

**AKTIVITAS KOL SPECIALIST PADA PT. CITRA PASIFIK KOSMETIK  
(AERIS BEAUTÉ)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**Yemima Engklinita**

**0000053619**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

**AKTIVITAS KOL SPECIALIST PADA PT. CITRA PASIFIK**

**KOSMETIK (AERIS BEAUTÉ)**



**LAPORAN MAGANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**YEMIMA ENGLINITA**

**0000053619**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yemima Engklinita

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053619

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **AKTIVITAS KOL SPECIALIST PADA PT. CITRA PASIFIK KOSMETIK (AERIS BEAUTÉ)**

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Juni 2024



(Yemima Engklinita)

## PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG

AKTIVITAS KOL SPECIALIST PADA PT. CITRA PASIFIK KOSMETIK  
(AERIS BEAUTÉ)

Oleh  
Nama : Yemima Engklinita  
NIM : 00000053619  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tangerang, 24 Mei 2024

Pembimbing

Dr. Arsa  
Widitiarsa Utoyo

2024.05.28

07:55:16 +07'00'

Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.

NIDN 0313068201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun

2024.05.29

16:55:43 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

### **AKTIVITAS KOL SPECIALIST PADA PT. CITRA PASIFIK KOSMETIK (AERIS BEAUTÉ)**

Oleh

Nama : Yemima Engklinita

NIM : 00000053619

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 5 Mei 2024

Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

**Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.**

**NIDN 0313068201**

**Dian Nuranindya, S.E., M.Si.**

**NIDN 0314128502**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**

**NIDN 0304078404**

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

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

Nama : Yemima Engklinita

NIM : 00000053619

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Magang

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:

### **AKTIVITAS KOL SPECIALIST PADA PT. CITRA PASIFIK KOSMETIK (AERIS BEAUTÉ)**

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, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Yemima Engklinita)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

**“AKTIVITAS KOL SPECIALIST PADA PT. CITRA INDAH PASIFIK (AERIS BEAUTÉ)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi 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. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Arsa Widitarsa Utoyo, S.T., M.Sn. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Keluarga yang telah memberikan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang.
6. Patricia Davina selaku CEO dan Co-Founder Aeris Beauté.
7. Veronica Sekar sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang.
8. Sharfina Jasmine, Eka Novianti, Alfina Tri, Felycia Angelyn, Medina Putri, Sendy Halim dan Silvia Agustina, sebagai tim Marketing yang telah membimbing dan memperlakukan saya dengan sangat baik selama berlangsungnya kerja magang.

9. Angeliqe Budi dan Felicitas Yudith yang telah memberikan dukungan secara emosional selama proses kerja magang hingga penulisan laporan magang ini dapat terselesaikan.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi materi pembelajaran, sumber informasi, dan motivasi bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Yemima Engklinita)





# AKTIVITAS KOL SPECIALIST PADA PT. CITRA PASIFIK KOSMETIK (AERIS BEAUTÉ)

Yemima Engklinita

## ABSTRAK

Industri kecantikan di Indonesia telah berkembang pesat sejak masa pandemi pada tahun 2021. Melihat adanya persaingan yang ketat pada industri kecantikan di Indonesia, perusahaan membutuhkan strategi yang kuat untuk mempertahankan *brand*-nya. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan sebuah *brand* ditengah banyaknya kompetitor adalah dengan terus membangun *brand awareness* masyarakat. Dengan adanya perkembangan teknologi, membangun *brand awareness* dapat dilakukan melalui sosial media. Aeris Beauté merupakan sebuah perusahaan alat kecantikan yang memanfaatkan kecanggihan teknologi dengan melakukan promosi produk melalui sosial media dan menggunakan *key opinion leader*. Penulis telah menjalani praktik kerja magang selama 640 jam kerja dengan tujuan untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman kerja pada bidang KOL Specialist. Maksud dan tujuan kerja magang adalah untuk mengetahui lebih lanjut peran KOL Specialist dalam pemilihan KOL dalam kampanye untuk meningkatkan promosi produk pada dunia profesional seperti yang telah dipelajari pada mata kuliah *integrated brand campaign*. Peran penulis sebagai KOL Specialist dapat dilihat melalui tugas yang dilakukan seperti membuat daftar KOL yang cocok dengan produk yang akan dipromosikan, hingga hasil konten KOL yang diunggah pada sosial media berdasarkan *brief* konten yang dibuat oleh KOL Specialist.

**Kata kunci:** *Aeris Beauté, KOL Specialist, Key Opinion Leader, Pemasaran Digital*

# **KOL SPECIALIST ROLE IN PT. CITRA PASIFIK KOSMETIK (AERIS BEAUTÉ'S)**

Yemima Engklinita

## **ABSTRACT**

*The beauty industry in Indonesia has grown rapidly since pandemic in 2021. Seeing the intense competition of beauty industry in Indonesia, companies need a strong strategy to maintain their brand. One of the ways that can be done to maintain a brand amidst many competitors is continuing to build public brand awareness. With the development of technology, building brand awareness can be done through social media. Aeris Beauté is a beauty tools company that utilizes the sophistication of technology by promoting products through social media and using key opinion leaders. Author has undergone an internship for 640 working hours with the aim of gaining knowledge and work experience in the field of KOL Specialist. The purpose and objective of the internship is to find out more about the role of KOL Specialist in selecting KOL in campaigns to increase product promotion in the professional world as learned in the integrated brand campaign course. Author's role as a KOL Specialist can be seen through the tasks performed such as making a list of KOLs that match the products to be promoted, to the results of KOL content uploaded on social media based on the content brief created by the KOL Specialist.*

**Keywords:** *Aeris Beauté, KOL Specialist, Key Opinion Leader, Digital Marketin*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>3</b>
<b>PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG</b> .....	<b>4</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>5</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>6</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>7</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>11</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>13</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>14</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>15</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</b> .....	<b>6</b>
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang .....	<b>6</b>
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	<b>7</b>
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Tentang PT. Citra Pasifik Kosmetik (Aeris Beauté)</b> .....	<b>10</b>
<b>2.2 Visi Misi Aeris Beauté</b> .....	<b>14</b>
2.2.1 Visi Perusahaan.....	<b>14</b>
2.2.2 Misi Perusahaan .....	<b>14</b>
2.2.3 Nilai Perusahaan .....	<b>14</b>
<b>2.3 Struktur Organisasi Aeris Beauté</b> .....	<b>15</b>
2.3.1 Struktur Perusahaan .....	<b>15</b>
2.3.2 Struktur Divisi.....	<b>15</b>

2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi .....	17
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....</b>	<b>19</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi .....	19
3.2 Tugas dan Uraian Kerja dalam Magang.....	19
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	20
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	27
3.3 Kendala yang Ditemukan .....	34
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	35
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Simpulan .....	36
4.2 Saran.....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>39</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>41</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Pangsa Pasar Industri Kecantikan di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Pertimbangan Wanita Indonesia dalam Memilih Produk Kecantikan.....	3
Gambar 1.3 Data Penggunaan Sosial Media di Indonesia .....	3
Gambar 1.4 Media yang Menarik bagi Wanita di Indonesia Untuk Mendapatkan Informasi Kecantikan .....	4
Gambar 1.5 Tipe Influencer yang Berpengaruh dalam Pemilihan Produk dan Layanan Kecantikan .....	5
Gambar 2.1 Logo Aeris Beauté .....	10
Gambar 2.2 Rangkaian Produk Cleanser Aeris Beauté.....	12
Gambar 2.3 Aeris X Bubah 2.0 Sebagai Best Selling Product.....	13
Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Aeris Beauté .....	15
Gambar 2.5 Struktur Divisi Marketing Aeris Beauté.....	15
Gambar 3.1 Creative Brief Sebagai Panduan Konten KOL .....	29
Gambar 3.2 Caption yang Memuat Copywriting Berupa Hashtag.....	30
Gambar 3.3 Footage Konten yang Meng-highlights Produk.....	30
Gambar 3.4 Konten dan Etalase untuk Pembelian Produk .....	31
Gambar 3.6 Hasil Analisis Konten KOL.....	33

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Kerja Magang .....	20
Tabel 3.2 Pertanyaan Dasar Dalam Perencanaan Kampanye .....	21



## DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar MBKM - MBKM 01 .....	41
Kartu MBKM - MBKM 02 .....	42
Daily Task MBKM - MBKM 03 .....	43
Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04 .....	62
Surat Penerimaan Magang (LoA) .....	63
Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	64
Lampiran Dokumentasi Selama Proses Kerja Magang.....	65

