



### **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 3

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan praktik kerja magang penulis di PT Nusa Talenta Indonesia (NusaTalent Side Jobs) berada pada divisi *Project Coordinator Key Opinion Leader* (KOL), bagian dari divisi *Project Coordinator* perusahaan yang terbagi menjadi dua yaitu *project coordinator online* dan *project coordinator Key Opinion Leader* (KOL). Penulis ditugaskan dalam melakukan pekerjaan yaitu melakukan komunikasi kepada para *Key Opinion Leader* (KOL), mengidentifikasi *key opinion leader* (KOL) dalam meningkatkan *awareness* dalam berbagai *platform digital* yang ada, membantu dalam melakukan *approaching* pihak, membantu membangun dan menjaga hubungan dengan *talent managers, agent, and key opinion leader* (KOL).

Selaku pekerja magang dari divisi *project coordinator Key Opinion Leader* (KOL), penulis diawasi oleh pembimbing lapangan yaitu Martua Geronima Rathania Harahab selaku divisi *senior project coordinator Key Opinion Leader* (KOL). Pembimbing juga melibatkan penulis dalam beberapa jadwal kegiatan perusahaan seperti *meeting* mingguan, *meeting* bulanan, *kick off meeting* serta membuat laporan dari hasil kerjasama dengan *Key Opinion Leader* (KOL) baik melaporkan data-data yang memuat (*insight, comment, like, share, save, cost, cpe, reach, followers, impression* dari hasil foto/video *Key Opinion Leader* (KOL) bersama *brand client* tersebut dan dijadikan dalam format PPT.

Selama masa pandemi berlaku perusahaan tetap memberlakukan *work from office* (WFO) selama seminggu dua kali untuk seluruh pekerjanya tanpa terkecuali, agar para pekerja tetap melakukan komunikasi dan koordinasi secara langsung dengan para pekerja lainnya.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

#### 3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Berikut tugas yang diberikan dan dilakukan penulis selama masa kerja magang berlangsung selama 64 hari kerja magang di PT. Nusa Talenta Indonesia (NusaTalent Side Jobs) melalui tugas selaku divisi *Project Coordinator Key Opinion Leader* (KOL), berikut terangkum pekerjaan yang dikerjakan secara keseluruhan selama 64 hari kerja di PT Nusa Talenta Indonesia (NusaTalent Side Jobs).

**Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan per Minggu**

MINGGU KE	JENIS PEKERJAAN YANG DILAKUKAN MAHASISWA
1 (9 – 13 augustus)	<ul style="list-style-type: none"><li>● Melakukan <i>profiling</i> untuk KOL <i>brand</i> Cocobit (periode batch 5)</li><li>● Membuat template <i>approach</i> kerjasama <i>brand</i> kepada KOL</li><li>● Mengontak dengan KOL untuk bekerja sama dengan <i>brand</i> Cocobit [Tiktok &amp; Instagram] [pembicara zoom]</li><li>● Mengkomunikasikan informasi data-data yang di dapat kepada pembimbing</li><li>● Melakukan pengecekan Engagement rate KOL untuk <i>brand</i> Cocobit [Tiktok &amp; Instagram] [pembicara zoom]</li><li>● Mengontak dengan KOL untuk menanyakan <i>rate card</i> kerjasama dengan <i>brand</i> BRI</li><li>● Mengontak dengan KOL untuk menanyakan <i>rate card</i> KOL dan bekerja sama</li><li>● Mengontak dengan KOL untuk menanyakan <i>rate card</i> kerjasama perihal <i>brand ambassador</i> dengan <i>brand</i> GOTCHA FRESH TEA</li></ul>
2 (16 – 20 augustus)	<ul style="list-style-type: none"><li>● Melakukan <i>profiling</i> &amp; penginputan data untuk KOL <i>brand</i> cocobit (periode batch 5)</li><li>● Membuat template <i>approach</i> kerjasama <i>brand</i> kepada KOL</li><li>● Mengontak dengan KOL untuk melakukan kerjasama dengan <i>brand</i></li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengkomunikasikan informasi data-data yang di dapat kepada pembimbing</li> <li>• Melakukan <i>monthly meeting</i> bersama divisi <i>project coordinator division (online &amp; KOL Specialist)</i></li> <li>• Melakukan pengecekan <i>Engagement rate</i> KOL untuk <i>brand</i> Cocobit serta penginputan data</li> <li>• Melakukan <i>profiling</i>, pengecekan <i>Engagement rate</i>, mengontak KOL untuk <i>brand</i> Lunix Beauty and Bar serta pembuatan <i>spreadsheet excel</i></li> </ul>
3 (23 – 27 augustus)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Profiling</i> untuk KOL <i>brand</i> Kul Kul</li> <li>• Melakukan <i>profiling</i>, pengecekan <i>Engagement rate</i>, mengontak KOL untuk <i>brand</i> Lunix Beauty and Bar serta pembuatan <i>spreadsheet excel</i></li> <li>• Melakukan <i>profiling</i>, pengecekan <i>Engagement rate</i>, mengontak KOL untuk <i>brand</i> Kopi ABC serta pembuatan <i>spreadsheet excel</i></li> <li>• Meeting mingguan dengan pembimbing</li> <li>• Melakukan <i>profiling</i>, pengecekan <i>Engagement rate</i> (Instagram &amp; tiktok), mengontak KOL untuk <i>brand</i> Gimbal HP serta pembuatan <i>spreadsheet excel</i></li> <li>• Reporting final campaign <i>brand</i> zwitsal (penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; gslide)</li> <li>• Melakukan <i>profiling</i>, pengecekan <i>Engagement rate</i> (Instagram &amp; tiktok), mengontak KOL untuk <i>brand</i> Dermaster serta pembuatan <i>spreadsheet excel</i></li> <li>• Kontrak kerjasama dengan KOL dan <i>brand</i> Cocobit (tik tok &amp; kerjasama), memberikan brief, pembuatan timeline &amp; ppt untuk campaign <i>brand</i> Cocobit (tiktok &amp; erjasama)</li> <li>• Melakukan <i>profiling</i>, pengecekan <i>Engagement rate</i> (Instagram &amp; tiktok), mengontak KOL untuk <i>brand</i> Kapal Api Signature batch 1 serta penginputan <i>spreadsheet excel</i></li> </ul>
4 (30 augustus)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses <i>profiling</i>, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak penginputan data di <i>spreadsheet excel</i> KOL untuk multi <i>brand</i></li> <li>• Memproses <i>profiling</i>, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak penginputan data di</li> </ul>

– 20 sept	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>spreadsheet excel</i> KOL untuk <i>brand</i> Cocobit speaker Zoom</li> <li>Memproses profiling, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak penginputan data di <i>spreadsheet excel</i> KOL untuk <i>brand</i> Desound</li> <li>Memproses profiling, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak, dan penginputan data di <i>spreadsheet excel</i> KOL untuk <i>brand</i> Kanken</li> <li>Memproses profiling, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak, dan penginputan data di <i>spreadsheet excel</i> KOL untuk <i>brand</i> Telkomsel</li> <li>Memproses campaign <i>brand</i> Cocobit (pembicara zoom) yang akan berjalan untuk periode kerjasama-november 2021</li> <li>Memproses profiling, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak, dan penginputan data di <i>spreadsheet excel</i> KOL untuk <i>brand</i> Anteraja</li> </ul>
5 (6 – 10 sept)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merevisi <i>reporting final campaign brand zwitsal</i> (penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; <i>gslide</i>)</li> <li>Memproses MoA KOL dengan <i>brand</i> Cocobit (erjasama dan tik tok) <i>campaign</i></li> <li>Memproses profiling, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak KOL serta penginputan <i>spreadsheet excel</i> untuk campaign Tiktok <i>brand</i> Kopi Kapal Api Signature batch 1</li> <li>Melaksanaan <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1(draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe, penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; <i>gslide</i> KOL)</li> </ul>
6 (13 – 17 sept)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengontak dengan KOL untuk menanyakan rate card erjas kerjasama perihal <i>brand</i> ambassador dengan <i>brand</i> Gotcha Fresh Tea</li> <li>Melaksanaan <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1 (draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe, penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; <i>gslide</i> KOL)</li> <li>Pembuatan MoA untuk KOL <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1</li> <li>Merevisi <i>reporting final campaign brand zwitsal</i> (penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; <i>gslide</i>)</li> <li>Pelaksanaan <i>campaign</i> Cocobit (timeline, storyline, moodboard, wardrobe)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses profiling (<i>key opinion leader</i>) KOL, pengecekan Engagement rate, mengontak KOL dan management untuk <i>brand</i> Logistik serta penginputan spreadsheet excel</li> <li>• Memproses pengecekan Engagement rate untuk <i>brand</i> Lunara serta penginputan pada <i>spreadsheet excel</i></li> </ul>
7 <b>(20 – 24 sept)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses profiling KOL (<i>key opinion leader</i>) (makro-mega), pengecekan Engagement rate, mengontak KOL (<i>key opinion leader</i>) dan manajemen untuk campaign <i>brand</i> Kapal Api Signature batch 2 serta penginputan pada <i>spreadsheet excel</i></li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit [Tiktok &amp; Instagram] (<i>drafting video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe</i> KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit [pembicara zoom] (ppt untuk pelaksanaan presentasi, <i>timeline, storyline, moodboard, wardrobe</i> KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1(<i>drafting video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe</i>, penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; google slide KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> </ul>
8 <b>(27 sept - 1 oct)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses Profiling KOL (<i>key opinion leader</i>) (makro-mega), pengecekan Engagement rate, mengontak KOL (<i>key opinion leader</i>)/management , dan penginputan spreadsheet excel untuk campaign <i>brand</i> Kapal Api Signature batch 2 serta penginputan spreadsheet excel</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit [Tiktok &amp; Instagram] (<i>draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe</i>)</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit [Pembicara Zoom] (ppt untuk presentasi, <i>timeline, storyline, moodboard, wardrobe</i>)</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1(<i>draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe</i>, penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; gslide KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses profiling, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak, dan penginputan data di <i>spreadsheet excel</i> KOL (<i>key opinion leader</i>) untuk <i>brand XM Indonesia</i></li> <li>• Memproses profiling, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak, dan penginputan data di <i>spreadsheet excel</i> KOL (<i>key opinion leader</i>) untuk <i>brand Mirae</i></li> </ul>
9 (4 – 8 oct)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit Tiktok+Instagram (draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit Pembicara Zoom (ppt untuk presentasi, timeline, storyline, moodboard, wardrobe KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1 (draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe, penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; <i>gslide</i> KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• <i>Engagement rate</i>, mengontak, dan penginputan data di <i>spreadsheet excel</i> KOL (<i>key opinion leader</i>) untuk <i>brand Anteraja</i></li> </ul>
10 (11 – 15 oct)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit Tiktok+Instagram (draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe)</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit Pembicara Zoom (ppt untuk presentasi, timeline, storyline, moodboard, wardrobe)</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1(draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe, penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; <i>gslide</i> KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Mengontak KOL (<i>key opinion leader</i>) untuk <i>brand LA Ice</i> serta penginputan <i>spreadsheet excel</i></li> <li>• Memproses reporting final campaign <i>brand Citra</i> (penginputan data <i>spreadsheet excel</i> &amp; <i>gslide</i>) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengecekan <i>engagement rate</i> untuk <i>brand MachtWatch</i> serta penginputan data pada <i>spreadsheet excel</i></li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses profiling KOL (<i>key opinion leader</i>) (makro-mega), pengecekan Engagement rate, mengontak KOL (<i>key opinion leader</i>) dan manajemen serta penginputan spreadsheet excel untuk campaign <i>brand</i> Kapal Api Signature batch 2</li> <li>• Profiling, pengecekan <i>engagement rate</i>, mengontak, dan penginputan data di spreadsheet excel KOL (<i>key opinion leader</i>) untuk <i>brand</i> Anteraja</li> </ul>
11 (18 – 22 oct)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit [Tiktok+Instagram] (draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe)</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Cocobit Pembicara Zoom (ppt untuk presentasi, timeline, storyline, moodboard, wardrobe KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Memproses <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1 (draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe, penginputan data spreadsheet excel &amp; gslide KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Mengontak KOL (<i>key opinion leader</i>) untuk kerjasama dengan <i>brand</i> LA Ice serta penginputan spreadsheet excel</li> <li>• Memproses <i>reporting final campaign brand</i> Loctite (penginputan data spreadsheet excel &amp; gslide) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses Quality control review pada platform female daily</li> <li>• Memproses <i>campaign brand</i> Anteraja dengan KOL (pendataan payment &amp; alamat KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> </ul> </li> </ul>
12 (25 – 29 oct)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1(draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe, penginputan data spreadsheet excel &amp; gslide KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Memproses <i>campaign brand</i> Anteraja dengan KOL (<i>key opinion leader</i>) (pendataan payment &amp; alamat KOL (<i>key opinion leader</i>) serta penginputan data pada spreadsheet excel )</li> </ul>
13	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api</li> </ul>

<b>(1 – 5 nov)</b>	<p>Signature batch 1(KOL (<i>key opinion leader</i>) draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengecekan <i>campaign</i> Gojek pada platform Tiktok, Instagram, Twitter (postingan dan caption KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Pembuatan caption untuk <i>campaign</i> Gojek pada platform Tiktok, Instagram, Twitter</li> <li>• Memproses <i>campaign brand</i> Anteraja dengan KOL (pendataan drafting foto KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> </ul>
<b>14 (8 – 12 nov)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memproses <i>campaign</i> Tiktok Kopi Kapal Api Signature batch 1 (draft video, timeline, storyline, moodboard, wardrobe, penginputan data <i>spreadsheet excel &amp; gslide</i> KOL (<i>key opinion leader</i>))</li> <li>• Memproses <i>reporting final campaign brand</i> Loctite (penginputan data <i>spreadsheet excel &amp; gslide</i>)</li> </ul>

(Sumber data olahan peneliti, 2021)

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

#### 1. Marketing Communication

Foster (2020, p. 1) berpendapat bahwa komunikasi tercipta dalam suatu bentuk elemen promosi melalui *marketing mix* yang melibatkan dua pihak yaitu komunikasi antar organisasi, dan target khalayak dengan tujuan meningkatkannya performa dalam pemasaran. Diartikan bahwa *Marketing Communication* adalah kegiatan dari sekumpulan perintah dan serangkaian proses yang membentuk, mengkomunikasikan, mengirim, dan menukar penawaran yang bernilai kepada konsumen, *client*, rekanan, dan masyarakat umum.

Kotler dan Keller 2012 dalam Foster (2020, p. 3) berpendapat dalam mengutarakan bahwa *marketing communication* merupakan sebuah sarana yang biasa dimanfaatkan suatu perusahaan dalam usaha untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik sebagai langsung

maupun tidak langsung akan produk dan merek yang perusahaan jual. Perusahaan PT. Nusa Talenta Indonesia (Nusa Talent Side Jobs) menerapkan adanya penggunaan *marketing communication* dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan salah satunya adalah peningkatan pendapatan dari jasa yang ditawarkan oleh pihak Nusa Talent Side Jobs.

Penerapan dalam *marketing communication* ini, penulis melakukan beberapa kegiatan yang dilakukan seperti membuat *tamplate* untuk melakukan *approaching* pada *Key opinion Leader* (KOL) untuk menawarkan bekerja sama dengan *brand campaign*, melakukan *profiling* (mencari nama-nama *Key opinion Leader* (KOL) beserta *Rate Card Key opinion Leader* (KOL) calon *Key opinion Leader* (KOL), Setelah memproses pencarian daftar nama-nama *Key opinion Leader* (KOL) yang sesuai dengan *brief client* sebelumnya, *Project Coordinator Key opinion Leader* (KOL) memberikan daftar nama-nama *Key opinion Leader* (KOL) tersebut kepada *client*, melalui divisi *Business development*.

Setelah *client* menyetujui beberapa nama-nama terpilih dari daftar nama-nama *Key opinion Leader* (KOL) yang diberikan oleh pihak PT Nusa Talenta Indonesia (Placeholder1), *Project Coordinator* menghubungi kembali daftar *Key opinion Leader* (KOL) yang terpilih. Setelah memproses persetujuan dan pembayaran dilakukan, akan dilakukan pembuatan *timeline* *Key opinion Leader* (KOL) berisikan  *storyline, caption, wardrobe, moodboard* dan hasil foto/video dalam bentuk PPT dalam google slide. Menjadi pihak perantara dari proses *Project campaign* yang berlangsung antara *Key opinion Leader* (KOL) dengan *client* (*drafting approval client*). Setelah proses kerjasama *campaign* berakhir perlu adanya melaporkan data-data hasil *campaign brand client* yang memuat (*insight, comment, like, share, save, cost, cpe*,

*reach, followers, impression* dari hasil foto/video *Key Opinion Leader (KOL)*

## **2. Marketing Communication Campaign**

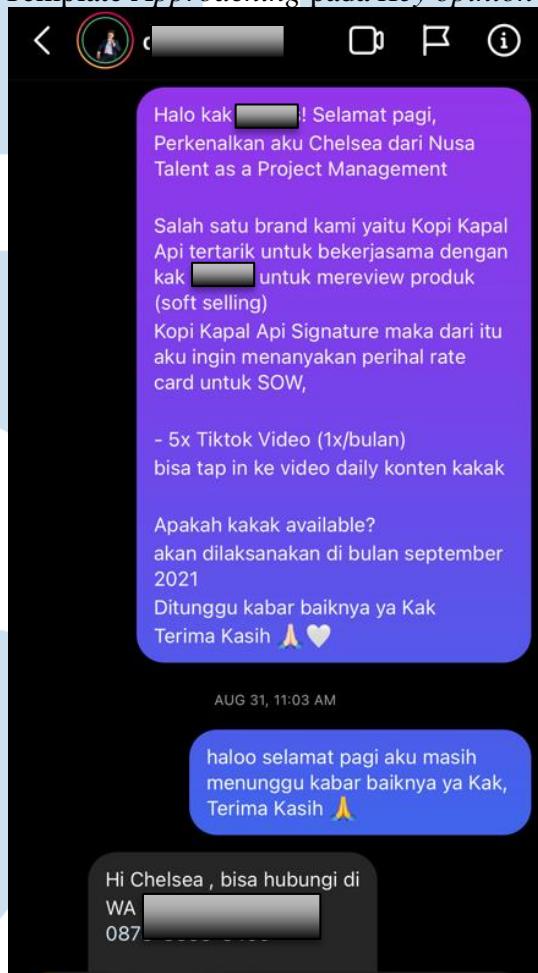
Rd. Soemanagara (2012, p. 140) berpendapat bahwa tujuan dalam penyampaian suatu pesan dalam strategi *campaign Marketing Communication* adalah memberikan sebuah informasi tentang *new performance, new service, new product, dan new benefit*. Melalui informasi mengenai hal-hal di atas diharapkan adanya perubahan signifikan akan pengetahuan dan publik akan referensi terhadap produk dan suatu perusahaan. strategi *campaign* memiliki hal-hal dalam fokus dari kegiatan *marketing communication* melalui menggiring opini publik, perusahaan tersebut akan mendapat keuntungan melalui sebuah opini.

Melalui pemaparan yang bersumber pada Rd. Soemanagara dalam tujuan dari penyampaian sebuah *Marketing Communication campaign* di atas, banyaknya kegiatan *campaign* yang dilakukan oleh banyak *brand client* PT Nusa Talent Indonesia (Nusa Talent Side Jobs) memiliki tujuan utama yang sama yaitu dengan adanya memberikan suatu informasi tentang *new performance, new service, new product, dan new benefit* dari suatu *brand client*, diharapkan adanya perubahan dalam cara pada publik mengenai pengetahuan terhadap produk dan *brand* perusahaan *client* melalui *Key Opinion Leader (KOL)*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Membuat *tamplate* untuk melakukan *approaching* pada *Key opinion Leader* (KOL) untuk menawarkan bekerja sama dengan *brand campaign client* sebagai berikut, Gotcha Fresh Tea, Kanken, Lunix Beauty Bar, Gimbal HP, Kopi ABC, Kapal Api, Anteraja, Cocobit, Bank BRI, Telkomsel, Desound, Dermaster, XM Indonesia, dan Mirae. Seperti contoh:

**Gambar 3.2** Template Approaching pada *Key opinion Leader* (KOL)



(Sumber data olahan peneliti, 2021)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Melakukan *profiling* (mencari nama-nama *Key opinion Leader* (KOL) beserta *rate card* *Key opinion Leader* (KOL) berdasarkan *brief client* yang diberikan seperti dalam kategori kecantikan selaku *Project Coordinator Key Opinion Leader* (KOL) *Specialist* mencari kategori kecantikan. Contoh, Cindercella, Audrey Bianca, dan lainnya. kepada *Project Coordinator* melalui *divisi business development*, Seperti contoh:

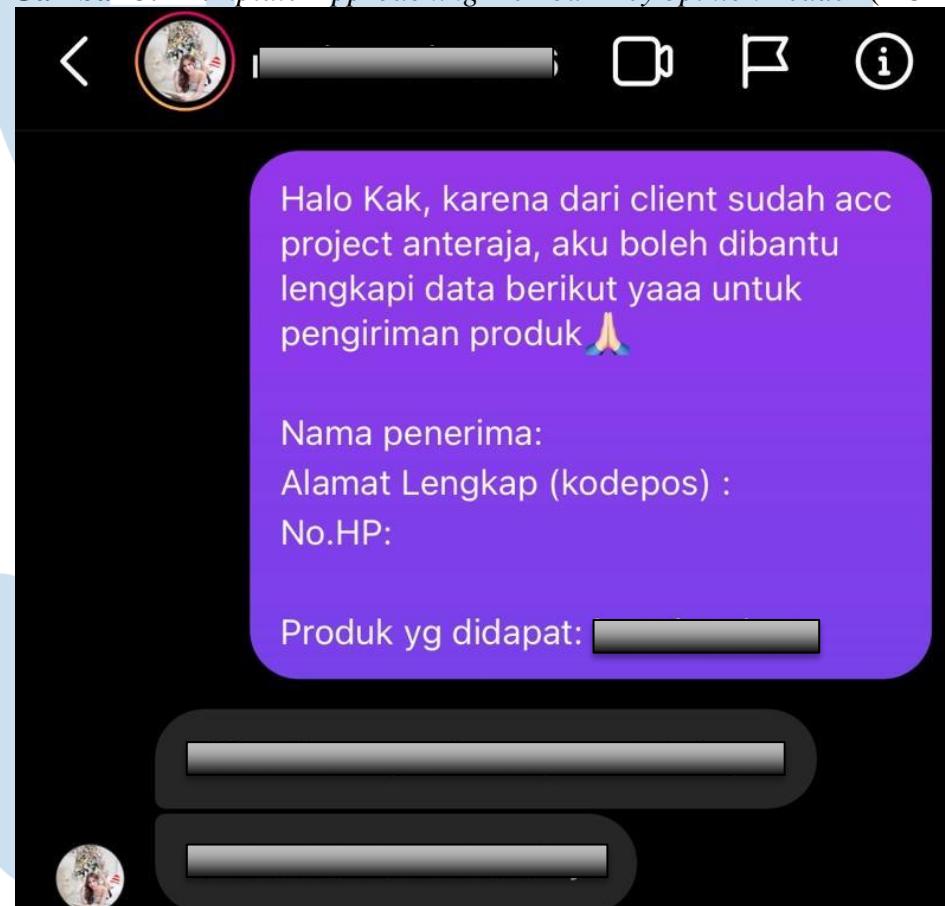
**Gambar 3.3 profiling Key opinion Leader (KOL)**

	Followers	ER	Est Engagement	Est Reach	Est Impression	Rate Costpro	Rate PC	NO
Instagram.com/sc...	75,200	5.00%	3,760	3,760	4,512	Rp2,000,000	Rp4,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/far...	16,900	10.30%	1,741	845	1,014	Rp3,000,000	Rp5,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/hev...	11,100	6.34%	704	555	666	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/nur...	12,300	5.17%	636	615	738	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ind...	5,167	21.42%	1,107	258	310	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/zen...	40,500	10.27%	4,159	2,025	1,175	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/gia...	23,500	5.00%	1,175	1,195	1,195	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/cin...	23,900	5.19%	550	530	1,434	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ver...	10,600	11.34%	1,349	595	636	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	11,900	11.48%	1,205	525	714	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	6,000	8.84%	530	525	630	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	11,500	6.20%	713	575	690	Rp250,000	Rp1,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	73,100	19.91%	14,554	3,655	8,220	Rp5,500,000	Rp 9,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	137,000	5.04%	6,905	6,850	4,386	Rp10,000,000	Rp 15,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	74,200	5.00%	3,710	3,710	4,452	Rp4,000,000	Rp7,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	31,000	5.00%	1,550	1,550	1,860	Rp7,000,000	Rp 11,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	55,000	5.45%	2,998	2,750	3,300	Rp7,000,000	Rp 11,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	27,100	5.33%	1,444	1,355	1,626	Rp7,000,000	Rp 11,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	1,600,000	3.21%	51,360	80,000	96,000	Rp20,000,000	Rp27,000,000	Exc. Produk
Instagram.com/ra...	1,300,000	7.08%	31,780	65,000	78,000	Rp20,000,000	Rp27,000,000	Exc. Produk

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA  
(Sumber: data olahan peneliti, 2021)

Setelah memproses pencarian daftar nama-nama *Key opinion Leader* (KOL) yang sesuai dengan *brief client* sebelumnya, *Project Coordinator Key Opinion Leader* (KOL) memberikan daftar nama-nama *Key opinion Leader* (KOL) tersebut kepada *client*, melalui divisi *Business development*. Setelah *client* menyetujui beberapa nama-nama terpilih dari daftar yang diberikan, *Project Coordinator* menghubungi kembali daftar *Key opinion Leader* (KOL) yang terpilih. Contoh:

**Gambar 3.4 Template Approaching Kembali *Key opinion Leader* (KOL)**



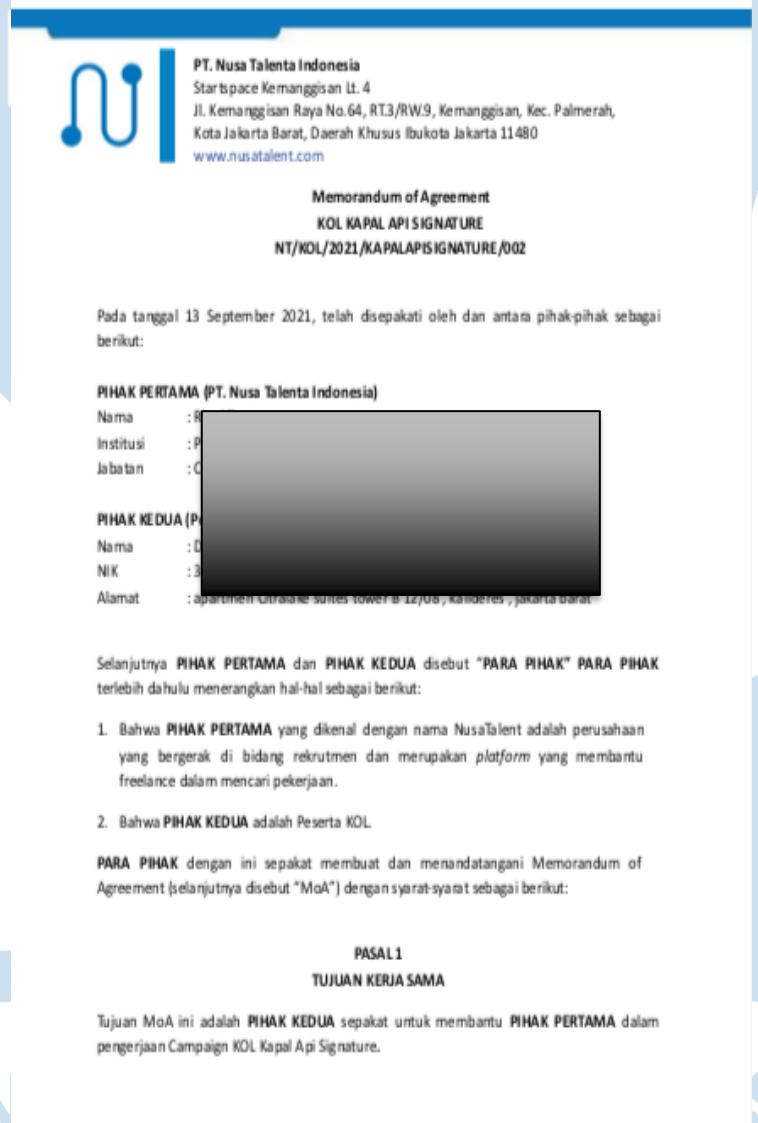
(Sumber data olahan peneliti, 2021)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Membuat *Memorandum of Agreement* (MoA) untuk pembayaran kerjasama dengan *Key opinion Leader* (KOL) dan dikirim kepada *Senior Project Coordinator Key Opinion Leader* (KOL). Penulis mengerjakan pada *Project campaign brand* Cocobit dan Kopi Kapal Api Signature.

Contoh:

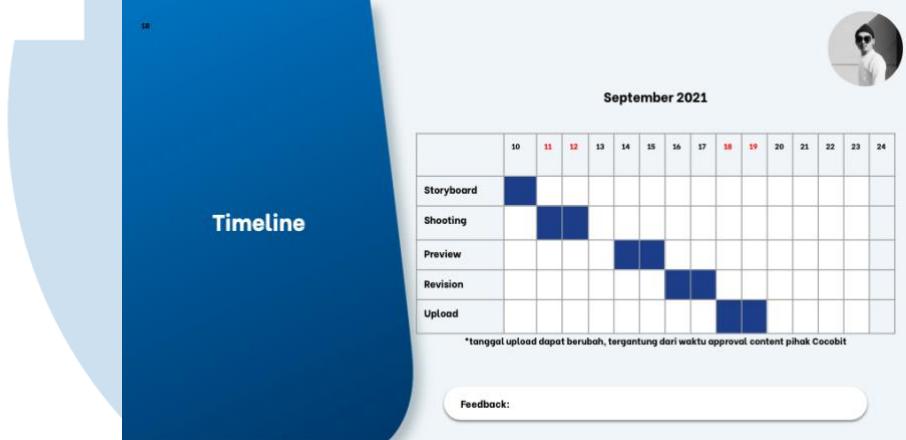
**Gambar 3.5 Memorandum of Agreement (MoA)**



(Sumber data olahan peneliti, 2021)

Proses persetujuan dan pembayaran dilakukan, pembuatan *timeline* dan google *slide* berisi (*storyline*, *caption*, *wardrobe*, *moodboard* dan hasil foto/video *Key opinion Leader* (KOL) ) salah satunya pada *campaign* Cocobit dan Kopi kapal api. Contoh:

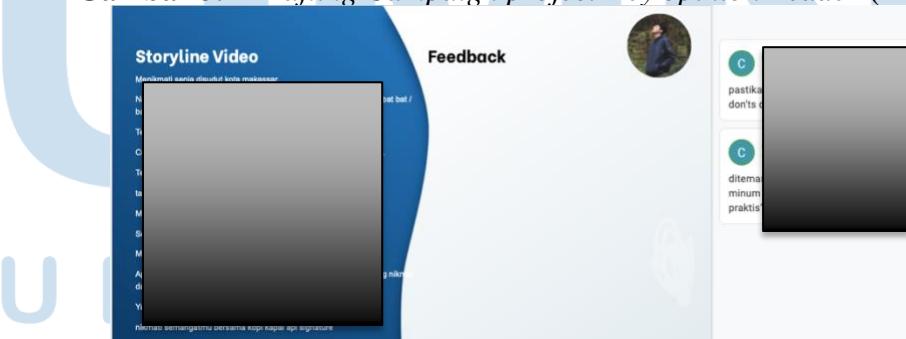
**Gambar 3.6 Drafting Campaign project Key opinion Leader (KOL)**



(Sumber data olahan peneliti, 2021)

Menjadi pihak perantara proses *Project campaign* yang berlangsung antara *Key opinion Leader* (KOL) dengan *client* (*drafting approval client*) salah satunya pada *campaign* dari *brand* Cocobit dan Kopi Kapal Api Signature. Contoh:

**Gambar 3.7 Drafting Campaign project Key opinion Leader (KOL)**



(Sumber data olahan peneliti, 2021)

Setelah proses kerjasama *campaign* berakhir perlu adanya melaporkan data-data dari hasil *campaign brand client* yang memuat (*insight, comment, like, share, save, cost, cpe, reach, followers, impression* dari hasil foto/video *Key Opinion Leader* (KOL) bersama dengan *brand client* tersebut dan dijadikan dalam format PPT. Salah satu *campaign* yang dikerjakan adalah pada *brand* Zwitsal, Istyle, Citra, dan Loctite) Contoh:

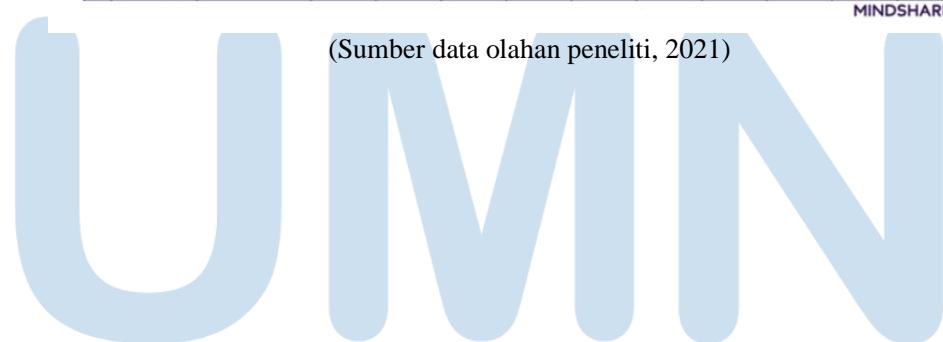
**Gambar 3.8 Reporting Project Campaign Key opinion Leader (KOL)**

**INFLUENCERS PERFORMANCE INDEX**  
IG PHOTO

No.	Influencer Name	Followers	Impression	Reach	ER	Engagement	Like	Comments	Save	CPE	Cost	Brand Related Comm ent
1		53,900	5786	3934	5.62%	3.675	3623	52	112	Rp270	Rp993.750	
2		28000	3027	2366	5.75%	3065	3036	29	2	Rp324	Rp993.750	
3		15500	3223	2441	8.20%	2466	2084	382	30	Rp403	Rp993.750	
4		55400	3267	2444	5%	2349	2251	98	14	Rp423	Rp993.750	
5		35000	4239	2447	5.55%	2326	2217	109	46	Rp427	Rp993.750	

MINDSHARE CONTENT+

(Sumber data olahan peneliti, 2021)



UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### **3.2.3 Kendala yang Ditemukan**

Selama pelaksanaan kerja magang di PT. Nusa Talenta Indonesia penulis mendapatkan kendala yang ditemukan dan dihadapi sebagai divisi *Project Coordinator Key Opinion Leader* (KOL) Specialist, yaitu adanya miss koordinasi yang terjadi di dalam divisi *Project Coordinator Key Opinion Leader* (KOL) Specialist selama proses kerja magang sehingga menimbulkan miss communication di dalam lingkungan kerja.

### **3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Menyampaikan kepada pembimbing terhadap miss communication yang terjadi sehingga divisi melakukan struktur ulang antar divisi dengan membuat koordinasi lebih jelas dan lebih terstruktur. Hal tersebut mengurangi miss communication yang terjadi di lingkungan kerja.

