 50% (14 Des). Termin 2: Pelunasan 50% 22 Des	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (14/12)
MON 22 Des			-2x IG Feed (1x / week) -6x IG Story Swipe Up (3x / week)									
THU 9 Des	Shahna Soehartono	20.000.000	-2x Live Streaming (1x / week)	Kenyo	Termin 1: DP 50% H-1 Before Live Pertama Termin 2: Pelunasan 50% H+1 After Live Kedua	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (08/12)
MON 23 Des			-2x IG Feed (2x / week) -2x IG Story Swipe Up (1x / week)									
FRI 10 Des	Budi Hendarto	15.000.000	-2x Live Streaming (1x / week)	Kenyo	Termin 1: DP 50% H-1 Before Live Pertama Termin 2: Pelunasan 50% H+1 After Live Kedua	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (09/21)
MON 24 Des			-2x IG Feed (2x / week) -4x IG Story Swipe Up (2x / week)									
MON 13 Des	Sarra Tobi	11.400.000	-2x Live Streaming (1x / week)	Christian	Pelunasan H+7 After Live	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		
MON 27 Des			-2x IG Feed (1x / week) -6x IG Story Swipe Up (3x / week)									
TUE 14 Des	Ibuka	13.500.000	-2x Live Streaming (1x / week)	Kenyo	Termin 1: DP 50% H-1 Before Live Pertama Termin 2: Pelunasan 50% H+1 After Live Kedua	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE DP		DP DONE (13/12)
FRI 31 Des			-2x IG Feed (2x / week) -6x IG Story Swipe Up (3x / week)									

Saat H-1 *shooting live streaming*, peserta magang ditugaskan untuk memberikan *brief* kepada setiap *KOL* yang di handle. Brief yang disampaikan seputar materi

*post sosial media*, tata cara pelaksanaan *live streaming* dan juga *wardrobe* setiap *KOL*. Dalam *campaign* Lazada, setiap *KOL* dilarang menggunakan pakaian berwarna oranye atau hijau karena merupakan warna identitas dari kompetitor.

Terdapat beberapa tahap dari strategi pemasaran *KOL* atau influencer marketing yang dilansir dari buku “*Influencer for Marketing for Brands*” dari Aaron Levin (Levin, 2020, pp. 120-138) yang peserta magang terapkan di program Lazlive dan Lazada Biggest Show

1. *Marketing objective, target audience and definition of success*

Tahapan pertama adalah menentukan tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan kegiatan *influencer marketing* yang selaras dengan perusahaan. Selain menetapkan tujuan, tahapan selanjutnya adalah menentukan *target audience* perusahaan. Pada tahap ini peserta magang membuat *database KOL* yang sesuai dengan *target audience* dan *campaign* Lazlive.

2. Strategi Kampanye yang Tepat

Tahapan selanjutnya adalah untuk mengembangkan strategi *platform* yang akan digunakan. Pada Langkah ini peserta magang menentukan dimana saja *social media* yang digunakan *KOL* untuk mempromosikan acara Lazlive maupun Biggest Show berdasarkan perjanjian kerjasama yang telah disetujui kedua belah pihak. Selama praktik kerja magang, peserta magang dilibatkan dalam *event* terbesar Lazada yaitu Lazada biggest show 9.9. Peserta magang dipercaya untuk menangani beberapa artis seperti Kahitna, Devan Narendra dan juga Naura Ayu.

3. Kreativitas, creators dan konten

Pada tahapan ini, tim *KOL management* Bersama dengan tim *planner*, menggunakan ide kreatif untuk menentukan konten seperti apa yang akan di *upload* oleh setiap *KOL* beserta membuat *brief* yang mudah dipahami *KOL* agar konten yang dibuat sesuai dengan ekspektasi tim dan *client*. Peserta magang juga ditugaskan untuk memperhatikan teknis pelaksanaan dan memantau *kolom* komentar

jika ada *audience* yang bertanya dan juga memastikan setiap *KOL* membawakan *live streaming* sesuai dengan *brief* yang telah disampaikan. Peserta magang juga ditugaskan untuk mengingatkan jika ada *voucher* yang akan dibagikan. Biasanya *voucher* akan dibagikan setiap jumlah *likes* dalam *live streaming* tersebut mencapai 50,000 *likes*.

Sedangkan pada saat pelaksanaan *event Biggest Show*, peserta magang juga ditugaskan untuk memastikan *list* lagu yang akan dibawakan setiap artis aman dari *royalty* karena akan ditayangkan dan *relay* di beberapa *channel output* seperti *Youtube Live*, *Instagram Live* dan juga *Lazada Live*, sehingga peserta magang melakukan komunikasi ke pihak label terkait lagu-lagu yang akan dibawakan masing-masing artis. Berikut langkah-langkah yang peserta magang lakukan dalam melakukan koordinasi dengan manajemen artis *Lazada Biggest Show 9.9*:

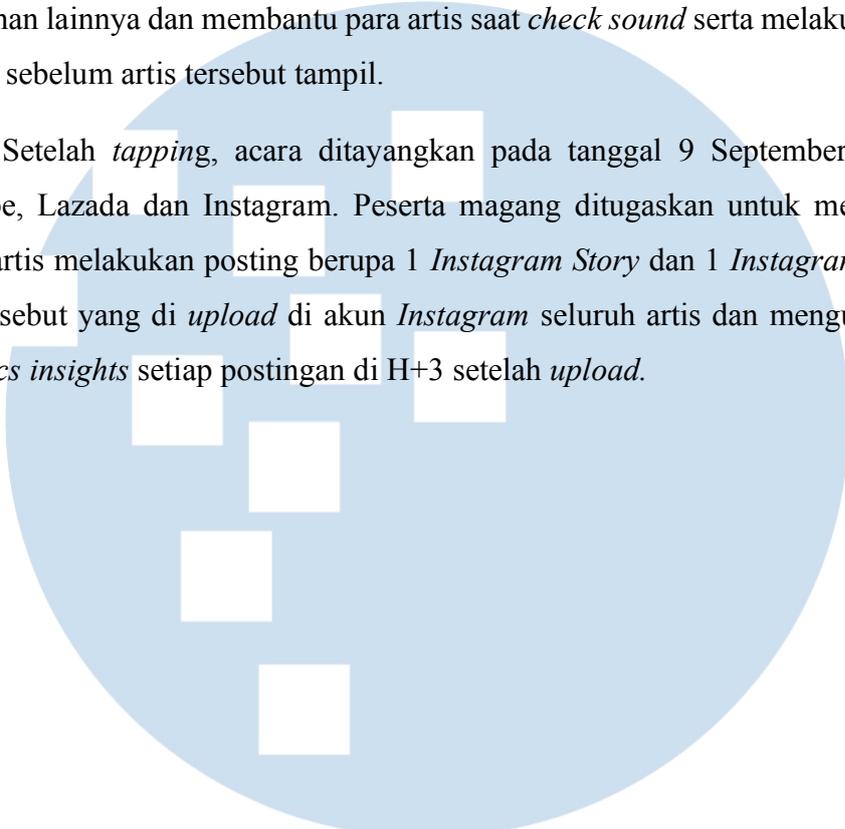
1. Menentukan lagu - lagu yang akan dibawakan masing-masing artis
2. Memastikan lagu tersebut tidak terkena royalti ke pihak label atau *publisher* lagu jika lagu tersebut dibawakan dan ditayangkan di beberapa *output* seperti *Youtube*, *Instagram* dan juga aplikasi *Lazada*
3. Memastikan jumlah tim yang hadir saat acara dan menginformasikan bahwa setiap anggota tim yang hadir wajib melakukan test PCR H-1 acara dan *payment* dilakukan dengan sistem *reimburse*
4. Memberikan seluruh informasi di atas ke tim legal untuk selanjutnya dibuatkan surat perjanjian Kerjasama

*Event* ini dilaksanakan di *Ad Studio* yang berlokasi di jalan TB Simatupang pada tanggal 2 September 2021. Sebelum *event* dilaksanakan, peserta magang harus memastikan *list riders* yang diminta oleh setiap artis disediakan pihak PT. Eden Kreasi Indonesia. Selain itu, peserta magang juga wajib memberikan data *PCR Test* setiap tim dari masing-masing artis.

Acara dilakukan secara *tapping* pada tanggal 2 September 2021, dari pk. 09.00 hingga pk. 23.00, peserta magang ditugaskan untuk menjadi *PIC* setiap artis, menyediakan hal-hal yang diperlukan setiap artis seperti mengatur ruangan tunggu

untuk masing-masing artis, menyediakan makanan, minuman serta kebutuhan-kebutuhan lainnya dan membantu para artis saat *check sound* serta melakukan *brief* singkat sebelum artis tersebut tampil.

Setelah *tapping*, acara ditayangkan pada tanggal 9 September 2021 di Youtube, Lazada dan Instagram. Peserta magang ditugaskan untuk memastikan setiap artis melakukan posting berupa 1 *Instagram Story* dan 1 *Instagram Feed* di hari tersebut yang di *upload* di akun *Instagram* seluruh artis dan mengumpulkan *analytics insights* setiap postingan di H+3 setelah *upload*.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features the letters 'UMMN' in a bold, sans-serif font, with several white squares of varying sizes scattered across the letters and the background of the circle.

UMMN

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

Gambar 3. 1 Contoh Brief Lazlive

## OPENING and KOL's Introduction 17.00 – 17.10

- KOL hadir dengan kondisi wajah yang fresh dan belum diberi make-up
- Influencer memperkenalkan diri & menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan selama 1 jam ke depan.
- Influencer menjelaskan mengenai pengalaman mencari make up yang tepat dan pas untuk dirinya (mulai dari pemilihan jenis kulit dan hal lain yang berhubungan dengan make up story yang dialami sang influencer).
- Influencer bercerita tentang pengalamannya selama berkarir di beauty industry.
- Influencer menginformasikan kondisi kulit hari biasanya seperti apa.
- Influencer sharing tentang make up skills sebelum beraktivitas.
- **Influencer memberitahu Lazadians tampilan makeup yang akan dilakukan hari ini**
- Influencer menjelaskan bahwa lazadians bisa mendapatkan voucher-voucher menarik seputar kecantikan yang akan dibagikan saat jumlah likes mencapai 75 ribu dan viewers 50 ribu.



- Membagikan voucher JIKA likes sudah 75,000 atau penonton 50,000



Gambar 3. 2 Contoh Brief Segmen

## PENGOPERASIAN AKUN LAZADA LIVE

Buka aplikasi Lazada kemudian klik tab "Akun" pada bagian kanan bawah

Kemudian, klik tab "Masuk/Daftar" pada bagian atas tampilan akun

Masukan alamat email dan kata sandi pada laman yang tertera. Email dan password akan diberikan oleh PIC

Jika berhasil login, tampilan halaman akun akan muncul seperti ini, kemudian scroll halaman kebawah

#### 4. Budget, target dan media planning

Langkah selanjutnya adalah pembuatan budgeting oleh tim finance yang akan diteruskan kepada KOL oleh tim KOL management. Peserta magang ditugaskan untuk melakukan *dealing budget* dalam periode kerjasama tertentu. Langkah-langkah yang dilakukan peserta magang adalah

5. Menanyakan *rate card* setiap artis untuk *Scope of Work* yang ditentukan oleh Lazada
6. Menanyakan *riders* atau kebutuhan setiap artis untuk acara Lazada *Biggest Show 9.9*
7. Membuat kesepakatan untuk *terms of payment* dan jangka waktu pembayaran, apakah pembayaran dilakukan di awal, atau menggunakan sistem *down payment*

Tabel 3. 4 Tabel Data Pembayaran KOL

Agency : Eden Creative															
Client/Brand : Lazada															
Subject : The Biggest Show 9.9															
Period Shooting : 1 Sept															
SINGER															
No	Username	Link IG	Followers	PIC	Budget	SOW	TOP	Data PKG	PKG sent to KOL	PKG sent to US (with panel)	Invoice sent to US	Invoice Received by ERNE	Payment Date	Payment/DP DONE (FULL BY ERNE)	
3	Devano Danendra	<a href="https://www.instagram.com/devanodanendra/">https://www.instagram.com/devanodanendra/</a>	3,783,254	Christian Pamalelu	80.000.000	- 4-5 hours shooting (Copyrights & Publishing) KOL - 8 songs performance (150) (4 Solo & 1 duet dengan Naura) - 2 IG ( 2018 story) - Shooting 1 Sept - Relay YT + Tiktok Live (Lazada) Aman	DP 50% Pelunasan 50% H+3 after shooting	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (25/09); DONE PAYMENT (31/08)	
4	Naura Ayu	<a href="https://www.instagram.com/naura.ayu/">https://www.instagram.com/naura.ayu/</a>	2,894,049	Imelda	100.000.000	- 4-5 hours shooting (no Copyrights & Publishing) (4 solo & 1 duet dengan Devano) - 2 IG - Formal Akadik - Shooting 1 Sept - Exclude VOD, riders, ppn - Relay YT + Tiktok Live (Lazada) Aman						DONE		DP DONE (22/09); DONE PAYMENT (02/09)	
5	Kahira	<a href="https://www.instagram.com/kahira/">https://www.instagram.com/kahira/</a>	152,443	Christian Pamalelu	185.000.000	- 4-5 hours Shooting (Exclude Break & Makeup) - 1 IG Feed - 1 IG stories - 1 IG Reels (Solo) Performance - include copyright & publishing - 1x layang (on YT, video, dll) - Relay Youtube + Tiktok (Lazada) aman - termasuk bensol / sequencer - Shooting 1 Sept - Exclude VOD, Riders, ppn	DP 50% Pelunasan H-1	DONE	DONE	DONE	DONE	DONE		DP DONE (24/09); DONE PAYMENT (02/09)	
6	Titi DJ	<a href="https://www.instagram.com/titidj/">https://www.instagram.com/titidj/</a>	984,352	Febry	145.000.000	- 8 songs (solo) Performance + copyright - 1 IG Feed photo - 2 IG Story Swags up - Mimus one - Relay YT + Tiktok Live	DP 50% H+3 after bid PKG Pelunasan 50% hari H Shooting	DONE (ditanya harusnya udah ada, kita remah)	DONE	DONE	DONE			DP 50 % Pelunasan 1 Sept	DP DONE (12/09); DONE PAYMENT

Selain itu, di hari - hari besar ataupun momen spesial *KOL* seperti melahirkan, ulang tahun dan *anniversary* (jika *KOL* merupakan *KOL* pasangan) peserta magang ditugaskan untuk mengirim *hampers* berisi kartu ucapan untuk *KOL* tersebut. Data alamat, tanggal lahir dan nomor handphone didapatkan melalui *database* yang sudah diisi peserta magang saat melakukan *dealing* dengan *KOL*. Tujuan pemberian *hampers* ini adalah untuk menjalin hubungan baik dengan setiap *KOL* yang pernah bekerjasama dengan PT. Eden Kreasi Indonesia agar ke depannya, *KOL* tersebut senang bekerjasama dengan PT. Eden Kreasi Indonesia. Proses *dealing* dilakukan sejak bulan Juli karena beberapa artis membutuhkan surat kontrak kerjasama karena di bawah naungan label. Peserta magang juga ditugaskan untuk memastikan *list* lagu yang akan dibawakan setiap artis aman dari *royalty*

karena akan ditayangkan dan *relay* di beberapa *channel output* seperti *Youtube Live*, *Instagram Live* dan juga *Lazada Live*, sehingga peserta magang melakukan komunikasi ke pihak label terkait lagu-lagu yang akan dibawakan masing-masing artis. Berikut langkah-langkah yang peserta magang lakukan dalam melakukan *dealing* dengan artis *Lazada Biggest Show 9.9*:

### 3.4 Uraian Kendala dan Solusi dalam Proses Kerja Magang

Pada saat melakukan praktik kerja magang di PT. Eden Kreasi Indonesia sebagai bagian dari *KOL Management*, peserta magang menemukan beberapa kendala dan solusinya, yaitu:

#### 3.4.1 Kendala yang Ditemukan

- a. Hampir seluruh pekerjaan dilaksanakan secara *online*, baik dalam pendataan *KOL*, menghubungi *KOL*, melakukan koordinasi dengan rekan tim maupun divisi lain yang memiliki kepentingan serta pelaksanaa *Lazlive* yang sangat bergantung pada kecepatan internet. Dalam beberapa *episode*, ada kendala koneksi internet mengalami gangguan dan menghambat aktivitas *live streaming*. Selain itu, sering terjadi kesalahpahaman antar anggota tim *KOL Management* karena *briefing* hanya diberikan melalui *slides* ataupun *chat* di aplikasi *Slack*.
- b. Lambatnya respon beberapa *KOL* saat proses *dealing* terutama untuk *KOL* yang tidak memberikan nomor telepon dan hanya dapat dihubungi *via direct message Instagram* dan *email*. Lambatnya respon ini berpengaruh dengan timeline kerja peserta magang karena harus memberikan *list KOL* maksimal di minggu pertama setiap bulannya.
- c. Terlambatnya beberapa artis saat menghadiri event *Lazada biggest show 9.9* juga menjadi kendala dalam pelaksanaan event. *Rundown event* yang seharusnya selesai di pukul 20.00 terpaksa harus mundur hingga pukul 23.00 dikarenakan artis pertama yang tampil terlambat hadir hingga dua jam. Keterlambatan artis ini pun membuat semua jadwal artis yang akan tampil selanjutnya pun terpaksa mundur selama dua jam. Perubahan

*rundown* ini membuat peserta magang harus berkoordinasi kembali dengan tim dan semua artis yang akan tampil selanjutnya.

### 3.4.2 Solusi untuk Kendala Proses Kerja Magang

Adapun beberapa solusi yang peserta magang lakukan dalam menghadapi kendala-kendala tersebut di antaranya:

- a. Dalam mengatasi gangguan koneksi internet, terutama saat pelaksanaan *lazlive*, peserta magang dan tim berkoordinasi dengan tim *planner* untuk menyediakan modem *portable* yang dipinjamkan ke *KOL* saat pelaksanaan *Lazlive* agar koneksi selama *live streaming* lebih stabil.
- b. Dalam mengatasi lambatnya respon *KOL*, peserta magang serta tim terus melakukan *follow up* berkala setiap hari dan juga menyediakan beberapa nama *KOL* alternatif jika ada *KOL* yang tidak merespon sama sekali.
- c. Peserta magang dan tim mengatasi masalah keterlambatan hadirnya beberapa artis dengan mengubah *rundown* di hari H dan mendahulukan *tapping* bagi artis yang sudah hadir. Selain itu, peserta magang dan tim juga memberikan kompensasi bagi artis yang sudah hadir tepat waktu namun mengalami keterlambatan karena *rundown* dengan memberikan *overtime fee*.

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