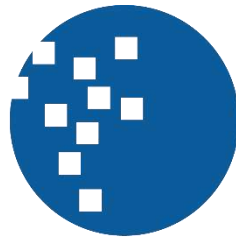


***AKTIVITAS KOL SPECIALIST DAN MARKETING  
COMMUNICATION INTERN DI FANTECH WORLD***



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

**NATHAN GOTAMA HEDIYANTO**

**0000056353**

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

**2024**

**AKTIVITAS *KOL SPECIALIST* DAN *MARKETING*  
*COMMUNICATION INTERN* DI *FANTECH WORLD***



**LAPORAN MAGANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**NATHAN GOTAMA HEDIYANTO**

**00000056353**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nathan Gotama Hedyanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056353

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

***AKTIVITAS KOL SPECIALIST DAN MARKETING COMMUNICATION  
INTERN DI FANTECH WORLD***

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, 19 Desember 2024



(Nathan Gotama Hedyanto)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

### **AKTIVITAS KOL SPECIALIST DAN MARKETING COMMUNICATION INTERN DI FANTECH WORLD**

Oleh

Nama : Nathan Gotama Hedyanto  
NIM : 00000056353  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 11 Januari 2025  
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

**Maria Advenita Gita Elmada, S.Ikom., M.Si.**  
NIDN 030912902

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

Pembimbing

**Maria Advenita Gita Elmada, S.Ikom., M.Si.**  
NIDN 030912902

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 : Nathan Gotama Hedyanto

NIM : 00000056353

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : 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 DAN MARKETING COMMUNICATION INTERN DI FANTECH WORLD***

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, 19 Desember 2024

Yang menyatakan,



(Nathan Gotama Hedyanto)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan Laporan Magang ini yang berjudul "*Aktivitas KOL Specialist dan Marketing Communication Intern di Fantech World*". Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi, 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas kelancaran proses pengerjaan laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang memberikan arahan dan masukan pada sidang magang.
6. Bapak Vincentius Geraldi, selaku *Supervisor* selama praktik kerja magang berlangsung di *Regional Marketing Department* dan Bapak Rudi Hartono selaku *Marketing Department Manager*.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi bekal dalam meningkatkan keterampilan dan kompetensi diri saya dalam bidang pemasaran dan komunikasi dengan

penjabaran kegiatan praktik kerja magang saya. Semoga juga laporan ini dapat menjadi referensi serta pembelajaran bagi Mahasiswa lain yang tertarik di bidang yang sama.

Tangerang, 19 Desember 2024



(Nathan Gotama Hedyanto)



# **AKTIVITAS *KOL SPECIALIST* DAN *MARKETING COMMUNICATION INTERN* DI *FANTECH WORLD***

Nathan Gotama Hedyanto

## **ABSTRAK**

Laporan ini menyajikan hasil praktik kerja magang penulis sebagai *KOL Specialist* dan *Marketing Communication Intern* di *Fantech World*, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang peralatan gaming. Pemilihan *Fantech* sebagai tempat kerja magang didasari oleh reputasinya yang kuat dalam industri gaming dan strategi pemasaran yang tepat, terutama melalui penggunaan influencer. Dalam penulisan laporan, penulis menggunakan konsep “*The Four Step Influencer Marketing Framework*” yang memuat 4 langkah menentukan langkah kerja pemasaran yakni pertama, menentukan objektif pemasaran; kedua, strategi kampanye; ketiga, kreativitas, kreator, dan konten; dan keempat, budget, target, dan *media planning*. Penulis memiliki peran utama sebagai seorang *KOL Specialist* dan juga beberapa peran tambahan seperti *socmed specialist*, *marcomm*, *content talent*, dan melakukan *product training* dengan distributor maupun *KOL*. Selama magang, penulis menghadapi beberapa kendala, seperti perbedaan budaya komunikasi dan tantangan dalam menjangkau audiens internasional. Untuk mengatasi masalah ini, penulis menerapkan pendekatan situasional dalam strategi komunikasi dan memanfaatkan platform media sosial secara efektif. Penulis menyimpulkan bahwa praktik kerja magang ini memberikan pengalaman yang bermanfaat dalam mengelola strategi pemasaran melalui kerja sama dengan influencer secara global, sekaligus meningkatkan keterampilan komunikasi dan adaptasi budaya yang berguna dalam industri gaming yang pesat ini.

**Kata kunci:** *Fantech World*, *Influencer Marketing*, *KOL Specialist*



# ***KOL SPECIALIST AND MARKETING COMMUNICATION***

## ***INTERN ACTIVITIES AT FANTECH WORLD***

Nathan Gotama Hedyanto

### ***ABSTRACT (English)***

*This report shows the results of writer's internship as KOL Specialist and Marketing Communication Intern at Fantech World, a company engaged in gaming equipment. The selection of Fantech as an internship is driven by its strong reputation in the gaming industry and effective marketing strategies, especially through the use of influencers. In writing the report, the writer uses the concept of "The Four Step Influencer Marketing Framework" which contains 4 steps to determine marketing work steps, first, determining marketing objectives; second, campaign strategy; third, creativity, creators, and content; and fourth, budget, target, and media planning. The writer has a main role as a KOL Specialist and also several additional roles such as socmed specialist, marcomm, content talent, and conducting product training with distributors and KOLs. During the internship, the writer faced several challenges, such as differences in communication culture and challenges in reaching international audiences. To overcome these issues, the author applied a situational approach in communication strategy and utilized social media platforms effectively. The author concludes that this internship provided useful experience in managing marketing strategies through working with influencers globally, as well as improving communication and cultural adaptation skills that are useful in this exciting gaming industry.*

***Keywords:*** *Fantech World, Influencer Marketing, KOL Specialist*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<i>1.1. Latar Belakang</i> .....	<i>1</i>
<i>1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang</i> .....	<i>6</i>
<i>1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</i> .....	<i>7</i>
1.3.1.....	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang .....	7
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>10</b>
<i>2.1 Sejarah Singkat Perusahaan</i> .....	<i>10</i>
2.1.1 Value Perusahaan .....	11
2.1.2 Visi Misi .....	13
<i>2.2 Struktur Organisasi Perusahaan</i> .....	<i>14</i>
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....</b>	<b>16</b>
<i>3.1 Kedudukan dan Koordinasi</i> .....	<i>16</i>
<i>3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang</i> .....	<i>18</i>
3.2.1 Tugas Kerja Magang .....	18
3.2.2 Uraian Kerja Magang .....	20
<i>3.3 Kendala yang Ditemukan</i> .....	<i>50</i>

<i>3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan</i> .....	51
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	53
<i>4.1 Simpulan</i> .....	53
<i>4.2 Saran</i> .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	56
<b>LAMPIRAN</b> .....	59



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan.....	11
Tabel 3. 1 Tabel Tugas Kerja Magang.....	18
Tabel 3. 2 Tabel Target Audiens Amerika Serikat .....	25
Tabel 3. 3 Parameter ketentuan pencarian KOL .....	39



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pemain game berdasarkan negara.....	1
Gambar 1. 2 <i>Influencer</i> Fantech World.....	5
Gambar 2. 1 Logo Fantech.....	10
Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan.....	14
Gambar 3. 1 Alur kerja KOL Specialist	17
Gambar 3. 2 Timeline Kerja Magang .....	20
Gambar 3. 3 Giveaway dengan KOL.....	29
Gambar 3. 4 Promosi Hari Kemerdekaan .....	30
Gambar 3. 5 Promosi Hari Kemerdekaan .....	31
Gambar 3. 6 Postingan KOL.....	32
Gambar 3. 7 Postingan KOL.....	33
Gambar 3. 8 Video Review KOL.....	35
Gambar 3. 9 Video Review KOL.....	35
Gambar 3. 10 Meeting peluncuran produk baru .....	37
Gambar 3. 11 Meeting peluncuran produk baru .....	38
Gambar 3. 12 Data KOL .....	40
Gambar 3. 13 Data KOL .....	41
Gambar 3. 14 Contoh penawaran kerjasama.....	42
Gambar 3. 15 Halaman produk Fantech World (Helios II Pro S).....	43
Gambar 3. 16 website wrike sebagai content calendar .....	45
Gambar 3. 17 Contoh konten sosial media Fantech World .....	45
Gambar 3. 18 Website Hootsuite (Listening Tools) .....	47
Gambar 3. 19 Artikel dalam website resmi Fantech World.....	47
Gambar 3. 20 Meeting dengan KOL.....	48
Gambar 3. 21 Product training dengan Fantech Thailand.....	48
Gambar 3. 22 Menjadi Talent untuk konten Sosmed.....	49
Gambar 3. 23 Menjadi Talent untuk konten Sosmed.....	50
Gambar 3. 24 Menjadi Talent untuk konten Sosmed.....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Surat Pengantar MBKM (MBKM-01) .....	59
Lampiran B : Kartu MBKM (MBKM-02) .....	60
Lampiran C : Daily Task Kewirausahaan (MBKM-03) .....	61
Lampiran D : Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM-04) .....	81
Lampiran E : Surat Penerimaan MBKM (LoA) .....	82
Lampiran F : Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin .....	83
Lampiran G : Curriculum Vitae .....	84

