

**AKTIVITAS KOL PLANNER PADA PT ENTROPI
GLOBAL MARTECH**



LAPORAN MAGANG

MARSELINA TITANNI

0000052894

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

2025

**AKTIVITAS KOL PLANNER PADA PT ENTROPI
GLOBAL MARTECH**



LAPORAN MAGANG

MARSELINA TITANNI

00000052894

**PROGRAM STUDI PJJ ILMU KOMUNIKASI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Marselina Titanni

Nomor Induk Mahasiswa 00000052894

Program studi : Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS KOL PLANNER PADA PT ENTROPI GLOBAL MARTECH

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, 7 Januari 2025



Marselina Titanni

Marselina Titanni

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS KOL PLANNER PADA PT ENTROPI GLOBAL MARTECH

Oleh

Nama : Marselina Titanni

Nomor Induk Mahasiswa 00000052894

Program studi : Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 7 Januari 2025

Pembimbing



Eunike Iona Saptanti, S.Ikom., M.Ikom.

NIDN 0328079401

Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi



Helga Liliani Cakra Dewi, S.Ikom., M.Comm.

NIDN 0317089201

III

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

AKTIVITAS KOL PLANNER PADA PT ENTROPI GLOBAL MARTECH

Oleh

Nama : Marselina Titanni

NIM : 00000052894

Program Studi : Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 17 Januari 2025

Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan

LULUS


Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Eunike Iona Saptanti, S.Ikom.,
M.Ikom.
NIDN 0328079401

Penguji



Mujiono, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0315108802

Dosen Pembimbing



Eunike Iona Saptanti, S.Ikom., M.Ikom.

NIDN 0328079401

Ketua Program Studi Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

IV

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Marselina Titanni
NIM : 00000052894
Program Studi : Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
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:

AKTIVITAS KOL PLANNER PADA PT ENTROPI GLOBAL MARTECH

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, 7 Januari 2025

Yang menyatakan,



Marselina Titanni

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS KOL PLANNER PADA PT ENTROPI GLOBAL MARTECH”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Strategis 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. Andrey Andoko., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Rismi Juliadi, S.T.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi,S.I.kom.,M. Comm., selaku Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Eunike Iona Saptanti, S.I.Kom., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Rizal Novriyanto, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran dan inspirasi bagi para pembacanya khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 7 Januari 2025



Marselina Titanni



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

VII

Aktivitas KOL Planner Pada PT Entropi Global Martech, Marselina Titanni, Universitas
Multimedia Nusantara

AKTIVITAS KOL PLANNER PADA PT ENTROPI GLOBAL

MARTECH

Marselina Titanni

ABSTRAK

Internet telah menyebar secara cepat dan luas pada saat ini yang secara nyata memberikan dampak di berbagai aspek. Dampak positif dari internet salah satunya telah membuka sumber informasi dan komunikasi menjadi lebih luas yang kemudian mencakup ke dalam aktivitas pemasaran secara digital. Pemasaran digital dilakukan di berbagai kanal *social media*, salah satunya adalah TikTok yang dibantu dengan peran seorang *Influencer* atau KOL dengan cara membuat konten yang menarik perhatian audiens untuk memasarkan sebuah produk atau jasa milik *brand* tertentu. KOL memberi pengaruh besar dalam proses pemasaran digital yang secara nyata akan menguntungkan sebuah *brand*, karena KOL mempunyai berbagai aspek yang membuatnya memiliki banyak pengikut yang signifikan. KOL secara perlahan membangun interaksi menggunakan strategi *Word Of Mouth* dengan audiens yang kemudian akan menciptakan sebuah *brand image*. Dalam proses tersebut, *KOL Planner* akan sangat dibutuhkan. Pelaksanaan kerja magang sebagai *KOL Specialist intern* di PT Entropi Global Martech memberikan pengalaman secara nyata mengenai pencarian KOL yang berkualitas dimana menjadi sebuah peran penting dalam *campaign*. Ilmu komunikasi yang telah dipelajari selama masa perkuliahan menjadi pendukung pelaksanaan magang ini, namun nyatanya selama pelaksanaan magang juga ditemukan beberapa kendala seperti kredibilitas KOL serta ketidakcocokan negosiasi komunikasi. Salah satu cara yang penulis terapkan untuk solusi ialah meneliti kembali mengenai KOL serta menerapkan komunikasi yang baik guna kepentingan bersama.

Kata kunci: Internet, Pemasaran, *Social Media*, *Influencer*, KOL, *KOL Planner*

AKTIVITAS KOL PLANNER PADA PT ENTROPI GLOBAL

MARTECH

Marselina Titanni

ABSTRACT (English)

The internet has spread rapidly and widely nowadays which has a real impact in various aspects. One of the positive impacts of the internet is that it has opened up wider sources of information and communication which then includes digital marketing activities. Digital marketing is carried out on various social media channels, one of which is TikTok which is assisted by the role of an Influencer or KOL by creating content that attracts the audience's attention to market a product or service belonging to a certain brand. KOLs have a big influence in the digital marketing process which will actually benefit a brand, because KOLs have various aspects that make them have a significant number of followers. KOL slowly builds interaction using a Word of Mouth strategy with the audience which will then create a brand image. In this process, KOL Planner will be really needed. Carrying out an internship as an internal KOL Specialist at PT Entropi Global Martech provides real experience regarding the search for quality KOLs which becomes an important role in the campaign. The communication science that has been studied during the lecture period supports the implementation of this internship, but in fact during the internship implementation several obstacles were also discovered such as the credibility of the KOL and incompatibility in communication negotiations. One of the methods that the author applies for a solution is to re-examine KOL and implement good communication for the common good.

Keywords: *Internet, Marketing, Social Media, Influencer, KOL, KOL Planner*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	II
HALAMAN PERSETUJUAN	III
HALAMAN PENGESAHAN	IV
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK.....	VII
<i>ABSTRACT (English)</i>	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1. Latar Belakang	13
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	16
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	16
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	18
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	18
2.1.1 Visi Misi Perusahaan.....	18
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	19
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	21
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	21
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	21
3.3 Kendala yang Ditemukan	30
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	31
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	32
4.1 Simpulan.....	32
4.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA	34

LAMPIRAN.....	35
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Social Media Indonesia.....	13
Gambar 1.2 10 Aplikasi dengan Pendapatan Terbesar di Indonesia 2023	14
Gambar 2.1 Logo Entropi.....	18
Gambar 2.2 Hasil Olahan Data Perusahaan.....	19
Gambar 3.1 Data KOL Campaign Hijabmoodbeauty.....	25
Gambar 3.2 Contoh Brief kepada KOL.....	26
Gambar 3.3 Contoh Product Knowledge kepada KOL.....	27
Gambar 3.4 Contoh SOW Agensi Entropi	27
Gambar 3.5 Request Free Samples dari Campaign Posee.....	27
Gambar 3.6 Samples Status dari Campaign Posee.....	28
Gambar 3.7 Contoh Percakapan Reminder Campaign.....	28
Gambar 3.8 Percakapan Kebutuhan KOL.....	29
Gambar 3.9 Pengajuan Kerjasama dari Brand ke Pihak Agensi Entropi	30



DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	35
Kartu MBKM - MBKM 02	36
Daily Task MBKM - MBKM 03.....	37
Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	38
Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	39
Lampiran hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	40

