

**PERAN *KEY ACCOUNT MANAGER*
DI TIKTOK SHOP DALAM MEMPERKUAT
AKTIVITAS PENJUALAN SELLER**



LAPORAN MAGANG

Verrel Alexander

0000028858

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

**PERAN *KEY ACCOUNT MANAGER*
DI TIKTOK SHOP DALAM MEMPERKUAT
AKTIVITAS PENJUALAN SELLER**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Verrel Alexander

0000028858

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Dengan ini saya :

Nama : Verrel Alexander

NIM : 00000028858

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul :

“Peran Key Account Manager di TikTok Shop Dalam Memperkuat Aktivitas Penjualan Seller”

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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 November 2022



Verrel Alexander

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Laporan magang dengan judul
PERAN KEY ACCOUNT MANAGER DI TIKTOK SHOP DALAM MEMPERKUAT
AKTIVITAS PENJUALAN SELLER

Oleh

Nama : Verrel Alexander

NIM 00000028858

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 16 Desember 2022

Pembimbing



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.

0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
PERAN *KEY ACCOUNT MANAGER*
DI TIKTOK SHOP DALAM MEMPERKUATAKTIVITAS PENJUALAN SELLER

Oleh

Nama : Verrel Alexander

NIM 00000028858

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari
Rabu, 11 Januari 2023
Pukul 10.00 s.d 11.00 dan
dinyatakan LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Vega Karina Andira Putri, S.Sos, M.Si
NIDN 0307128703

Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si.
NIDN 0317089201


Pembimbing

Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.
0307128703

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2023.01.19
08:59:32 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
0304078404



**PERAN *KEY ACCOUNT MANAGER*
DI TIKTOK SHOP DALAM MEMPERKUAT
AKTIVITAS PENJUALAN SELLER**

ABSTRAK

Oleh: Verrel Alexander

Kerja praktik magang di lakukan untuk membekali mahasiswa dengan skill dan pengalaman in the real working world bagi masa depan mahasiswa. Penulis mendapati kesempatan untuk untuk kerja praktik magang di PT Bytedance atau yang lebih di kenal dengan TikTok, dengan peran *Key Account Manager intern*. Sebagai salah satu perusahaan *Social-commerce* terdepan di Indonesia, penulis mendapatkan banyak ilmu dan pengalaman. Penulis mendapat tanggung jawab untuk me-monitor *seller* yang bergabung dengan perusahaan , membuat laporan mingguan untuk meeting mingguan team, berkesempatan untuk bertemu rekan- rekan *seller-seller visit* dan juga membantu para mentor. Di tambah lagi dengan iklim kantor yang positif dan suportif di mana para mentor dan senior sangat ringan tangan dan membangun meskipun proses kerja praktik magang ini di jalankan oleh penulis dengan sistem *work from home*.

Kata Kunci : *key account manager, social commerce, tiktok shop*

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



**THE ROLE OF THE KEY ACCOUNT MANAGER
AT TIKTOK SHOP IN STRENGTHENING
SELLER SALES ACTIVITY**

ABSTRACT

By: Verrel Alexander

Internship practical work is carried out to equip students with skills and experience in the real working world for future students. The author got the opportunity to work as an internship at PT Bytedance or better known as TikTok, with the role of internal Key Account Manager. As one of the leading Social-commerce companies in Indonesia, the author has gained a lot of knowledge and experience. The author has the responsibility to monitor sellers who join the company, make weekly reports for weekly team meetings, have the opportunity to meet fellow seller visits and also help mentors. Coupled with a positive and supportive office climate where the mentors and seniors are very helpful and constructive even though the internship process is carried out by the author with a work from home system.

Key word : key account manager, social commerce, tiktok shop

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan YME karena atas berkat rahmatNya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan praktik kerja magang di Tiktok dengan lancar dan penulisan laporan magang berjudul “Peran *Key Account Manager* di Tiktok Shop Dalam Memperkuat Aktivitas Penjualan Seller” dapat terselesaikan dengan baik.

Laporan magang ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dari program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi mereka yang ingin mengetahui peran *key account manager* dalam perusahaan *start-up* sebagai bentuk tanggung jawab karena telah menyelesaikan praktik kerja magang di Tiktok Shop.

Dalam menjalankan proses praktik kerja magang ini, penulis tidak akan berhasil tanpa mendapatkan bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan praktik kerja magang ini, yaitu:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara yang telah mengadakan program kerja praktik magang agar mahasiswa dapat menimba ilmu dan pengalaman.
2. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang turut mengawasi program studi fakultas akan adanya praktik magang.
3. Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan terkait peraturan dan kebijakan mengenai proses kerja magang.
4. Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bantuan kepada penulis sejak praktik kerja magang dimulai sampai selesai.

5. Bapak Rudi Susanto selaku Supervisor dalam divisi *Senior Key Account Manager* yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada saya selama proses magang.
6. Rekan-rekan kerja di Tiktok Shop yang telah membantu dan mengajarkan penulis selama proses praktik kerja magang berlangsung.
7. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan baik moral dan materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Samantha Olivia Wiranata. S.E, selaku *support system* yang selalu memberikan dukungan, semangat kepada penulis selama menjalani magang.
9. Britney Prajna Pundarika. S.A.B, selaku sahabat yang memberikan support dan selalu sabar dalam membimbing saya selama mengerjakan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan kerja magang ini tidak lepas dari kesalahan. Maka dari itu, penulis terbuka dengan adanya kritik dan saran yang dapat membangun untuk memperbaiki laporan praktik kerja magang ini. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 24 November 2022



Verrel Alexander

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II	7
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Profil Perusahaan	7
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	7
2.1.2 Logo Perusahaan.....	8
2.2 Nilai dan Budaya Perusahaan	9
2.3 Tempat dan Kontak Perusahaan	10
2.4 Struktur Perusahaan.....	11
2.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi Key Account Manager di Tiktok Shop	12
BAB III	13
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	13
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	13
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	15

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	16
3.2.3 Kendala Yang Dihadapi	21
3.2.4 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan	22
BAB IV	24
SIMPULAN DAN SARAN	24
4.1 Simpulan	24
4.2 Saran	24
4.2.1 Saran Untuk Perusahaan	24
4.2.2 Saran Untuk Mahasiswa	25
4.2.3 Saran Untuk Universitas Multimedia Nusantara	25
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN	28



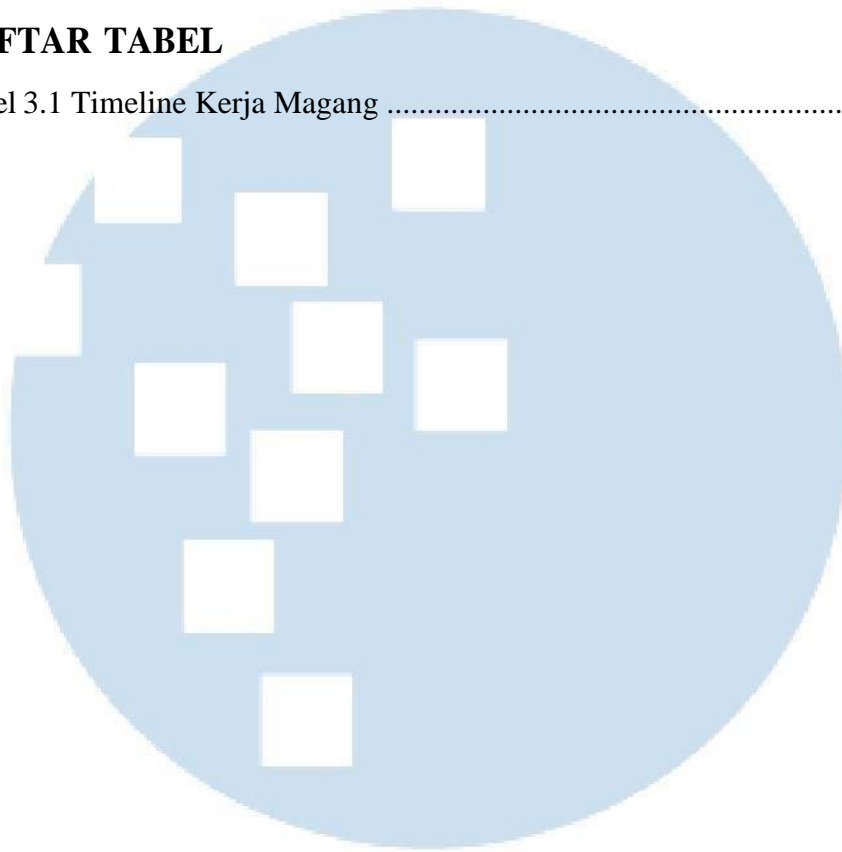
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Tiktok.....	8
Gambar 2.2 Struktur Jabatan Tiktok	11
Gambar 3.1 Penulis Approach Salah Satu Seller.....	17
Gambar 3.2 Penulis Approach Salah Satu Seller	18
Gambar 3.3 Penulis Melakukan Monitoring Performa Seller dan Memberikan Report Kepada Group... ..	24
Gambar 3.4 Penulis Melakukan Monitoring Performa Seller	25
Gambar 3.5 Data yang diarsipkan untuk evaluasi mingguan	27



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Kerja Magang 14



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

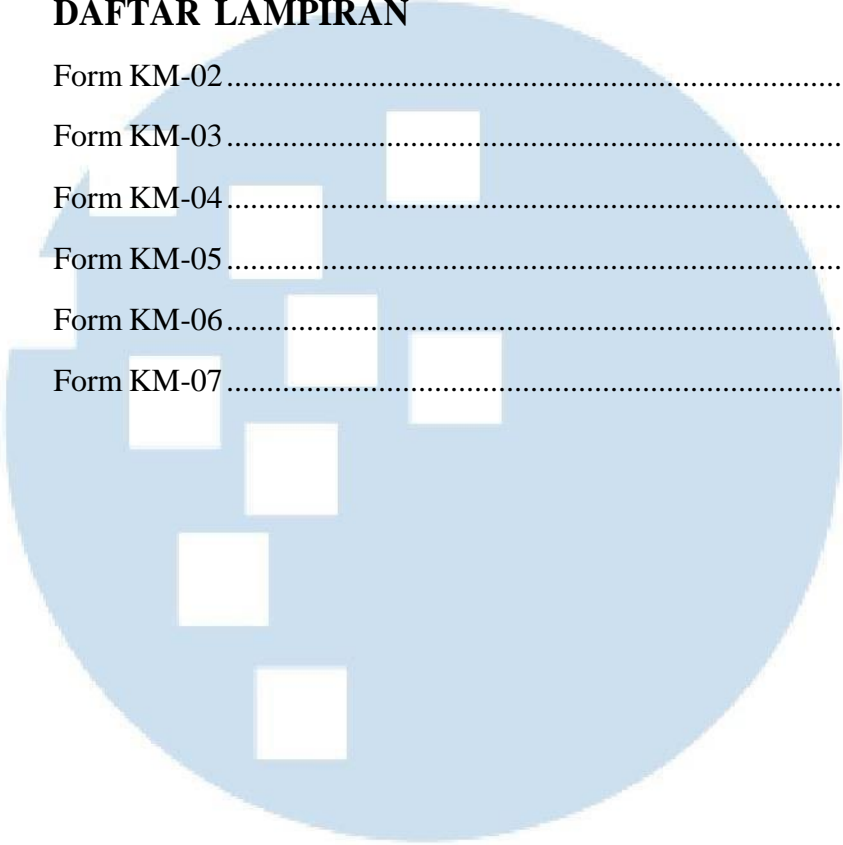
DAFTAR BAGAN

Grafik 1.1 Persentase Masyarakat Indonesia Menggunakan Social Commerce.....	3
Grafik 3.1 Workflow Kerja Magang	14
Grafik 3.2 Alur penulis menawarkan seller untuk memboosting video produk	20
Grafik 3.3 Seller Meng-Approach Penulis	21
Grafik 3.4 Seller Meminta Bantuan Penulis Untuk Membuka Toko Di Tiktok Shop	21
Grafik 3.5 Merekomendasikan seller untuk meningkatkan kualitas <i>Live-Streaming</i>	23



DAFTAR LAMPIRAN

Form KM-02.....	28
Form KM-03.....	29
Form KM-04.....	30
Form KM-05.....	34
Form KM-06.....	36
Form KM-07.....	38



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA