

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Menjelaskan mengenai alur kerja posisi mahasiswa magang di instansi/perusahaan tempat kerja magang. alur kerja dan alur koordinasi dapat dilengkapi dengan membuat bagan alur.



Gambar 3.1 Koordinasi penulis dan tim Dorskin

Penulis melakukan praktek magang pada Dorskin secara WFO (*Work From Office*) setiap hari *senin- jumat* yang berlokasi di gading serpong selama 5 bulan, terhitung sejak 8 Januari 2024. Penulis menjabat sebagai KOL intern specialist pada divisi Marketing and sales yang dipimpin oleh Betari Andika setiawan sebagai sales and marketing manager dan Nada Adawiya sebagai KOL leader. Pada praktek kerja magang yang dilakukan penulis terdapat supervisor yang membimbing penulis yaitu Nada Adawiya yang memberikan arahan serta tugas kepada penulis selama praktek kerja magang berlangsung.

Selama masa praktek kerja magang, penulis diberi tanggung jawab untuk mencari KOL yang akan berkolaborasi dengan produk Dorskin dalam melakukan promosi di platform TikTok. Tugas utama penulis adalah untuk mencari dan menganalisis Key Opinion Leader yang sesuai dengan profil produk Dorskin yang akan dipromosikan. Fokus utama penulis dalam mencari KOL adalah pada mereka yang tertarik untuk melakukan barter value dengan Dorskin.

Dalam proses pencarian KOL, penulis memprioritaskan kriteria yang relevan dengan produk Dorskin yang ingin dipromosikan, termasuk gaya konten KOL yang sesuai dan dukungan dari jumlah penayangan konten KOL tersebut. Selain itu, penulis juga mencari KOL yang menggunakan ratecard dalam kerjasama mereka. Namun, dalam menangani KOL yang memerlukan pembayaran, penulis memastikan bahwa terdapat perhitungan yang matang agar tidak merugikan perusahaan saat melakukan kontrak kerjasama dengan mereka.

Setelah proses magang berlangsung penulis memiliki tanggung jawab yang besar dalam melakukan proses Kerjasama dengan KOL. tidak hanya mencari dan menganalisa, penulis diberikan kepercayaan untuk melakukan proses Kerjasama dari awal hingga akhir. Dengan ini penulis semakin merasa percaya bahwa tugas yang diberikan dapat dikerjakan semaksimal mungkin dengan ilmu-ilmu marketing yaitu *Integrated marketing communication*, *digital marketing* dan *brand marketing* yang sudah didapatkan melalui perkuliahan maupun disaat mulai melakukan praktek kerja magang.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Bagian Tujuan berisi hal-hal yang dilakukan selama periode kerja magang.

Bagian Uraian berisi penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan selama proses kerja magang

3.2.1 tugas yang diberikan

Dalam menjalankan praktek kerja magang, penulis bekerja secara

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1	Melakukan pencarian dan menganalisis calon KOL yang sesuai dengan produk Dorskin	Mencari KOL untuk melakukan Kerjasama berupa video promosi pada akun KOL berupa barter value maupun paid promotion yang sesuai dengan produk yang ditawarkan Dorskin, pemilihan KOL di bidang Fashion, Beauty, Skincare dan juga jerawat. Pemilihan KOL dilihat dari average views, kondisi wajah KOL dan tipe konten.	KOL Specialist Leader dan Sales and marketing manager	Setiap hari senin- jumat selama masa magang berlangsung	penulis mempelajari cara untuk melakukan riset dan analisis KOL yang sesuai dengan produk Dorskin agar pesan dan produk Dorskin dikenal sesuai dengan kegunaannya.
2	Approach calon KOL dan menentukan SOW	Menawarkan Kerjasama kepada KOL dengan menentukan SOW yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan	KOL Specialist Leader dan Sales and marketing manager	Setiap hari senin- jumat selama masa magang berlangsung	Penulis mempelajari bagaimana cara Kerjasama dengan KOL serta menentukan SOW yang sesuai untuk

					Kerjasama yang akan dijalankan
3	Melakukan negosiasi dengan calon KOL	Terdapat negosiasi antara barter dan ratecard yang diinginkan oleh KOL, sehingga diperlukan komunikasi antara pihak Dorskin dan KOL agar mendapatkan hasil yang menguntungkan kedua pihak.	KOL Specialist Leader dan Sales and marketing manager	Setiap hari senin- jumat selama masa magang berlangsung	Penulis mempelajari cara dalam bernegosiasi agar mendapatkan hasil yang menguntungkan kedua pihak. Hal ini menjadi Langkah awal bagi Dorskin dan juga KOL dalam melakukan Kerjasama selanjutnya jika Kerjasama pertama yang dilakukan berhasil.
4	Melakukan monitoring konten KOL dan views konten KOL	Melakukan follow up terkait konten yang akan diunggah sesuai dengan jadwal yang ditentukan dan Jangka waktu melakukan monitoring views konten KOL adalah 1 bulan setelah diupload	KOL Specialist Leader dan Sales and marketing manager	Setiap hari	Penulis mempelajari bagaimana memantau perkembangan views konten KOL yang sudah diunggah. Penulis juga mempelajari bagaimana berkomunikasi

					dengan KOL dalam mengingatkan jadwal unggah konten agar jadwal yang sudah ditentukan tidak mundur.
5	Membuat report terkait video yang sudah diupload KOL	Membuat laporan perihal Konten KOL sesuai dengan target kepada KOL Specialist leader.	KOL Specialist Leader	Setiap akhir bulan	Penulis mempelajari bagaimana membuat laporan yang jelas agar mudah dipahami oleh atasan.
6	Mengikuti weekly meeting	Memberikan evaluasi terkait pemilihan konten dan KOL yang cocok untuk meningkatkan <i>awareness</i> produk yang dipromosikan.	KOL Specialist Leader dan Sales and marketing manager	Setiap hari Rabu	Penulis dan supervise berdiskusi perihal permasalahan serta terobosan terbaru mengenai KOL
7	Mengirim produk untuk KOL	Berkoordinasi dengan KOL specialist terkait list yang dealing dengan Dorskin agar diproses pengiriman produk untuk KOL	KOL Specialist	Sesuai dengan jadwal dealing KOL	Penulis mempelajari cara untuk bekerja sama serta berkordinasi dengan tim secara terperinci agar

					tidak terjadi keterlambatan pengiriman yang memperlambat proses konten KOL
8	Membuat MOU antara Dorskin dan KOL	Membuat MOU untuk Kerjasama yang akan dilakukan agar dapat dikatakan resmi	KOL Specialist	Setiap dealing dengan KOL	Penulis mempelajari bahwa setiap Kerjasama yang terjadi diperlukan adanya perjanjian, dengan adanya MoU membantu penulis dan KOL dalam memenuhi persyaratan dan regulasi Kerjasama agar kedua pihak tetap melakukan kewajiban serta tanggung jawab.
9	Merespon KOL yang mengajukan pertanyaan terkait product atau Kerjasama	KOL Specialist perlu menjawab pertanyaan dari KOL yang berguna untuk keperluan	KOL Specialist Leader	Setiap KOL bertanya	Penulis mempelajari cara berkomunikasi untuk menyampaikan

		Kerjasama yang akan dilakukan			sesuatu terkait Kerjasama maupun produk Dorskin.
--	--	-------------------------------	--	--	--

Tabel 1.1 Uraian kerja penulis

3.2.2 Uraian Tugas

Pada masa pelaksanaan praktek kerja magang di Dorskin, penulis telah berhasil menjalankan magang selama 640 jam. Penulis diberikan tugas yang dibutuhkan pengetahuan dasar terkait marketing khususnya digital marketing. Penulis wajib memiliki keahlian mengidentifikasi KOL yang sesuai dengan produk Dorskin. Penulis juga harus memiliki kemampuan dalam menyampaikan SOW kepada KOL agar promosi yang dilakukan KOL dapat dimengerti dan menarik perhatian para audiens. Penulis akan menjelaskan secara terperinci uraian tugas yang dikerjakan penulis selama melakukan praktek kerja magang pada CV Dorskin Kreasi Indonesia.

3.2.2.1 Melakukan pencarian dan menganalisis calon KOL yang sesuai dengan produk Dorskin

Key Opinion Leader merupakan seseorang yang memiliki keahlian dalam memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh sekelompok orang sesuai dengan bidang yang ditekuni. Pada media social key opinion leader merupakan sosok penting bagi sekelompok orang untuk memberikan pendapat yang diyakini dan dipercaya terhadap suatu hal. Pada hal ini pembuatan konten melalui key opinion leader di media social menjadi salah satu cara dalam strategi pemasaran.

Key Opinion Leader dapat memberikan kepercayaan kepada audiens terhadap barang maupun jasa yang digunakan. Tentunya key opinion leader menjadi sebuah perantara bagi brand untuk meningkatkan brand trust pada target market yang diinginkan. Dalam hal ini Key opinion leader dapat memperkenalkan serta memberikan

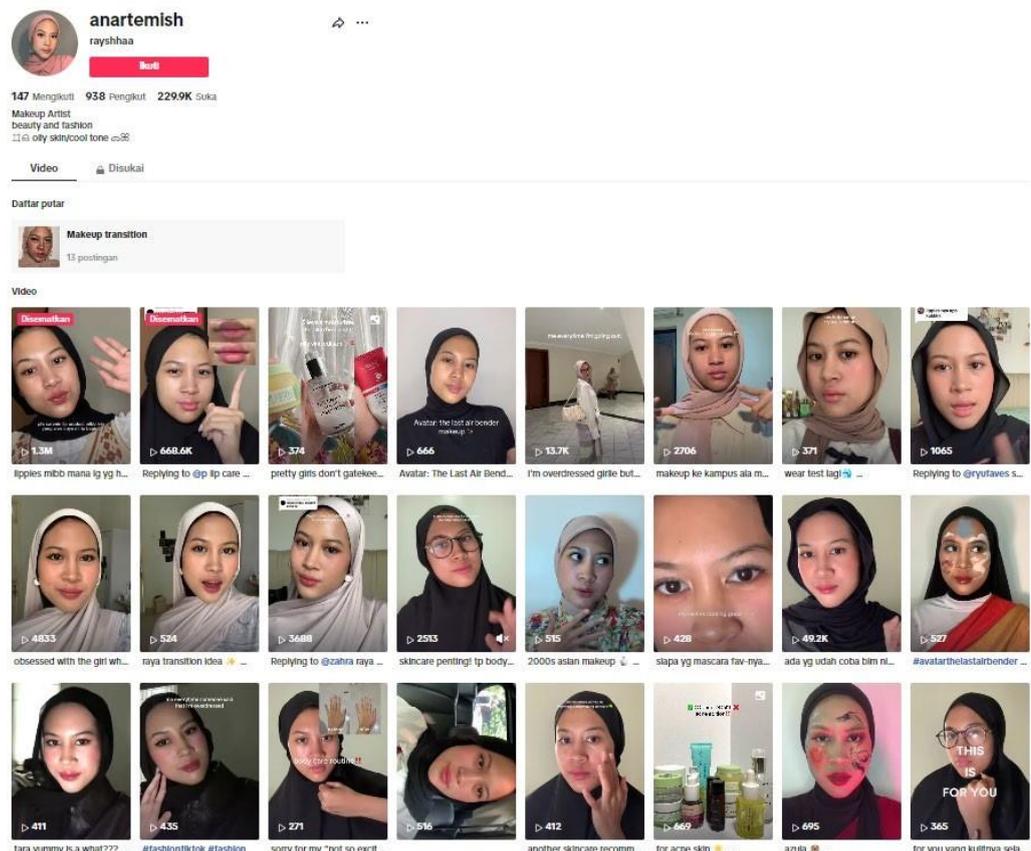
pendapat terhadap produk yang telah disepakati dalam Kerjasama antara KOL dan brand. Dengan harapan KOL dapat menyampaikan pesan serta nilai yang ingin disampaikan Perusahaan kepada para audiens.

KOL yang sudah dipilih tentunya harus sesuai dengan target market yang diinginkan brand, tetapi hal ini juga tidak menutup kemungkinan bagi KOL dapat menjangkau pasar yang lebih luas sesuai dengan insight yang dimiliki. Penulis diberikan tanggung jawab dalam mencari KOL untuk produk pink bliss moisturizer dan juga cica cleanser yang berfokus pada mencerahkan kulit dan juga kulit kering. Tentunya pada tahapan ini penulis mencari dan memilih KOL mana yang cocok untuk bekerja sama dengan 2 produk yang sudah dipercayai.

Penulis perlu mencari sekitar 10- 30 KOL per hari untuk 2 produk tersebut dengan kriteria fashion, beauty, skincare, makeup dan jerawat. Pemilihan KOL dapat dilihat berdasarkan konten yang relatable dengan skincare dan juga sesuai dengan fungsi produk yang akan ditawarkan, selain itu penyampaian konten KOL juga perlu diperhatikan apakah tersampaikan dengan jelas atau tidak.

Dalam menganalisa KOL yang akan bekerja sama dengan Dorskin, penulis berfokus pada KOL yang memiliki real audiens, Dimana konten yang disajikan KOL mampu menarik perhatian audiens tanpa adanya bantuan boost. untuk pencarian KOL penulis juga mencari sesuai keywords yang sesuai dengan produk seperti kulit kusam, mencerahkan, kulit sensitif dan sebagainya. Selain itu penulis juga melihat KOL yang digunakan kompetitor pada bidang skincare dan menganalisa apakah KOL tersebut sesuai dengan produk yang akan ditawarkan Dorskin.

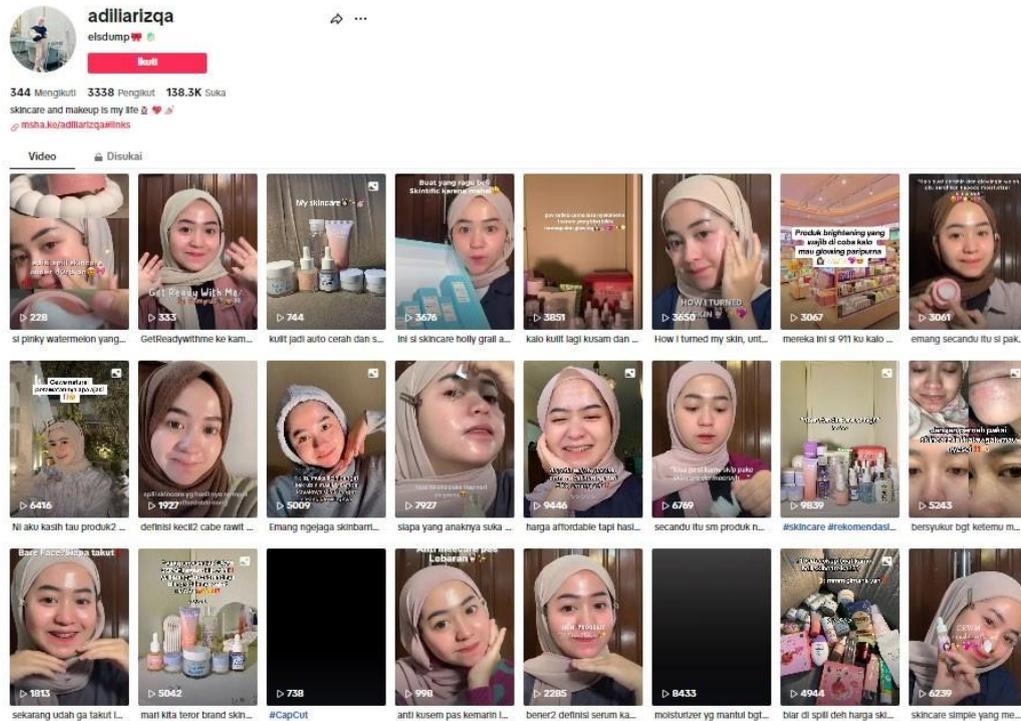
Penulis melakukan pencarian KOL berdasarkan average views konten KOL, tentunya hal ini dibagi dengan KOL barter value dan juga KOL paid. Kedua KOL tersebut berbeda, Dimana KOL barter value merupakan KOL yang mau bekerja sama dengan Dorskin dengan mempromosikan produk dorskin tanpa adanya bayaran dalam hal ini penulis menggunakan KOL nano influencer dan micro influencer namun jika terdapat KOL yang memiliki followes < 1000 tetapi average view konten KOL tersebut > 1000 maka dapat dipertimbangkan. Untuk KOL barter value dicari KOL bidang fashion, lifestyle, beauty, skincare, dan jerawat.



Gambar 3.2 KOL yang cocok untuk produk Dorskin secara barter

Untuk KOL paid penulis melihat views konten KOL dan menghitung jumlah average views untuk dhitung CPM, jika CPM konten KOL tersebut < Rp 15.000 maka KOL dapat di

pertimbangkan untuk bekerja sama dengan Dorskin. Untuk KOL paid berfokus pada bidang skincare, beauty dan jerawat



Gambar 3.3 KOL yang cocok untuk produk Dorskin secara berbayar

Setelah 1 bulan penulis melakukan praktek kerja magang, penulis diberikan tanggung jawab mencari KOL untuk 5 produk Dorskin yaitu matcha glow moisturizer, pink bliss moisturizer, acne serum, dark spot serum dan cica cleanser. Tentunya dengan semakin banyak produk yang ditangani penulis maka semakin luas pencarian penulis terhadap KOL yang memiliki kriteria berbeda untuk setiap produk yang ingin dipromosikan. Selama praktek kerja magang berlangsung penulis telah berhasil mencari dan melakukan listing < 500 KOL. Dari tugas ini penulis menerapkan pembelajaran dari mata kuliah integrated marketing communication dan digital marketing yaitu memilih media dan konten yang menarik menggunakan metode AIDA untuk menarik perhatian audiens

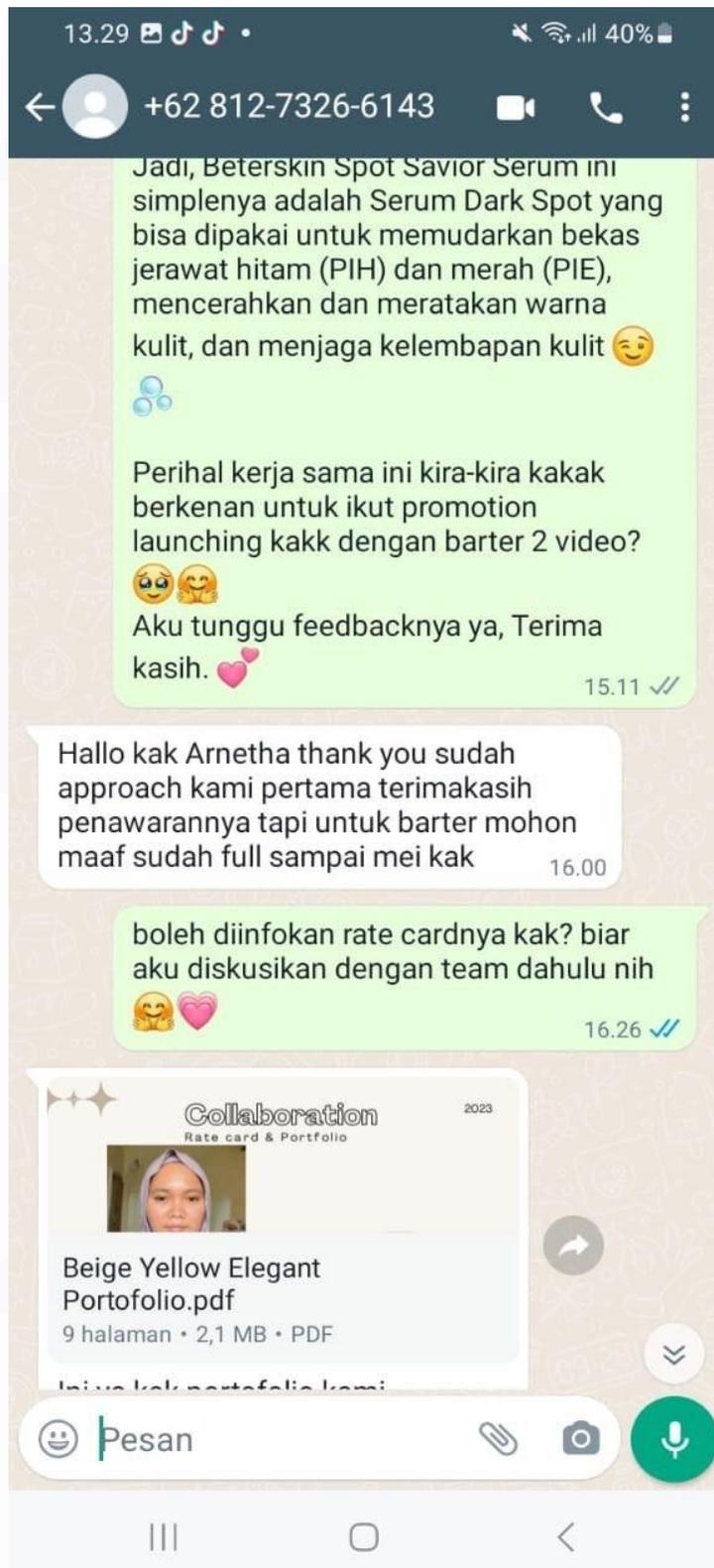
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	
424	422	16-Jan-2024	pylimgg	Armetha	Naya	Lifestyle	Pink Bliss				15,700	6,055	3,664	4,780	3,142	33,341	6,668	4,780	7,498	0	NEED CHECK	☑
425	423	16-Jan-2024	shelwind	Armetha	Admin	Lifestyle	Pink Bliss				518	528	399	542	2,097	4,084	817	528	0	0	VERY GOOD	☑
426	424	16-Jan-2024	barneystling	Armetha	Admin	Lifestyle	Cica				5,239	1,770	2,883	678	11,300	21,670	4,374	2,883	0	0	VERY GOOD	☑
427	425	16-Jan-2024	haasnaaaaa	Armetha	Naya	Lifestyle	Cica				935	2,296	504	2,968	1,396	8,099	1,620	1,396	0	0	VERY GOOD	☑
430	448	17-Jan-2024	mauladins	Armetha	Admin	Lifestyle	Cica				9,848	3,749	6,525	6,901	14,400	41,423	8,285	6,901	0	0	VERY GOOD	☑
431	449	17-Jan-2024	jethia	Armetha	Naya	Skincare	Pink Bliss				1,964	6,156	454	3,897	7,123	19,894	3,779	3,897	5,293	0	NEED CHECK	☑
432	450	17-Jan-2024	borumling	Armetha	Naya	Beauty	Pink Bliss				4,983	615	275	241	1,733	7,827	1,565	615	0	0	VERY GOOD	☑
433	451	17-Jan-2024	njmkysa	Armetha	Naya	Beauty	Pink Bliss				340	329	583	473	403	2,129	436	403	0	0	VERY GOOD	☑
434	452	17-Jan-2024	indiew90	Armetha	Beauty	Beauty	Pink Bliss				703	361	675	5,083	755	7,507	1,501	703	46,623	0	FAILED	☑
435	453	17-Jan-2024	iyajajah_	Armetha	Admin	Skincare	Pink Bliss				4,727	3,518	4,193	2,497	231	15,166	3,033	3,518	7,912	0	NEED CHECK	☑

Gambar 3.4 sheets listing penulis

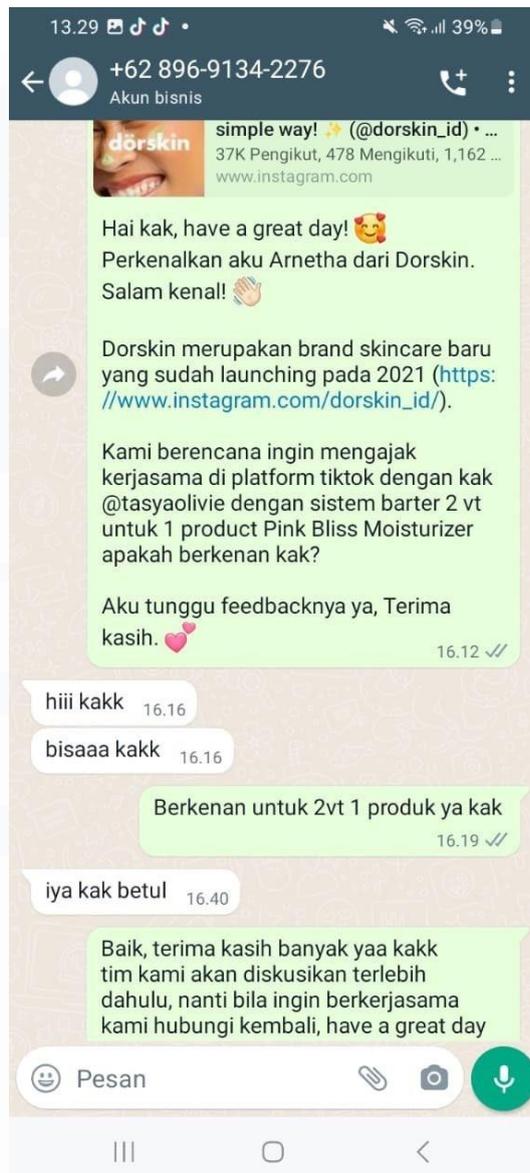
3.2.2.2 Approach calon KOL dan menentukan SOW

Setelah melakukan pencarian dan menganalisa para KOL yang sudah sesuai dengan kriteria produk Dorskin, maka penulis akan memulai proses dengan menghubungi para KOL yang sudah berhasil di listing. Setiap hari penulis akan menghubungi KOL melalui Whatsapp, Instagram maupun tiktok, penulis akan menawarkan Kerjasama dalam bentuk barter value maupun paid partnership. Sebagai KOL specialist intern penulis memiliki hak untuk menentukan scope of work yang cocok untuk diberikan pada KOL sesuai dengan average views dan followers yang dicapai KOL tersebut.

Penulis akan membuat template wordingan yang akan digunakan penulis untuk memperkenalkan diri, memperkenalkan Dorskin, menjelaskan produk Dorskin dan menawarkan untuk bekerjasama. Tentunya dengan adanya perkenalan dan penjelasan singkat mengenai Dorskin, penulis berharap dapat tercipta Kerjasama Dorskin dan KOL guna meningkatkan *awareness* tentang produk skincare Dorskin.



Gambar 3.5 screenshots chat penulis approach KOL berbayar



Gambar 3.6 screenshots chat penulis dengan KOL barter value

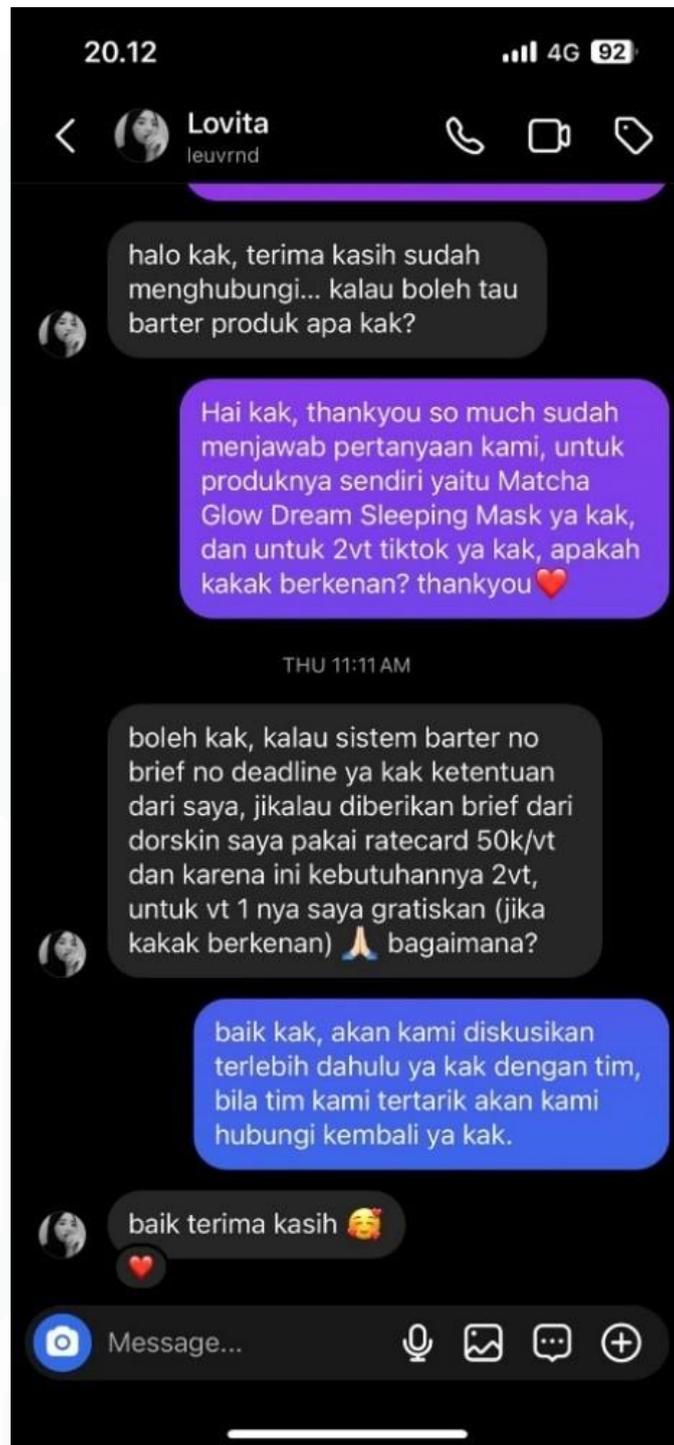
3.2.2.3 Melakukan negosiasi dengan calon KOL

Dalam proses Kerjasama Dorskin dan KOL, tentunya terdapat proses negosiasi yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan bagi kedua belah pihak. Setelah menghubungi para KOL penulis akan menunggu balasan dari KOL untuk mengetahui ratecard dan mengetahui ketersediaan KOL untuk bekerjasama pada

waktu yang sudah ditentukan. Diantara semua KOL yang sudah dihubungi tentunya terdapat beberapa KOL yang setuju dan tidak setuju akan produk yang ingin dipromosikan oleh KOL sehingga dengan adanya negosiasi dapat membantu para KOL dan Penulis mencapai kesepakatan yang menguntungkan.

Untuk KOL barter value penulis menawarkan 2 video tiktok dengan tanggal yang ditentukan oleh penulis yang sudah di accept oleh supervisi tentunya pada tahap ini tidak semua KOL berkenan untuk barter value dengan 2 video tiktok dan akhirnya hanya menyetujui barter value dengan 1 video tiktok.

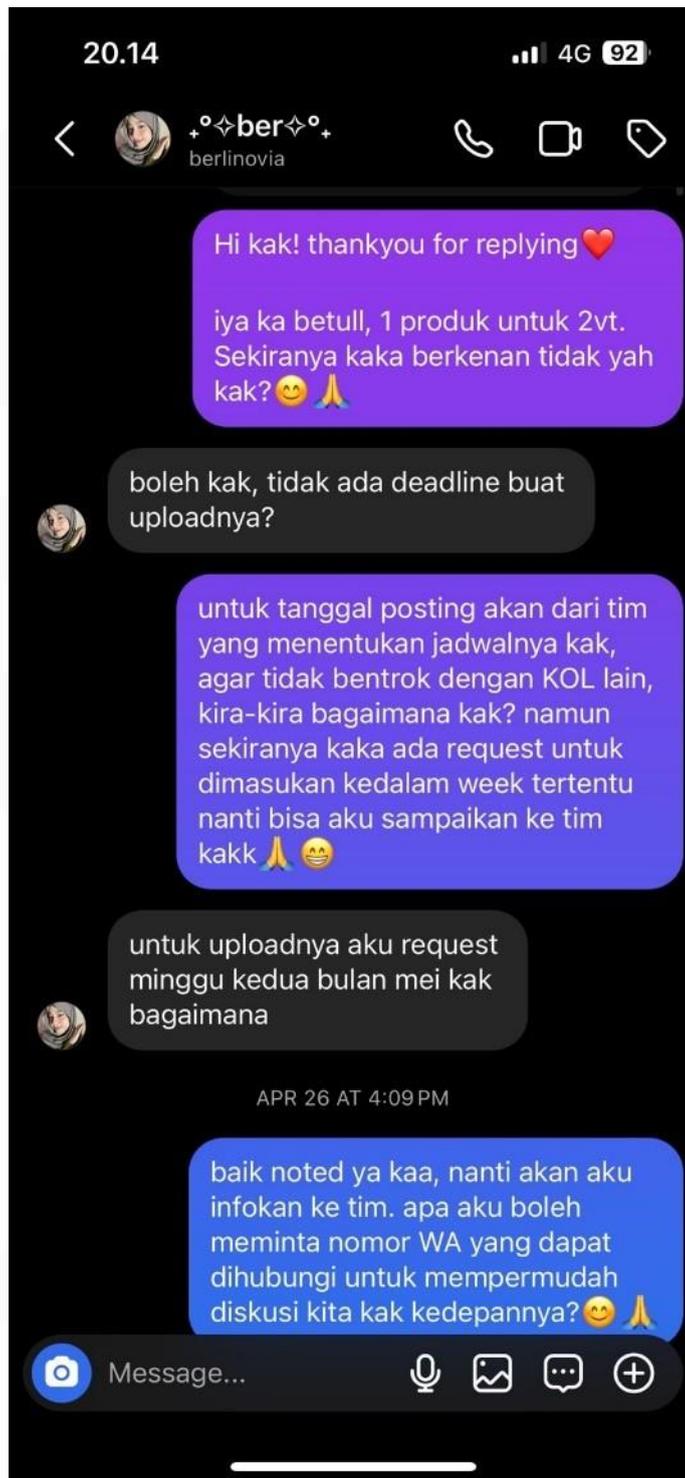
Penulis juga melakukan negosiasi dengan KOL terkait ketentuan posting video serta jadwal postingan konten KOL, untuk jadwal postingan akan mengikuti ketersediaan KOL yang sudah disetujui oleh supervisi. Penulis juga melakukan negosiasi terkait ratecard KOL per video tiktok agar sesuai dengan anggaran yang sudah ditentukan oleh tim KOL dorskin, jika ratecard yang diajukan penulis disetujui KOL maka proses kerjasama dapat dilanjutkan namun jika KOL tidak setuju dengan ratecard yang ditawarkan penulis maka penulis harus melakukan konfirmasi dengan supervisi untuk kelanjutan Kerjasama dengan KOL tersebut.



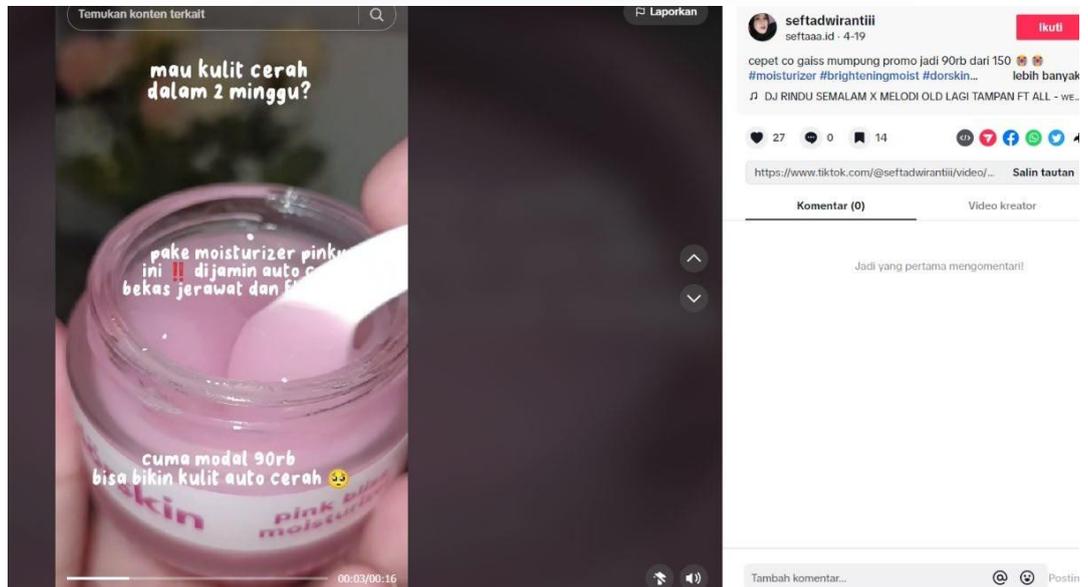
Gambar 3.7 Screenshots chat penulis melakukan negosiasi dengan KOL barter value



Gambar 3.8 screenshots chat penulis negosiasi produk dengan KOL



Gambar 3.9 Screenshots chat penulis terkait jadwal posting dengan KOL



3.10 berhasil negosiasi dengan KOL barter untuk produk Dorskin



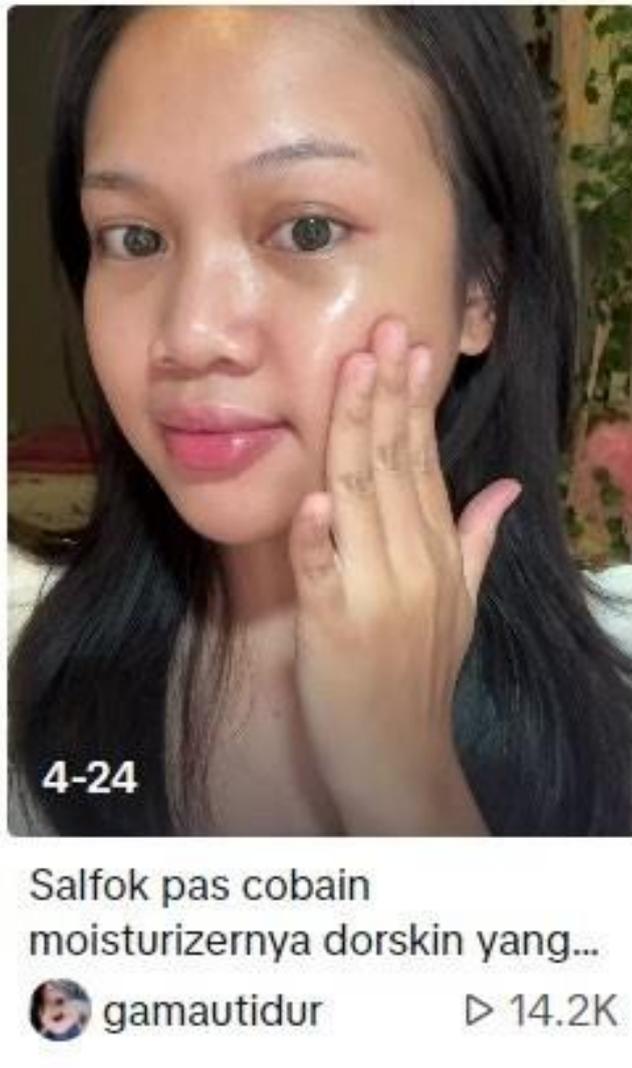
3.11 berhasil negosiasi dengan KOL untuk video softselling

3.2.2.4 Melakukan monitoring konten KOL dan views konten KOL

Penulis sebagai KOL Specialist Intern memiliki tugas untuk mengingatkan KOL untuk memposting konten sesuai dengan jadwal yang telah disepakati, namun kadang terdapat beberapa KOL yang tidak memposting konten sesuai jadwal ataupun konten yang diposting tidak sesuai dengan ketentuan yang sudah disepakati sehingga perlu dilakukan monitoring secara berkala.



Gambar 3.12 Penulis monitoring konten yang sesuai dengan perjanjian



Gambar 3.13 Penulis monitoring views konten KOL

Jika KOL tidak mengikuti ketentuan yang telah disepakati maka penulis berhak memasukan nama KOL kedalam list KOL yang bermasalah sehingga para tim KOL Specialist tidak melakukan Kerjasama dengan KOL tersebut dikarenakan jika KOL tersebut bekerja sama dengan Dorskin maka akan ada kemungkinan hal yang sama terjadi yang dapat menyebabkan kerugian Perusahaan.

No.	Username	Profile KOL	No. Telp	Campaign PIC	KOL Category	Uting Brief	SKU	Total Slot	Nominal Transfer	Posting Date	Notes
28	ssaraotyaa	https://www.tiktok.com/@ssaraotyaa		Nada	Skincare	skincare tips	matcha & ppc	4		November	curang aja, digabung terus sama product lain
29	eremnnjasm	https://www.tiktok.com/@eremnnjasm	08124890933	Gaby	Beauty	skincare tips, pov	pink & retinol	4	800.000	november	lama banget. GA BSA BALEB CHAT
30	ikhahcd	https://www.tiktok.com/@ikhahcd	085927535247	Gaby	Beauty	skincare tips & slide	matcha	3	450.000	november	kebanyaka nmasalah iadp, chat ga pernah dibales
31	ikhahcd	https://www.tiktok.com/@ikhahcd	085927535247	Nada	Beauty	skincare tips	ppc	1	150.000	november	kebanyaka nmasalah iadp, chat ga pernah dibales
32	heyoynln	https://www.tiktok.com/@heyoynln	08125055524	Gaby	Jerawat	skincare tips	retinol	1	250.000	oktober	kebanyaka nmasalah iadp, ngeghosting
33	heyoynln	https://www.tiktok.com/@heyoynln	08125055524	Nada	Jerawat	skincare tips	matcha/ppc	1	250.000	oktober	kebanyaka nmasalah iadp, ngeghosting
2024 DATABASE											
1	chappitr	https://www.tiktok.com/@chappitr	812-9940-6425	Nada	skincare	slide skincare	Matcha	2	280.000	2 dan 10 Desember	Slowrespon bangettt & dia ngilang takut hgt diblock wa nya. BYE YA IKN DIPANE
2	rahayu_ek	https://www.tiktok.com/@rahayu_ek	831-4934-5496	Syifa	Jerawat	skincare tips	ppc & matcha	4	200.000	4 & 11 (matcha), 8 & 15 (ppc)	ghosting anaka sok iya
3	akucintayudi	https://www.tiktok.com/@akucintayudi	813-8354-4934	Syifa	Jerawat	pov soundtrend	ppc	4	200.000	14, 13 (matcha), 27 & 31 (ppc)	ghosting sisa 2 slot lagi
4	nabliyahabni	https://www.tiktok.com/@nabliyahabni	8178770957	Nada	skincare	skincare tips	Matcha	2	0	12 & 19 November	ngblock wa
5	dila_rzla	https://www.tiktok.com/@dila_rzla	082274392465	Gaby	Beauty	skincare tips	pink matcha ppc	3	0	11, 17, 22 des	bodoh, slow response, cape ah
6	dhiyantiip	https://www.tiktok.com/@dhiyantiip	0819-0771-6691	Gaby	Beauty	skincare tips	retinol	2	700.000	1, 10 des	SLOW RESPONSE PARAH
7	asulgherra	https://www.tiktok.com/@asulgherra	832-9993-0580	Nada	skincare	skincare tips	pink bliss	2	0	3 & 9 des	NO RESPONSE
8	seulherra	https://www.tiktok.com/@seulherra			skincare						Daftarannya masalah sama Dorskin
9	hylew	https://www.tiktok.com/@hylew	82368784050	Nada	Beauty	skincare routine	ppc	2	800.000		ORANG GILA deal Desember posting sebulan berikutnya itupan baru 1 draft, gak worth it sama sekali
10	chlidk	https://www.tiktok.com/@chlidk	812-2385-6908	arnetha	skincare	skincare routine	matcha	2	0	1, 8 jan - skincare tips	KABOOORRRRRRR
11	rainasaa02	https://www.tiktok.com/@rainasaa02	837-2301-9280	arnetha	jerawat	skincare tips	matcha & ppc	4	600.000	19 & 22 (ppc), 24 & 30 (matcha)	KABOOORRRRRRR, abis terima draft ga nongol samek batang hidungnya
12	tinomight	https://www.tiktok.com/@tinomight		arnetha							RIBEELEET GAR SOPAN munya suka2 dia aja
13	catfish	https://www.tiktok.com/@catfish		arnetha							
14	vevske	https://www.tiktok.com/@vevske	0823-2474-1397	arnetha	skincare	skincare tips	pink bliss	4	200.000	12 & 18 (pink), 15 & 21 (cica) feb - slide photo	tolol aja gitu org nya, ga bisa jadi kol, vidyonya jelek mana sering telat lagi
15	g02by	https://www.tiktok.com/@g02by		arnetha	skincare	skincare tips	pink bliss	2	500.000	24 (pink), 28 (cica) feb	balesnya lama bener, lebih cepet dikabalin doa gw, sidan, kakak aris sama ni beach
16	missheichai	https://www.tiktok.com/@missheichai	81519063968	arnetha	skincare	skincare tips	cica	4	300.000	21, 26 feb, 5 dan 11 Maret 2022	kasih draft, ilang, twh udh post 2

Gambar 3.14 Sheets blacklist KOL

Untuk monitoring views konten KOL tim KOL Specialist Dorskin memiliki jadwal 7 hari setelah dipost, 14 hari setelah dipost dan setiap akhir bulan untuk melakukan perhitungan seberapa banyak orang menonton video KOL tersebut, dengan adanya aktivitas ini penulis dapat mengetahui berapa persen keberhasilan kerjasama KOL dengan Dorskin. Hasil dari perhitungan views count akan dilaporkan secara berkala kepada KOL Specialist Leader dan juga sales and marketing manager.

No	Post Date	Post Time	Viewers	Comments	Shares	Engagement	Views	Comments	Shares	Engagement	Views	Comments	Shares	Engagement
106	176	Feb 2024	8-Feb-2024	thessya71	https://www.tiktok.com/@thessya71	42	1.272	1.299	42	1.306	2.7%	DONE POST	0	VERY GOOD
107	177	Feb 2024	8-Feb-2024	sabeyn	https://www.tiktok.com/@sabeyn	2460	20.900	21.900	2531	22.400	3.70%	DONE POST	0	GOOD
101	178	Feb 2024	8-Feb-2024	ndatika	https://www.tiktok.com/@ndatika	200	9.567	10.300	206	10.300	7.7%	DONE POST	0	VERY GOOD
102	179	Feb 2024	8-Feb-2024	sistakamimam2	https://www.tiktok.com/@sistakamimam2	39	1.340	1.802	44	1.876	7.8%	DONE POST	39.979	FAILED
103	180	Feb 2024	8-Feb-2024	yemwindady	https://www.tiktok.com/@yemwindady	65	2.459	2.389	67	2.651	7.8%	DONE POST	25.548	FAILED
104	181	Feb 2024	8-Feb-2024	litna	https://www.tiktok.com/@litna	247	6.550	6.392	247	7.271	11.0%	DONE POST	0	VERY GOOD
105	182	Feb 2024	8-Feb-2024	bhira	https://www.tiktok.com/@bhira	1084	25.300	25.300	1099	25.500	1.6%	DONE POST	9.804	NEED CHECK
106	183	Feb 2024	8-Feb-2024	anindasp	https://www.tiktok.com/@anindasp	17300	117.600	122.800	17700	122.800	4.4%	DONE POST	814	VERY GOOD
107	184	Feb 2024	8-Feb-2024	ferreacora	https://www.tiktok.com/@ferreacora	43	1.211	1.298	45	1.394	12.6%	DONE POST	73.314	FAILED
108	185	Feb 2024	8-Feb-2024	freacrodnaa	https://www.tiktok.com/@freacrodnaa	59	5.907	6.286	60	6.425	8.8%	DONE POST	5.846	NEED CHECK
109	186	Feb 2024	8-Feb-2024	nictemy	https://www.tiktok.com/@nictemy	46	4.931	4.959	46	4.970	0.8%	DONE POST	45.272	FAILED
180	187	Feb 2024	8-Feb-2024	azrhmdha	https://www.tiktok.com/@azrhmdha	85	2.562		85		0.0%	DONE POST	29.274	FAILED
181	188	Feb 2024	8-Feb-2024	esagpinnalia	https://www.tiktok.com/@esagpinnalia						#DIV/0!	#VAL!E	#DIV/0!	VERY GOOD
182	189	Feb 2024	8-Feb-2024	ingratz	https://www.tiktok.com/@ingratz						#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	VERY GOOD
183	190	Feb 2024	8-Feb-2024	liadynt21	https://www.tiktok.com/@liadynt21	68	2.235	2.316	71	2.316	4.6%	DONE POST	0	VERY GOOD
184	191	Feb 2024	8-Feb-2024	lumarmagcccc	https://www.tiktok.com/@lumarmagcccc						#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	VERY GOOD
185	192	Feb 2024	8-Feb-2024	ilceabellis	https://www.tiktok.com/@ilceabellis	886	6.171	7.677	1.033	7.677	24.4%	DONE POST	26.052	FAILED
186	193	Feb 2024	8-Feb-2024	mayacem1	https://www.tiktok.com/@mayacem1						#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	VERY GOOD
187	194	Feb 2024	8-Feb-2024	imayyhd	https://www.tiktok.com/@imayyhd	35	1.575	1.775	38	1.775	12.7%	DONE POST	71.07	FAILED
188	195	Feb 2024	8-Feb-2024	utltpja	https://www.tiktok.com/@utltpja	265	26.500	26.500	265	26.500	0.0%	DONE POST	2.830	GOOD
189	196	Feb 2024	9-Feb-2024	marshaazhr	https://www.tiktok.com/@marshaazhr	643	12.000	13.500	635	14.200	17.4%	DONE POST	29.930	FAILED
190	197	Feb 2024	9-Feb-2024	acefighter29	https://www.tiktok.com/@acefighter29	86	2.302	2.302	86	2.302	0.0%	DONE POST	130.321	FAILED
191	198	Feb 2024	9-Feb-2024	elivawidhah	https://www.tiktok.com/@elivawidhah	379			379	22.800	#DIV/0!	DONE POST	8.977	NEED CHECK
192	199	Feb 2024	9-Feb-2024	fabekidm	https://www.tiktok.com/@fabekidm						#DIV/0!	#VAL!E	#DIV/0!	VERY GOOD
193	200	Feb 2024	9-Feb-2024	putriunggabesjka	https://www.tiktok.com/@putriunggabesjka						#DIV/0!	#VAL!E	#DIV/0!	VERY GOOD
194	201	Feb 2024	9-Feb-2024	lopyuuu	https://www.tiktok.com/@lopyuuu	239200	6.400.000	8.900.000	393400	10.100.000	57.8%	DONE POST	27	VERY GOOD
195	202	Feb 2024	9-Feb-2024	obyskinn	https://www.tiktok.com/@obyskinn	70	3.053	3.063	70	3.063	0.3%	DONE POST	54.415	FAILED
196	203	Feb 2024	9-Feb-2024	freryskum	https://www.tiktok.com/@freryskum	351	30.200	32.700	442	14.700	44.8%	DONE POST	20.468	FAILED
197	204	Feb 2024	9-Feb-2024	ka_30	https://www.tiktok.com/@ka_30	18	565	711	21	79	40.0%	DONE POST	0	VERY GOOD
198	205	Feb 2024	9-Feb-2024	anandisa	https://www.tiktok.com/@anandisa						#DIV/0!	#VAL!E	#DIV/0!	VERY GOOD

3.2.2.5 Membuat report terkait video yang sudah diupload KOL

Pembuatan laporan konten KOL adalah langkah penting untuk mengevaluasi efektivitas kerjasama dengan para KOL. Dalam laporan tersebut, penulis akan mencatat jumlah total penayangan dan rata-rata penayangan dari konten yang dibuat oleh KOL yang

bekerja sama dengan Dorskin. Laporan ini akan diisi dalam lembar kerja dengan mencatat jumlah total penayangan untuk setiap produk yang ditangani oleh penulis, tingkat pencapaian, slot produk, KOL aktif, dan daftar aktif per bulannya.

KOL SPECIALIST TOTAL VIEWS (per product)		Matcha												TOTAL
PIC	Target	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	May 2024	Jun 2024	Jul 2024	Aug 2024	Sep 2024	Oct 2024	Nov 2024	Dec 2024	
Nida	4,250,000	4,880,055	9148,937	0	0	0	0							14,028,992
Syifa	4,250,000	10,183,715	16,875,436	8,773	0	0	0							27,067,324
Naya	4,250,000			0										0
Armetha	4,250,000													0
	8,800,000	15,063,770	26,024,373	8,773	0	0	0	0	0	0	0	0	0	41,096,316

VIEWS ACHIEVEMENT RATE (per product)		Matcha												TOTAL
PIC	Target	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	May 2024	Jun 2024	Jul 2024	Aug 2024	Sep 2024	Oct 2024	Nov 2024	Dec 2024	
Nida	4,250,000	114.8%	215.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	85.0%
Syifa	4,250,000	239.6%	397.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	106.1%
Naya	4,250,000	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Armetha	4,250,000	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	8,800,000	177.22%	306.17%	0.10%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	

SLOT TRACKER		Matcha												TOTAL
PIC	Target	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	May 2024	Jun 2024	Jul 2024	Aug 2024	Sep 2024	Oct 2024	Nov 2024	Dec 2024	
Nida	200	160	141	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Syifa	200	161	167	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Naya														0
Armetha														0
	400	321	308	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Gambar 3.16 sheets monthly report

3.2.2.6 Mengikuti weekly meeting

Setiap hari rabu adalah jadwal tim KOL untuk melakukan weekly meeting, pada meeting ini para KOL Specialist membahas terkait pemilihan KOL, Konten yang sedang tren, mengevaluasi aktivitas selama seminggu, membahas kendala yang terjadi, mencari Solusi yang tepat terhadap kendala yang dialami, membahas mengenai target per bulan, mengapresiasi para KOL Specialist yang bekerjasama dengan KOL dan berhasil mencapai target views, memberikan rekomendasi KOL untuk setiap produk, membahas keyword dan kriteria KOL yang diperlukan untuk setiap produk. Weekly meeting ini dihadiri oleh Sales and marketing manager dan tim KOL Specialist Dorskin.



Gambar 3.17 penulis mengikuti rapat weekly

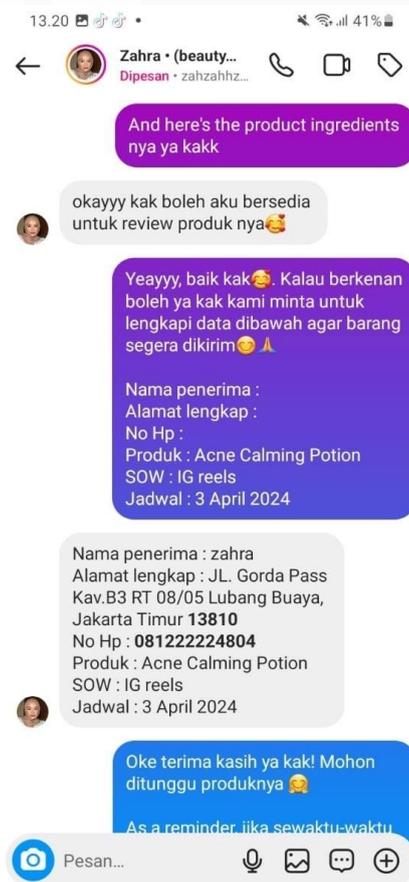
3.2.2.7 Mengirim produk untuk KOL

Setelah terjalannya komunikasi antara penulis dan KOL, penulis akan meminta data diri KOL yang meliputi nama, nomor kontak, email, dan alamat pengiriman produk. Ini merupakan langkah penting untuk memastikan pengiriman produk sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Penulis akan mencatat produk dan alamat pengiriman KOL dalam lembar kerja pengiriman, yang nantinya akan diproses oleh tim.

Sebelum produk dikirimkan, penulis memerlukan persetujuan dari KOL Lead. Pengiriman produk hanya akan dilakukan setelah KOL Lead menyetujui produk yang akan dikirimkan oleh merek. Setelah produk dikirim, KOL Lead akan

memperbarui data produk yang telah diterima, dan penulis akan menghubungi KOL untuk memberitahukan bahwa pengiriman telah diproses.

Selanjutnya, penulis akan mengingatkan KOL untuk memberikan informasi saat mereka menerima barang, sehingga sistem kerjasama ini dapat terus dipantau secara berkala. Ini adalah langkah penting untuk memastikan kelancaran proses Kerjasama antara penulis, KOL, dan Dorskin.



Gambar 3.18 penulis meminta data diri KOL

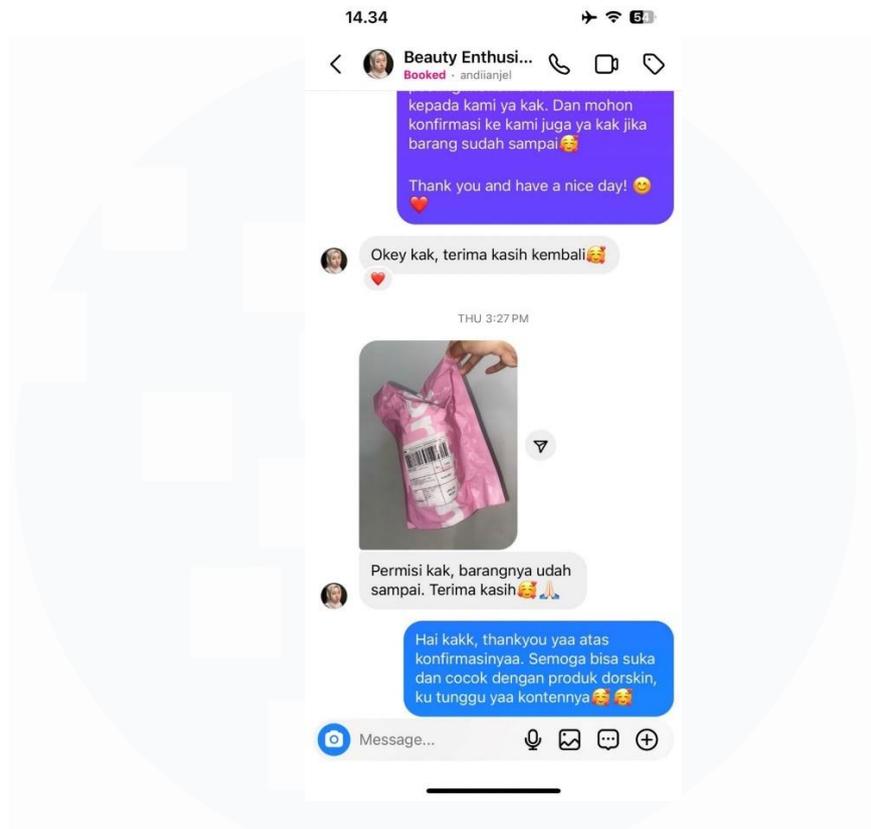
Tentunya pada tahapan ini dapat membantu KOL dan penulis serta tim Dorskin menghindari permasalahan seperti barang belum sampai atau barang yang dikirim salah yang dapat merugikan Perusahaan.

No.	Campaign Month	Username	Kontrak Ke	Campaign PIC	IC Name	No. HP	Address	Bank Name	Bank Acc. No.	Nama Penerima	Total Slot	Harga per Slot	tanggal pengiriman	pengiriman done?
2023 DATABASE														
2024 DATABASE														
1	January	daladalabeauty	1	Nada	[REDACTED]	0812...	Larangan Mega Asri D28, Kec.Candi				2	0		<input type="checkbox"/>
2	January	thyarassii	1	Nada	[REDACTED]	0812...	perum munthe...				4	225,000	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
3	January	azahralf	4	Arnetha	[REDACTED]						3	250,000	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
4	January	jojjobaba_	3	Arnetha	[REDACTED]						2	150,000	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
5	January	girdalystuff	1	Arnetha	[REDACTED]						2	0	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
6	January	emerjencie	1	Arnetha	[REDACTED]						2	0	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
7	January	muthiamuti	1	Arnetha	[REDACTED]						4	0	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
8	January	msacnebegone	2	Arnetha	[REDACTED]						3	133,333	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
9	January	cxubi	3	Arnetha	[REDACTED]						3	75,000	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
10	January	vehayy	3	Arnetha	[REDACTED]						3	75,000	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
11	January	annisapuspitaz	1	Arnetha	[REDACTED]						2	0	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
12	January	babibu_bi	1	Arnetha	[REDACTED]								20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
13	January	nataautfit	1	Naya	[REDACTED]							0	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
14	January	sillavaqaisni	1	Naya	[REDACTED]				710333682			100,000	20-01-24	<input checked="" type="checkbox"/>
15	January	dibskii	1	Naya	[REDACTED]				789276973			250,000		<input type="checkbox"/>
16	January	aaleyya571	1	Naya	[REDACTED]	0895341239770	Mutiara Citra Grand Blok C1 No.30		008601155074500sti	Allyatun Nikma	4	100,000		<input type="checkbox"/>

Gambar 3.19 Sheets data diri KOL



Gambar 3.20 penulis diberi kabar oleh KOL



Gambar 3.21 KOL mengabari penulis terkait produk Dorskin

3.2.2.8 Membuat MOU antara Dorskin dan KOL

Dalam rangka menjaga keamanan dan kejelasan dalam kerjasama antara penulis dan KOL, diperlukan penandatanganan sebuah Memorandum of Understanding (MoU). MoU ini tidak hanya memastikan keuntungan bagi kedua belah pihak tetapi juga menjaga agar kerjasama berjalan dengan lancar sesuai dengan hukum yang berlaku.

Proses pembuatan MoU di Dorskin melibatkan persetujuan dari KOL Specialist Lead. Dokumen MoU ini berisi detail biodata KOL, ruang lingkup pekerjaan yang telah disepakati (SOW), tanggal posting konten, tarif yang disetujui, dan jadwal pembayaran. Melalui MoU ini, terdapat bukti tertulis yang jelas jika ada pelanggaran kesepakatan yang dapat dikenai sanksi.

Sebelum diserahkan kepada KOL, MoU harus ditandatangani oleh Sales & Marketing Manager, KOL Specialist Leader, dan KOL Specialist. Langkah ini memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam kerjasama telah menyetujui persyaratan dan kondisi yang tercantum dalam MoU.

Memorandum of Understanding KOL

[CV. Dorskin Kreasi Indonesia

Ruko Dalton Utara No 19 Jl. Scientia Square Selatan, Curug Sangereng, Kec. Kip Dua,
Kabupaten Tangerang, Banten 15810.

Nomor : SPK/178/Februari/2024
Lampiran : 5 Halaman
Hal : surat perjanjian kolaborasi

18 Februari 2024

Konfirmasi kerjasama (perjanjian) ini dibuat dan ditandatangani di Tangerang, pada tanggal 18 Februari 2024 oleh dan di antara

Nama : Armetha Alicya Hidayat

Jabatan : KOL Specialist

No HP : 08xxxxxxx

Perusahaan : CV. Dorskin kreasi Indonesia

Alamat perusahaan : Ruko Dalton Utara No 19 Jl. Scientia Square Selatan, Curug Sangereng, Kec. Kip Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810.

Dalam hal ini pihak Dorskin disebut sebagai Pihak Pertama

Nama : XXXXXXXXXXX XXXX

Alamat : XXXXX XXXXX

No HP : XXXXXXXXX

Dalam hal ini pihak KOL disebut sebagai Pihak Kedua

Pasal 1 Ruang Lingkup Kerjasama

1. Pihak kedua menjamin dan menyatakan bahwa dirinya selaku pelaksana tugas memiliki wewenang untuk melaksanakan perjanjian ini secara mandiri dengan persetujuan dari

Gambar 3.22 MoU Dorskin dan KOL

3.2.2.9 Merespon KOL yang mengajukan pertanyaan terkait product atau Kerjasama

Ketika berada dalam tahap awal kerjasama, KOL umumnya akan mengajukan berbagai pertanyaan terkait dengan proses kerjasama yang akan dilakukan. Mereka mungkin ingin mengetahui detail tentang sistem kerjasama, manfaat produk yang ditawarkan, komposisi bahan dalam produk skincare, poin-poin pembicaraan yang harus disampaikan, serta referensi konten yang relevan.

Dalam hal ini, penulis memiliki tanggung jawab untuk memberikan jawaban yang jelas dan memuaskan terhadap semua pertanyaan yang diajukan oleh KOL. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses kerjasama berjalan dengan lancar tanpa adanya kesalahpahaman yang dapat mengganggu jalannya kerjasama.

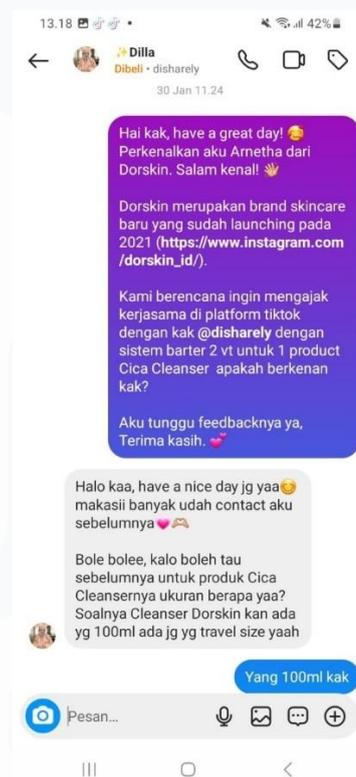


Gambar 3.23 Penulis menjawab pertanyaan KOL

Penulis juga bertanggung jawab untuk memastikan kevalidan informasi yang diberikan kepada KOL terkait pertanyaan

yang diajukan. Untuk itu, penulis perlu mengonfirmasi pertanyaan-pertanyaan tersebut kepada KOL Specialist Leader agar informasi yang disampaikan kepada KOL adalah valid dan akurat. Selain itu, penulis juga harus merespons pertanyaan KOL terkait informasi produk yang diperlukan untuk konten yang akan dibuat. Oleh karena itu, penulis harus memiliki pengetahuan produk yang baik untuk setiap produk Dorskin agar pesan yang ingin disampaikan kepada audiens dapat disampaikan dengan baik oleh KOL.

Melalui komunikasi yang aktif dan informatif antara penulis dan KOL, diharapkan dapat menghasilkan konten yang menarik dan informatif mengenai Dorskin. Ini akan membantu memperkuat citra merek dan memberikan informasi yang berguna kepada audiens.



Gambar 3.24 Penulis menjawab pertanyaan KOL terkait produk Dorskin

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama praktek kerja magang berlangsung penulis menemukan kesulitan selama melakukan kerja magang, tentunya dengan adanya kendala tersebut dapat menghambat kinerja kerja penulis. Kendala yang ditemukan dapat berasal dari eksternal maupun internal. Dengan adanya kendala yang ditemukan penulis juga belajar mengenai dunia kerja. Berikut adalah kendala yang ditemukan :

1. Penulis belajar untuk mengetahui flow kerja secara mandiri, pada tahap awal sulit bagi penulis untuk mengikuti flow kerja dikarenakan tidak adanya deskripsi terperinci terkait flow kerja sebagai KOL Specialist Intern. Untuk tahapan awal penulis mendapatkan tanggung jawab untuk mencari KOL, kemudian mulai diberikan tugas lainnya. Dimana penulis tidak adanya arahan untuk tahapan tersebut.
2. Penulis kesulitan menemukan KOL yang tepat untuk produk skincare Dorskin. Hal ini dikarenakan banyak KOL yang tidak mau menerima produk skincare. Selain itu penulis juga kesulitan dalam melakukan pencarian dan merasa stuck pada keywords yang sama.
3. Penulis mengalami kesulitan dalam memberikan jawaban terperinci terhadap pertanyaan KOL tentang produk terbaru dari Dorskin. Meskipun berusaha memberikan jawaban yang lengkap, penulis tidak memiliki dokumen product knowledge yang dapat digunakan sebagai referensi.
4. Penulis menghadapi kesulitan saat bernegosiasi dengan KOL karena tarif yang diajukan oleh KOL tidak sejalan dengan anggaran yang telah ditetapkan. Karena ini merupakan pengalaman pertama penulis dalam melakukan negosiasi, ia perlu memperbaiki keterampilan negosiasinya. Komunikasi antara penulis dan KOL dalam proses negosiasi dianggap kurang efektif karena pengalaman yang masih terbatas dalam hal tersebut.
5. Penulis menghadapi hambatan dari luar, yaitu KOL yang tidak memposting konten sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Hal ini merupakan kendala yang di luar kendali penulis sehingga memerlukan komunikasi yang efektif untuk mengatasinya.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Penting bagi penulis untuk mencatat flow kerja setiap harinya, dengan hal ini dapat membuat penulis tidak melewatkan flow kerja sebagai KOL Specialist. Penulis juga akan bertanya kepada KOL Lead jika ada permasalahan yang membingungkan penulis sehingga dengan adanya jawaban dari KOL Lead dapat membantu penulis dalam melaksanakan praktek kerja magang
2. Penulis melakukan riset lebih banyak terkait produk pesaing Dorskin dan juga penulis diberikan arahan oleh KOL Leader seperti apa KOL yang cocok dengan Dorskin, dengan ini penulis menemukan Solusi serta mendapatkan ide baru untuk mencari KOL dan juga keywords.
3. Dengan adanya produk baru tanpa adanya dokumen product knowledge, penulis harus memiliki inisiatif untuk bertanya pada divisi business development. Tentunya dengan adanya komunikasi antara penulis dan divisi business development dapat membantu penulis dalam menyampaikan informasi terkait produk, penulis juga mencatat point penting dari informasi produk agar tidak terlewatkan.
4. Penulis berinisiatif untuk belajar dan diberikan arahan oleh supervisi terkait cara bernegosiasi yang benar dan dapat menguntungkan kedua belah pihak. Selain bertanya kepada KOL Lead, penulis juga bertanya terkait negosiasi kepada KOL Specialist dan melakukan pencarian tips negosiasi KOL melalui google maupun video tiktok.
5. Solusi untuk permasalahan jadwal posting KOL yaitu penulis belajar untuk membuat reminder secara berkala kepada KOL h-7, h-3 dan h-1. Tentunya dengan adanya reminder post dapat menghindari jadwal postingan diundur oleh KOL.