

**AKTIVITAS KOL SPECIALIST ORBEAT UNTUK MENDORONG  
PENJUALAN DAN MENINGKATKAN KESADARAN**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**RUTH YUSHIANA SIMANJUNTAK**

**0000060711**

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

**2024**

**AKTIVITAS KOL SPECIALIST ORBEAT UNTUK MENDORONG  
PENJUALAN DAN MENINGKATKAN KESADARAN**



**LAPORAN MAGANG**

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

**RUTH YUSHIANA SIMANJUNTAK**

**00000060711**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ruth Yushiana Simanjuntak

Nomor Induk Mahasiswa 00000060711

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **AKTIVITAS KOL SPECIALIST ORBEAT UNTUK MENDORONG PENJUALAN DAN MENINGKATKAN KESADARAN**

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, 13 Juni 2024



Handwritten signature of Ruth Yushiana Simanjuntak.

Ruth Yushiana Simanjuntak

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**AKTIVITAS KOL SPECIALIST ORBEAT UNTUK MENDORONG  
PENJUALAN DAN MENINGKATKAN KESADARAN**

Oleh

Nama : Ruth Yushiana Simanjuntak  
NIM : 00000060711  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

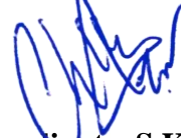
Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024,  
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.  
NIDN 0320109004

Penguji



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.  
NIDN 0324098002



Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.  
NIDN 0320109004

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



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

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

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ruth Yushiana Simanjuntak

NIM : 00000060711

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

### **AKTIVITAS KOL SPECIALIST ORBEAT UNTUK MENDORONG PENJUALAN DAN MENINGKATKAN KESADARAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Ruth Yushiana Simanjuntak

## KATA PENGANTAR

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

**“AKTIVITAS KOL SPECIALIST ORBEAT UNTUK MENDORONG  
PENJUALAN DAN MENINGKATKAN KESADARAN”**

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 laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A., selaku Pembimbing magang yang telah membantu dan mengarahkan saya dalam pembuatan laporan magang.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Papa dan Mama selaku orang tua yang sudah memberikan dukungan secara materiil dan moral sehingga saya dapat menyelesaikan laporan ini.
7. Fitra Kamila, Salwa Anindiza, Dayena Etama, Afiq Walid, dan Aveline Jantika selaku teman-teman yang membantu memberikan dukungan motivasi dalam pengerjaan laporan ini.

8. Tim Kol Specialist Orbeat yang berperan mengarahkan dan mengajarkan saya selama proses magang selama kurang lebih 3 bulan ini.

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

Tangerang, 13 Juni 2024



Ruth Yushhiana Simanjuntak



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# AKTIVITAS KOL SPECIALIST ORBEAT UNTUK MENDORONG PENJUALAN DAN MENINGKATKAN KESADARAN

Ruth Yushiana Simanjuntak

## ABSTRAK

Di era digital yang membuat perkembangan media sosial semakin pesat mendorong timbulnya beberapa jenis pekerjaan baru, salah satunya yaitu *Key Opinion Leader (KOL) Specialist*. *KOL Specialist* merupakan satu dari berbagai peran dalam *Digital Marketing* yang mencakup strategi pemasaran menggunakan kecanggihan teknologi terkini. Banyaknya posisi baru di bidang Digital Marketing membuat pemegang ingin belajar lebih banyak mengenai *KOL Specialist*. Selama masa magang, pemegang menjalankan berbagai tugas mulai dari pemilihan *KOL* yang sesuai dengan persona yang cocok dengan produk yang ditawarkan, negosiasi terkait tenggat waktu *KOL* unggah konten dan pembayaran, hingga analisis performa konten yang dihasilkan oleh *KOL* sebagai bahan peninjauan evaluasi. Tujuan Kerja Magang sendiri untuk memberikan pengalaman nyata mengenai gambaran pekerjaan yang akan dilakukan pemegang dan menerapkan konsep *Influencer Marketing* yang telah dipelajari sebelumnya. Selain itu, aktivitas kerja magang ini juga bertujuan untuk mengasah *soft skill* dan memperluas jaringan profesional pemegang. Seperti konsep *Campaign Goals* yang bertujuan untuk mengetahui target yang akan dicapai. Seperti, meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan target lainnya.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing, KOL Specialist, Media Sosial*

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



**ACTIVITIES OF A KOL SPECIALIST ORBEAT TO DRIVE SALES  
AND INCREASE AWARENESS**

Ruth Yushiana Simanjuntak

**ABSTRACT**

*In the digital era, which accelerates the rapid growth of social media, several new types of jobs have emerged, one of which is the Key Opinion Leader (KOL) Specialist. The KOL Specialist is among the various roles in Digital Marketing that involve marketing strategies utilizing cutting-edge technology. The proliferation of new positions in Digital Marketing has sparked interns' interest in learning more about KOL Specialist roles. During the internship, interns undertake various tasks ranging from selecting KOLs who align with the persona suitable for the product offered, negotiating deadlines for content uploads and payments with KOLs, to analyzing the performance of content generated by KOLs for evaluation purposes. The internship's objective is to provide real-world experience of the intern's prospective job role and apply previously learned concepts of Influencer Marketing. Additionally, the internship aims to hone soft skills and expand the interns' professional network. This includes understanding Campaign Goals such as enhancing brand awareness, increasing sales, and other specified targets.*

**Keywords:** *Digital Marketing, KOL Specialist, Social Media*

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	v
<b>KATA PENGANTAR</b>	vi
<b>ABSTRAK</b>	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
<b>DAFTAR ISI</b>	x
<b>DAFTAR TABEL</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	9
2.1 Tentang Perusahaan	9
2.2 Visi Misi Perusahaan	11
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	12

<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	16
3.1 Kedudukan dalam Koordinasi	16
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	16
3.2.1 Tugas Kerja Magang	17
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	18
3.2.3 Kendala yang Ditemukan	28
3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	28
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	30
4.1 Simpulan	30
4.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN	35

**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Organisasi Alva Digital	12
Tabel 2.2 Struktur Organisasi Orbeat	14
Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang	19



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial yang Banyak Digunakan	2
Gambar 1.3 Prediksi Pengguna E-commerce di Indonesia 2024	3
Gambar 1.4 Log Brand Disney+ Hotstar, Philips, XL, dan Belfoods	5
Gambar 2.1 Logo Orbeat	9
Gambar 2.2 Logo Alva Digital	9
Gambar 3.1 TikTok Profil Juan and Eve	18
Gambar 3.2 Cek ER Instagram	19
Gambar 3.3 Listing KOL Brand Neta	20
Gambar 3.4 Approaching Sheryl Sheinfia	21
Gambar 3.5 Share Brief KOL	22
Gambar 3.6 Pengerjaan Konten KOL	23
Gambar 3.7 Link Posting KOL	24
Gambar 3.8 Reporting KOL	25
Gambar 3.9 Insight Susan Sameh	26

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Surat Pengantar MBKM 01	35
Lampiran B - Kartu MBKM 02	36
Lampiran C – Surat Penerimaan Magang	37
Lampiran D – Daily Task MBKM 03	38
Lampiran E – Lembar Verifikasi Laporan Magang MBKM 04	39
Lampiran F – Form Bimbingan Magang	40
Lampiran G – <i>Timeline</i> Pelaksanaan Kerja Magang	41
Lampiran H – <i>TO DO LIST</i> KOL	42
Lampiran I – Daftar <i>Listingan</i> KOL	43
Lampiran J – Teks <i>Approaching</i> KOL	44
Lampiran K – Hasil Konten KOL	45
Lampiran L – Buka Bersama <i>We Are Moms</i> XL	46
Lampiran M – Kebersamaan Orbeat	47
Lampiran N – Hasil Turnitin Laporan Magang	48
Lampiran O – CV Pemegang	49

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA