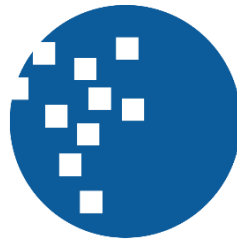


**PERAN KEY OPINION LEADER**

**SPECIALIST INTERN DALAM DEPARTEMEN SALES AND MARKETING**

**CV DORSKIN KREASI**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S. M.)

**Arnetha Alicya Hidayat**

**000000053467**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERAN KEY OPINION LEADER**

**SPECIALIST INTERN DALAM DEPARTEMEN SALES AND MARKETING**

**CV DORSKIN KREASI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S. M.)

**Arnetha Alicya Hidayat**

**000000053467**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Arnetha Alicya Hidayat

Nomor Induk Mahasiswa **00000053467**

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

### **PERAN KEY OPINION LEADER**

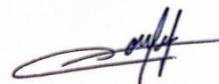
### **SPECIALIST INTERN DALAM DEPARTEMEN SALES AND MARKETING**

### **CV DORSKIN KREASI**

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

Tangerang, 6 Juni 2024



( Arnetha Alicya Hidayat )

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul  
**PERAN KEY OPINION LEADER SPECIALIST INTERN DALAM  
DEPARTEMEN SALES AND MARKETING CV DORSKIN KREASI**

Oleh

Nama : Arnetha Alicya Hidayat

NIM : 00000053467

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia

Tangerang, 16 Mei 2024

Pembimbing



**Dr. Rajesh Preetypal Singh, S.S., M.M**

**NIDN : 0430107605**

Ketua Program Studi Manajemen



**Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.**

**NIDN : 0323047801**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul  
**PERAN KEY OPINION LEADER**  
**SPECIALIST INTERN DALAM DEPARTEMEN SALES AND**  
**MARKETING CV DORSKIN KREASI**

Oleh  
Nama : Arnetha Alicya Hidayat  
NIM : 00000053467  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari kamis, 6 Juni Pukul 15.00  
s/d 16.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Dr. Rajesh Prettupal Singh, S.S., M.M.  
NIDN : 0430107605

Penguji



Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar  
Hidayat, S.M.B., M.M  
NIDN :0705069103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.

NIDN : 0323047801

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Arnetha Alicya Hidayat

NIM : 00000053467

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PERAN *KEY OPINION LEADER***

***SPECIALIST* DALAM DEPARTEMEN *SALES AND MARKETING* CV**

**DORSKIN KREASI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 16 Mei 2024

Yang menyatakan,



( Arnetha Alicya Hidayat )

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan praktek kerja magang ini dengan judul: “PERAN *KEY OPINION LEADER SPECIALIST* DALAM DEPARTEMEN *SALES AND MARKETING CV DORSKIN KREASI* ” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
- 3) Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
- 4) Bapak Dr. Rajesh Prettytal Singh, S.S., M.M, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
- 5) Ibu Nada Adawiyah S.I.kom, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
- 6) Kepada Perusahaan Dorskin yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan praktek kerja magang, yang memberikan penulis pengalaman serta mempelajari banyak hal dalam bidang KOL yang berguna untuk karir penulis kedepannya.
- 7) Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

- 8) Kepada Teman-teman penulis yang sudah membantu dan memberikan *support* penulis selama masa praktek kerja magang berlangsung.
- 9) Kepada Naya, Syifa, Andin, Nova selaku KOL Specialist Dorskin yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tanggung jawab dengan baik.

Berkat dukungan orang-orang diatas, penulis berhasil menyelesaikan kewajibannya yaitu praktek kerja magang dengan baik. Praktek kerja magang serta laporan yang telah dilakukan penulis merupakan pembelajaran yang tak terlupakan. Semoga karya ilmiah ini bisa membantu penulis dalam membuat karya ilmiah yang lebih baik di masa depan yang dapat menjadi pembelajarn bagi penulis untuk dapat lebih baik lagi dalam melakukan sesuatu yang dapat membanggakan orang sekitar.

Tangerang, 16 Mei 2024



( Arnetha Alicya Hidayat )



## **PERAN KEY OPINION LEADER**

### **SPECIALIST INTERN DALAM DEPARTEMEN SALES AND MARKETING**

#### **CV DORSKIN KREASI**

(Arnetha Alicya Hidayat)

#### **ABSTRAK**

Pada era revolusi teknologi dan perkembangan internet di Indonesia, masyarakat mulai terbiasa menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu perkembangan yang sangat digemari masyarakat adalah media sosial. Jika dahulu interaksi lebih banyak dilakukan secara langsung, kini media sosial menjadi jembatan bagi orang untuk berinteraksi. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sumber informasi dan peluang bisnis. Salah satu strategi bisnis yang memanfaatkan media sosial adalah pemasaran melalui *key opinion leader*. Setiap bisnis tentunya perlu mempromosikan barang atau jasa yang mereka jual, dan kehadiran media sosial membuka peluang baru untuk mempromosikan produk mereka agar lebih dikenal oleh masyarakat. Strategi pemasaran ini memungkinkan bisnis untuk membangun dan meningkatkan kesadaran merek serta menjangkau audiens yang lebih luas, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Melalui strategi ini, bisnis dapat berkolaborasi dengan *key opinion leader* yang memiliki pengikut dan konten yang relevan dengan produk yang dipromosikan, sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek sesuai dengan target yang diinginkan.

**Kata kunci:** Key leader opinion, Kesadaran merek media sosial, Pemasaran

## **THE ROLE OF KEY OPINION LEADER**

**SPECIALIST INTERN IN SALES & MARKETING DEPARTMENT OF CV**

**DORSKIN KREASI**

(Arnetha Alicya Hidayat)

### **ABSTRACT (English)**

*In the era of technological revolution and the development of the internet in Indonesia, people have become accustomed to using the internet in their daily lives. One of the most popular developments among the public is social media. While interactions used to be mostly face-to-face, social media now serves as a bridge for people to connect. Additionally, social media functions as a source of information and business opportunities. One business strategy that leverages social media is marketing through key opinion leaders. Every business needs to promote the products or services they sell, and the presence of social media provides new opportunities to make their products more widely known to the public. This marketing strategy allows businesses to build and enhance brand awareness and reach a broader audience, ultimately increasing sales. By employing this strategy, businesses can collaborate with key opinion leaders who have followers and content relevant to the products being promoted, thereby boosting brand awareness in line with the desired targets.*

**Keywords:** Key leader opinion, brand awareness, Marketing

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	7
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	11
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	11
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	20
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	23
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	23
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	24
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	52
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	53
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	54
4.1 Simpulan.....	54
4.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data jumlah pengguna internet.....	1
Gambar 1.2 Data jumlah pengguna social media.....	3
Gambar 2.1 instagram Dorskin.....	12
Gambar 2.2 Tiktok Dorskin.....	13
Gambar 2.3 Tim Dorskin.....	14
Gambar 2.4 Matcha Glow Dream Mask.....	15
Gambar 2.5 Cera Sunscreen.....	15
Gambar 2.6 Cica Cleanser.....	16
Gambar 2.7 Pink Bliss Moisturizer.....	16
Gambar 2.8 Beterskin Gentle Retinol Serum.....	17
Gambar 2.9 Pimple Power Cover.....	18
Gambar 2.10 Acne Calming Potion.....	18
Gambar 2.11 Spot Savior Serum.....	19
Gambar 2.12 Struktur perusahaan Dorskin.....	20
Gambar 3.1 Koordinasi penulis dan tim Dorskin.....	23
Gambar 3.2 KOL yang cocok untuk produk Dorskin secara barter.....	31
Gambar 3.3 KOL yang cocok untuk produk Dorskin secara berbayar.....	32
Gambar 3.4 Sheets listing penulis.....	33
Gambar 3.5 Screenshots chat penulis approach KOL berbayar.....	34
Gambar 3.6 screenshots chat penulis dengan KOL barter value.....	35
Gambar 3.7 Screenshots chat penulis melakukan negosiasi dengan KOL barter value.....	37
Gambar 3.8 Screenshots chat penulis negosiasi produk dengan KOL.....	38
Gambar 3.9 Screenshots chat penulis terkait jadwal posting dengan KOL.....	39
Gambar 3.10 Berhasil negosiasi dengan KOL barter untuk produk.....	40
Gambar 3.11 Berhasil negosiasi dengan KOL untuk video softselling.....	40
Gambar 3.12 Penulis monitoring konten yang sesuai dengan perjanjian.....	41
Gambar 3.13 Penulis monitoring views konten KOL.....	42
Gambar 3.14 Sheets blacklist KOL.....	43
Gambar 3.15 Sheets after post konten.....	43
Gambar 3.16 Sheets monthly report.....	44
Gambar 3.17 Penulis mengikuti rapat weekly.....	45
Gambar 3.18 Penulis meminta data diri KOL.....	46
Gambar 3.19 Sheets data diri KOL.....	47
Gambar 3.20 Penulis diberi kabar oleh KOL.....	47
Gambar 3.21 KOL mengabari penulis terkait produk Dorskin.....	48
Gambar 3.22 MoU Dorskin dan KOL.....	49

**Gambar 3.23 Penulis menjawab pertanyaan KOL.....50**  
**Gambar 3.24 Penulis menjawab pertanyaan KOL terkait Produk Dorskin.....51**

## Daftar Tabel

<b>Tabel 1.1 Uraian kerja penulis.....</b>	<b>25</b>
--	-----------



## **LAMPIRAN**

- A. Surat Pengantar MBKM 01
- B. Surat Pengantar MBKM 02
- C. Daily Task MBKM 03
- D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04
- E. Lampiran Pengecekan Turnitin

